

# Perilaku Generasi Z terhadap Pinjaman Online

## (Studi Kualitatif Mengenai Kebutuhan Finansial Jangka Pendek, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Promosi, Persepsi Risiko, dan Status Sosial)

Arie Kurniawati

STIE Indonesia Banking School

arie.20232112023@ibs.ac.id

Diterima 12 Desember 2025; Disetujui 16 Desember 2025; Dipublikasikan 25 Desember 2025

### Abstract

*This study explores the financial behavior of Generation Z (Gen Z) in Indonesia, particularly in relation to the use of online loan services. The main problem identified is the increasing reliance of Gen Z on digital lending platforms, which raises concerns about financial vulnerability and debt risk. Gen Z, as a demographic group raised in the digital era, is highly exposed to technological innovations and digital financial products, making them more susceptible to both opportunities and risks. A descriptive qualitative approach was applied, using semi-structured in-depth interviews with individuals aged 17–28 who have used or are currently using online loan services. The analysis focused on their experiences, perceptions, and motivations in making financial decisions. The findings reveal that urgent short-term financial needs, consumptive lifestyle patterns, and the ease and speed of access offered by online loans significantly shape Gen Z's borrowing behavior. In addition, promotional exposure further encourages loan adoption, while limited financial literacy increases their vulnerability to financial risks and debt accumulation. These results provide a theoretical contribution to understanding Gen Z's financial behavior in the digital era. Practically, the study offers insights for regulators, financial service providers, and educators to develop more effective strategies in consumer protection, digital financial literacy, and responsible borrowing campaigns tailored for the younger generation.*

### Keywords

*generation z, online loans, short-term financial needs, consumptive lifestyle, financial literacy, risk perception*

### Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi perilaku keuangan Generasi Z (Gen Z) di Indonesia, khususnya dalam penggunaan layanan pinjaman online. Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah meningkatnya ketergantungan Gen Z pada platform pinjaman digital, yang menimbulkan kekhawatiran terhadap kerentanan finansial dan risiko utang. Gen Z, sebagai kelompok demografi yang tumbuh di era digital, sangat terbuka terhadap inovasi teknologi dan produk keuangan digital, sehingga lebih rentan terhadap peluang sekaligus risiko. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan individu berusia 17–28 tahun yang pernah atau sedang menggunakan layanan pinjaman online. Analisis difokuskan pada pengalaman, persepsi, dan motivasi mereka dalam mengambil keputusan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan keuangan jangka pendek yang mendesak, pola gaya hidup konsumtif, serta kemudahan dan kecepatan akses pinjaman online menjadi faktor utama yang membentuk perilaku pinjaman Gen Z. Selain itu, paparan promosi semakin mendorong adopsi pinjaman, sementara rendahnya literasi keuangan meningkatkan kerentanan terhadap risiko finansial dan penumpukan utang. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis terhadap pemahaman perilaku keuangan Gen Z di era digital. Secara praktis, penelitian ini menawarkan wawasan bagi regulator, penyedia layanan keuangan, dan pendidik untuk merancang strategi perlindungan konsumen, literasi keuangan digital, dan kampanye pinjaman

bertanggung jawab yang lebih relevan bagi generasi muda.

### Kata Kunci

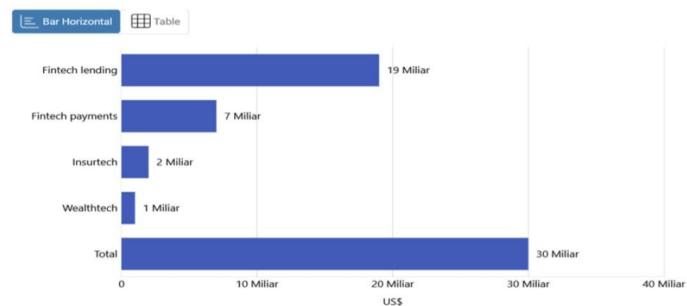
generasi z, pinjaman online, kebutuhan keuangan jangka pendek, gaya hidup konsumtif, literasi keuangan, persepsi risiko

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi membawa dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan. Salah satu bentuk penerapan teknologi dalam bidang keuangan adalah *financial technology* (fintech), yaitu inovasi jasa keuangan berbasis pemanfaatan teknologi. Fintech hadir sebagai sistem yang dirancang untuk memfasilitasi transaksi keuangan yang lebih praktis, cepat, dan efisien, sehingga telah merevolusi cara masyarakat berinteraksi dengan layanan keuangan. Inovasi ini juga mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap layanan finansial yang lebih personal, inklusif, dan responsif.

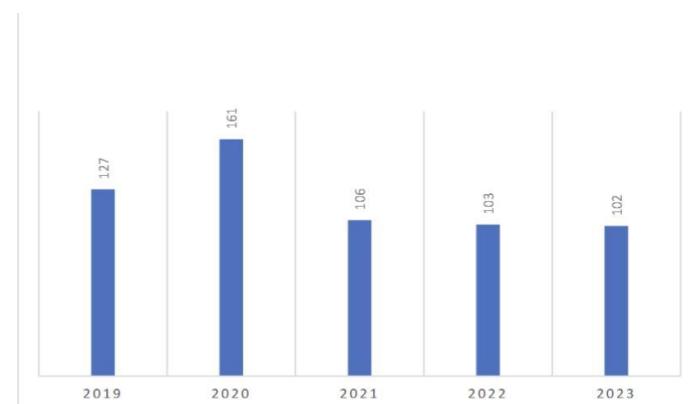
Pertumbuhan industri fintech di Indonesia menunjukkan tren yang pesat. Data Bank Dunia mencatat bahwa pengguna fintech meningkat dari 7% pada tahun 2007 menjadi 78% pada 2017, dengan total nilai transaksi mencapai Rp202,77 triliun. Laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023 menyebutkan bahwa terdapat 101 perusahaan penyelenggara *peer-to-peer lending* berizin resmi. Selain itu, Bank Indonesia (2024) melaporkan transaksi pembayaran digital mencapai 34,5 miliar, meningkat 36,1% secara tahunan. Fakta ini menegaskan bahwa fintech telah menjadi bagian penting dari ekosistem ekonomi digital Indonesia.

Jenis-jenis fintech yang berkembang di Indonesia meliputi *crowdfunding*, *microfinancing*, *peer-to-peer lending*, *digital payment system*, hingga *survey pasar*. Di antara segmen tersebut, pinjaman digital (*online lending*) atau *peer-to-peer lending* menjadi salah satu layanan yang paling banyak digunakan, karena menawarkan kemudahan akses, proses cepat, serta syarat yang relatif sederhana dibandingkan perbankan konvensional.



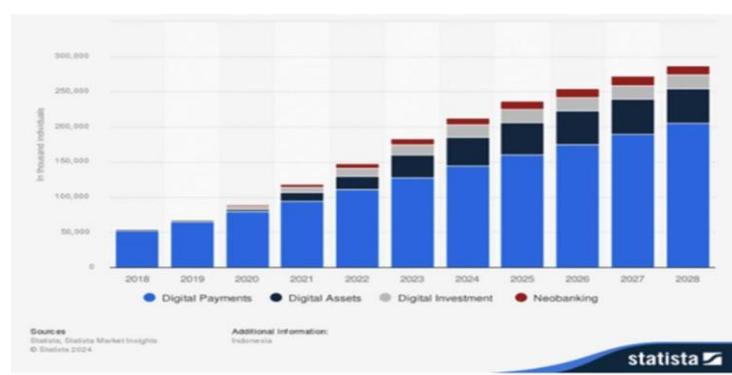
**Gambar 1.** Grafik Pendapatan Layangan Keuangan Digital

Sumber: Katadata Insight Center (2023)



**Gambar 2.** Tren P2P Lending yang mendapat izin OJK

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2023)



**Gambar 3.** Jumlah Pengguna FinTech untuk Berbagai Segmen di Indonesia

Sumber: Statista (2023)

Generasi Z (Gen Z), sebagai kelompok demografis yang lahir dan tumbuh di era digital, memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi dibanding generasi sebelumnya. Penelitian menunjukkan bahwa faktor seperti kebutuhan finansial jangka pendek, gaya hidup konsumtif, kemudahan akses, promosi digital, serta literasi keuangan menjadi determinan utama dalam perilaku penggunaan pinjaman online (Fadilah, 2021; Susilo, 2022; Ratnawati et al., 2024). Namun, rendahnya literasi keuangan membuat Gen Z rentan terhadap risiko pinjaman, seperti bunga tinggi, denda keterlambatan, hingga potensi gagal bayar (Yakoboski, Lusardi, & Hasler, 2021).

Selain faktor ekonomi, aspek sosial dan budaya juga berpengaruh. Gen Z sangat terpapar media sosial sehingga citra diri, pengakuan sosial, dan fenomena *fear of missing out* (FOMO) menjadi faktor psikologis yang mendorong perilaku konsumtif. Pinjaman online seringkali dipandang tidak hanya sebagai solusi keuangan, tetapi juga sebagai sarana untuk mempertahankan status sosial dan gaya hidup. Kondisi ini menimbulkan kerentanan finansial jangka panjang, khususnya bagi mereka yang menggunakan pinjaman untuk kebutuhan non-prioritas seperti gadget, fesyen, atau hiburan.

Dengan tingginya penetrasi pinjaman online di kalangan Gen Z, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi perilaku mereka dalam menggunakan layanan tersebut, terutama terkait kebutuhan finansial jangka pendek, gaya hidup konsumtif, kemudahan dan kecepatan akses, pengaruh promosi, serta literasi keuangan. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian perilaku konsumen dan literasi keuangan digital, khususnya dalam generasi muda di era ekonomi digital. Secara praktis, penelitian ini memberikan wawasan bagi regulator, lembaga pendidikan, dan penyedia layanan fintech untuk merancang strategi perlindungan konsumen, program literasi keuangan, serta promosi layanan yang lebih etis dan berkelanjutan. Temuan penelitian ini juga diharapkan menjadi refleksi bagi Generasi Z dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya perencanaan keuangan yang lebih bijak dan bertanggung jawab.

## Kajian Literatur

### Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen (1991) merupakan salah satu kerangka teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku manusia dalam konteks pengambilan keputusan, termasuk perilaku keuangan. TPB menjelaskan bahwa perilaku individu tidak terjadi begitu saja, melainkan merupakan hasil dari intensi atau niat untuk bertindak, yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kendali perilaku (*perceived behavioral control*). Sikap terhadap perilaku merujuk pada evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap tindakan tertentu, norma subjektif berhubungan dengan persepsi mengenai tekanan sosial yang memengaruhi apakah suatu perilaku dianggap layak dilakukan, sedangkan persepsi kendali perilaku berkaitan dengan keyakinan individu mengenai sejauh mana mereka mampu mengendalikan atau melaksanakan perilaku tersebut. Dalam konteks penggunaan pinjaman online oleh Generasi Z, teori ini sangat relevan karena setiap variabel internal dan eksternal dapat dipetakan ke dalam kerangka TPB. Misalnya, literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, kebutuhan finansial jangka pendek, serta

persepsi risiko merupakan faktor internal yang dapat membentuk sikap individu terhadap layanan pinjaman online. Apabila sikap yang terbentuk positif, maka intensi untuk menggunakan pinjol akan semakin kuat. Di sisi lain, faktor eksternal seperti promosi, iklan, pengaruh teman sebaya, dan media sosial berperan besar dalam membentuk norma subjektif yang menekan individu untuk menilai bahwa penggunaan pinjaman online adalah hal yang wajar, bahkan sering dianggap sebagai bagian dari gaya hidup modern. Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi, proses yang cepat, dan minimnya persyaratan administrasi menjadi faktor penting dalam persepsi kendali perilaku, sehingga Generasi Z merasa bahwa mereka memiliki kendali penuh atas penggunaan layanan ini tanpa menyadari risiko jangka panjang yang mungkin timbul. Dengan demikian, keputusan Generasi Z dalam menggunakan pinjaman online dapat dipahami sebagai hasil interaksi kompleks antara sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku.

### **Teori Pendukung**

Selain TPB, penelitian ini juga memperkuat kerangka analisis dengan teori lain sebagai landasan pendukung, yaitu *Social Cognitive Theory* (SCT) yang dikembangkan oleh Albert Bandura (1986) serta *Hierarchy of Needs* oleh Abraham Maslow (1943). SCT menekankan konsep *reciprocal determinism* yang menjelaskan bahwa perilaku manusia merupakan hasil dari interaksi timbal balik antara faktor personal, faktor lingkungan, dan perilaku itu sendiri. Dalam penelitian ini, literasi keuangan, persepsi risiko, serta keterampilan pengelolaan keuangan individu dapat dikategorikan sebagai faktor personal; teman sebaya, keluarga, serta media sosial termasuk faktor lingkungan; sementara tindakan penggunaan pinjaman online merepresentasikan perilaku individu. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan Gen Z untuk menggunakan pinjol tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, tetapi juga karena adanya penguatan sosial dari lingkungan sekitarnya. Sementara itu, Maslow dengan *Hierarchy of Needs* menjelaskan bahwa kebutuhan finansial jangka pendek termasuk ke dalam kategori kebutuhan dasar (basic needs) yang mendorong seseorang untuk segera memenuhi kebutuhan mendesak seperti kesehatan, pendidikan, atau biaya hidup sehari-hari. Setelah kebutuhan dasar terpenuhi, Gen Z sering terdorong oleh kebutuhan tingkat lebih tinggi, seperti kebutuhan sosial, pengakuan, atau aktualisasi diri, yang pada praktiknya terefleksi dalam perilaku konsumtif untuk membeli barang-barang trendi atau mengikuti gaya hidup tertentu. Kedua teori ini melengkapi kerangka TPB dalam memahami perilaku penggunaan pinjaman online secara lebih komprehensif.

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor fundamental yang berpengaruh besar terhadap perilaku keuangan Generasi Z. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan mencakup kemampuan seseorang untuk memahami konsep dasar keuangan, termasuk bunga, risiko, inflasi, tabungan, investasi, serta kemampuan mengambil keputusan keuangan yang bijaksana. Rendahnya literasi keuangan seringkali mengakibatkan individu mengambil keputusan finansial tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang, termasuk keputusan untuk menggunakan pinjaman online dengan bunga tinggi atau penalti keterlambatan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif, utang yang tidak terkendali, dan kesulitan mengatur keuangan pribadi. Bagi Gen Z, literasi keuangan menjadi semakin penting mengingat mereka tumbuh dalam era digital dengan paparan yang sangat besar terhadap layanan keuangan berbasis teknologi.

### **Pengguna Pinjaman Daring**

Generasi Z (1997–awal 2010-an) memiliki karakteristik finansial yang berbeda dengan generasi sebelumnya karena tumbuh di era digital. Mereka terbiasa mengakses informasi dan layanan berbasis teknologi, termasuk pinjaman daring. Menurut Asmah dan Hariani (2019), ketergantungan Gen Z pada internet dan perangkat seluler berpengaruh besar terhadap interaksi mereka dengan layanan keuangan. Hal ini menjelaskan mengapa kelompok ini lebih memilih solusi finansial praktis melalui aplikasi digital.

### **Pinjaman Daring**

Pinjaman daring, atau *pindar*, merupakan layanan pinjaman berbasis aplikasi atau situs web yang memungkinkan transaksi tanpa tatap muka. Prosesnya cepat dan sederhana, tetapi kerap disertai bunga tinggi serta potensi penyalahgunaan data pribadi. Berdasarkan POJK No. 77/POJK.01/2016, pinjaman daring adalah layanan keuangan berbasis teknologi yang mempertemukan pemberi dan penerima pinjaman secara online tanpa melalui lembaga keuangan tradisional.

### **Kebutuhan Finansial Jangka Pendek**

Kebutuhan mendesak, seperti biaya pendidikan atau kesehatan, menjadi alasan utama Gen Z menggunakan pinjaman daring. Ardiyanto (2021) mendefinisikan kebutuhan finansial jangka pendek sebagai kebutuhan yang harus segera dipenuhi. Ratnawati et al. (2024) menambahkan bahwa kondisi tersebut mendorong perilaku impulsif dan meningkatkan ketergantungan pada pinjaman daring. Gen Z cenderung memilih solusi cepat meski berisiko menimbulkan beban utang (Asmah & Hariani, 2019).

### **Gaya Hidup**

Media sosial memperkuat gaya hidup konsumtif di kalangan Gen Z, mendorong mereka menggunakan pinjaman untuk kebutuhan non-esensial, seperti barang mewah atau tren terbaru. Pham Van Tuan et al. (2024) menegaskan bahwa layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) turut meningkatkan perilaku belanja impulsif secara daring.

### **Kemudahan Penggunaan**

Aplikasi pinjaman daring dirancang dengan antarmuka sederhana, verifikasi cepat, serta syarat administrasi minimal. Fitur seperti pengajuan lewat ponsel dan pencairan instan membuat layanan ini lebih menarik dibanding pinjaman konvensional. Malik dan Akhtar (2022) menekankan bahwa kemudahan penggunaan dan aksesibilitas merupakan faktor utama adopsi platform fintech, terutama ketika perbankan tradisional dianggap lambat.

### **Kecepatan Akses**

Perkembangan teknologi memungkinkan Gen Z mengakses layanan finansial dengan sangat cepat, namun kemudahan ini juga memicu keputusan yang kurang bijak. Yakoboski et al. (2021) menemukan bahwa akses instan membuat generasi ini rentan terhadap utang yang tidak terkendali, khususnya ketika mereka mengabaikan risiko bunga tinggi.

### **Pengaruh Promosi dan Iklan**

Promosi seperti potongan bunga atau cashback menjadi daya tarik utama pinjaman daring. Xiao dan O'Neill (2018) menunjukkan bahwa promosi dapat memotivasi pengguna untuk berutang tanpa memperhitungkan kemampuan finansial. Proses cepat, persyaratan ringan, dan penggunaan aplikasi seluler semakin memperkuat ketertarikan Gen Z terhadap layanan ini.

### **Regulasi Keuangan**

Keberadaan regulasi diperlukan untuk melindungi konsumen. OJK melalui POJK No. 77/POJK.01/2016 mengatur izin, transparansi, dan perlindungan data dalam pinjaman daring. Wijaya (2021) menegaskan bahwa kepatuhan pada regulasi meningkatkan kepercayaan dan perlindungan pengguna, khususnya Gen Z yang rentan terhadap praktik pinjaman eksploratif.

### **Persepsi Risiko**

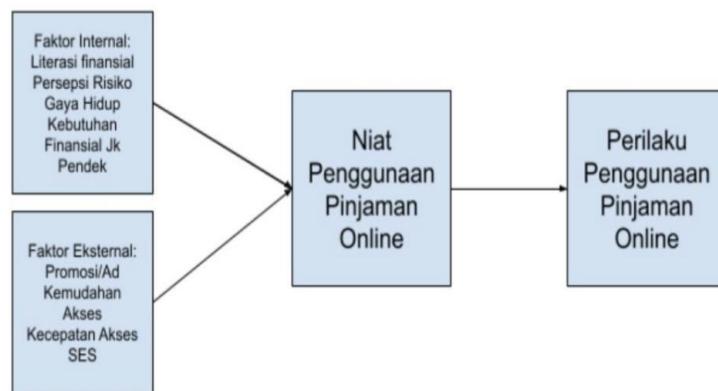
Pemahaman terhadap risiko berutang memengaruhi keputusan Gen Z dalam menggunakan pinjaman daring. Mereka yang menyadari konsekuensi keterlambatan pembayaran lebih berhati-hati, sedangkan yang kurang memahami risiko cenderung meminjam tanpa pertimbangan matang. Oleh karena itu, literasi keuangan berperan penting untuk menekan dampak negatif pinjaman daring.

### **Pendapatan dan Status Ekonomi**

Status ekonomi dan pendapatan terbatas menjadi pendorong utama Gen Z menggunakan pinjaman daring (Asmah & Hariani, 2019). Banyak dari mereka masih berstatus pelajar atau berada di awal karier sehingga memiliki tabungan minim. Kondisi ini membuat Gen Z rentan terhadap kebutuhan mendadak dan mendorong mereka mencari akses dana cepat melalui pinjaman daring dibandingkan bank tradisional.

### **Kerangka Teoritis**

Penggunaan layanan pinjaman daring di kalangan Generasi Z dipengaruhi oleh faktor psikologis dan lingkungan, di antaranya kebutuhan finansial jangka pendek, gaya hidup konsumtif, kemudahan dan kecepatan akses, promosi, serta literasi keuangan. Kebutuhan mendesak yang tidak dapat ditunda mendorong pengam-

**Gambar 4.** Kerangka Teoritis

bilan keputusan cepat (Ardiyanto, 2021), sementara gaya hidup konsumtif yang dipicu tren media sosial semakin meningkatkan ketergantungan pada layanan ini (Pulungan & Febraty, 2018).

Selain itu, kemudahan aplikasi, proses cepat, serta promosi menarik seperti cashback atau diskon bunga memperkuat perilaku konsumtif (Yakoboski et al., 2021). Namun, rendahnya literasi keuangan membuat pengguna sering mengabaikan risiko bunga tinggi, penalti, hingga dampak jangka panjang dari utang (Ratnawati et al., 2024). Faktor lain seperti persepsi risiko dan tingkat pendapatan juga memengaruhi keputusan penggunaan pinjaman daring. Hubungan antar variabel digambarkan pada kerangka teoritis seperti pada gambar 4.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan sifat eksploratif untuk memahami perilaku Generasi Z dalam penggunaan layanan pinjaman daring. Objek penelitian adalah individu berusia 17–28 tahun yang pernah menggunakan layanan pinjaman daring minimal satu kali, dengan lokasi penelitian di wilayah Jabodetabek. Partisipan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan berjumlah 15 orang, yang diwawancara secara mendalam untuk menggali motivasi, persepsi, dan pengalaman mereka.

Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur yang disusun berdasarkan lima fokus utama, yaitu kebutuhan finansial jangka pendek, gaya hidup konsumtif, kemudahan dan kecepatan akses, pengaruh promosi dan iklan, serta literasi keuangan dan persepsi risiko. Seluruh wawancara ditranskrip, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006) melalui tahap familiarisasi data, coding awal, pengelompokan tema, serta peninjauan untuk memperoleh hasil yang konsisten. Validitas data dijaga dengan teknik triangulasi sumber dan member checking.

Penelitian ini mengikuti pedoman COREQ (Consolidated Criteria for Reporting Qualitative Research) untuk meningkatkan transparansi dan kualitas pelaporan. Penerapan COREQ meliputi aspek kredibilitas peneliti, prosedur pemilihan partisipan, teknik pengumpulan data, strategi analisis, hingga penyajian temuan. Etika penelitian juga dijaga melalui persetujuan partisipan, kerahasiaan identitas, serta penggunaan data hanya untuk kepentingan akademik.

## Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara dengan partisipan penelitian. Pertama dijelaskan mengenai profil partisipan, kemudian dilanjutkan dengan analisis hasil wawancara. Analisis dilakukan dengan dua pendekatan utama, yaitu analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik (*thematic analysis*). Pendekatan analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi serta menghitung frekuensi kemunculan tema-tema yang relevan dengan variabel penelitian. Selanjutnya, analisis tematik digunakan untuk menggali makna mendalam dari tema tersebut melalui proses membaca transkrip secara berulang, pengkodean manual, pengelompokan kode, hingga perumusan tema utama. Seluruh analisis

dilakukan secara manual dengan berpedoman pada prinsip analisis kualitatif dan pedoman COREQ (Consolidated Criteria for Reporting Qualitative Research) untuk menjaga transparansi serta validitas data.

### Deskripsi Data

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 15 partisipan dari kelompok Generasi Z (kelahiran 1997–2012). Setiap partisipan diwawancara sekali dengan durasi rata-rata 5–10 menit. Wawancara dilakukan secara tatap muka di ruang terbuka agar lebih santai dan minim gangguan. Pemilihan lokasi ini bertujuan menciptakan kenyamanan sehingga partisipan lebih terbuka dalam menyampaikan pengalaman. Beberapa partisipan menganggap topik pinjaman daring sensitif sehingga awalnya enggan berpartisipasi. Untuk mengatasi hal tersebut, peneliti melakukan pendekatan personal dan profesional sesuai checklist COREQ, dengan menegaskan bahwa seluruh data bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk tujuan akademik. Selain luring, wawancara juga dilakukan secara daring melalui aplikasi komunikasi digital (WhatsApp/Zoom) bagi partisipan yang memiliki keterbatasan waktu atau lokasi. Seluruh proses wawancara dilakukan langsung oleh peneliti tanpa asisten, sehingga proses pendaftaran dapat terkontrol dengan baik. Ringkasan profil partisipan dapat dilihat pada tabel 1.

Berdasarkan wawancara, gambaran umum partisipan adalah sebagai berikut:

1. MA (25, Mahasiswi S2) menggunakan Pinjaman Online untuk kebutuhan akademik seperti alat praktikum, dengan pemahaman cukup baik terhadap cicilan dan batas penggunaan.
2. DJ (25, Pengusaha) memakai Pinjaman Online untuk modal usaha dan pembelian mobil bekas, sempat mengalami penumpukan utang sehingga kini lebih berhati-hati.
3. DA (20, Mahasiswi) memanfaatkan Pinjaman Online untuk belanja kebutuhan gaya hidup, dipengaruhi tren dan promosi, namun berusaha mengontrol penggunaan.
4. RDS (23, Mahasiswa) menggunakan Pinjaman Online untuk pembelian digital seperti game dan streaming, disiplin dalam membayar dan membatasi penggunaan.
5. KN (23, Mahasiswa) memakai Pinjaman Online untuk perlengkapan motor, pernah terkena denda kecil, kini lebih hati-hati dalam pengeluaran.
6. ACP (22, Freelancer) menggunakan Pinjaman Online untuk membeli software dan peralatan kerja, sadar risiko dan keamanan data, serta membayar tepat waktu.
7. Y (23, Social Media Marketing) memanfaatkan Pinjaman Online untuk perangkat kerja, terutama ketika gaji terlambat, dan cukup disiplin mengatur cicilan.
8. DAZ (23, Mahasiswi & Wirausaha) menggunakan pinjaman daring untuk modal usaha aksesoris, terbantu kemudahan akses namun kini lebih selektif.

**Tabel 1.** Profil Partisipan

No	Inisial	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Durasi Wawancara (menit)
1	MA	25	P	Mahasiswi S2	18
2	DJ	25	L	Pengusaha	20
3	DA	20	P	Mahasiswi	15
4	RDS	23	L	Mahasiswa	15
5	KN	23	L	Mahasiswa	18
6	ACP	22	L	Freelancer	17
7	Y	23	P	Social Media Marketing	10
8	DAZ	23	P	Mahasiswi	14
9	H	23	P	Mahasiswi	17
10	BTP	27	L	Pengusaha	15
11	DAP	23	L	Wiraswasta	15
12	PP	21	L	Mahasiswa	18
13	RSP	23	L	Pegawai Swasta	18
14	BK	27	L	Mahasiswa Magister	13
15	S	28	P	Pegawai BUMN	16

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

9. H (23, Mahasiswi) menggunakan Pinjaman Online untuk kebutuhan kuliah dengan pengendalian pengeluaran agar tidak berlebihan.
10. BTP (27, Pengusaha) mengandalkan beberapa aplikasi Pinjaman Online untuk usaha dan kebutuhan pribadi, pernah terkena bunga menumpuk sehingga kini lebih selektif.
11. DAP (23, Wiraswasta) menggunakan Pinjaman Online untuk modal panen, memahami risiko bunga tinggi, dan berusaha mengatur keuangan.
12. PP (21, Mahasiswa) pernah memakai Pinjaman Online untuk biaya skripsi, menyukai proses cepat dan berusaha tidak terlilit utang.
13. RSP (23, Pegawai Swasta) menggunakan Pinjaman Online untuk kebutuhan mendesak, sadar risiko, dan hanya memakai bila benar-benar perlu.
14. BK (27, Mahasiswa Magister) pernah menggunakan Pinjaman Online beberapa kali dalam kondisi terdesak, memahami bunga dan risiko keamanan data.
15. S (28, Pegawai BUMN) memakai pinjaman daring sejak 2018 untuk kebutuhan primer keluarga, pernah terlambat bayar sehingga terkena bunga menumpuk dan berharap regulasi lebih ketat.

### Analisis Isi

Dalam proses analisis isi, data wawancara dikategorikan ke dalam beberapa tema utama yang berkaitan dengan variabel penelitian. Tema-tema ini kemudian dianalisis berdasarkan frekuensi kemunculannya untuk melihat pola dominasi dan relevansi setiap aspek terhadap perilaku responden. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan pinjaman online di kalangan Gen Z. Tabel berikut menyajikan kode-kode tema yang digunakan sebagai dasar pengelompokan data dalam analisis isi:

**Tabel 2. Analisis Isi**

Partisipant	Kebutuhan		Gaya Hidup		Kemudahan Akses		Pengaruh Iklan		Literasi Keuangan		Persepsi Resiko			
	Finansial		G	GH	KA	KA	PI	PI	LK	LK	PR	PR	PR	PR
	KF	KF	H1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	4
1 MA	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
2 DJ	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
3 DA			v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
4 RDS			v	v	v	v	v	v	v	v	v		v	v
5 KN	v		v	v	v	v	v	v	v	v	v		v	v
6 ACP	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
7 Y	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
8 DA	v		v	v	v	v	v	v	v	v	v		v	v
9 H	v		v	v	v	v	v	v	v	v	v		v	v
10 BTP	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v		v	v
11 DAP	v	v			v	v			v	v	v		v	
12 PP	v				v	v			v	v	v		v	
13 RSP	v				v	v			v	v	v		v	
14 BK	v	v		v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
15 S	v	v			v	v	v	v	v	v	v	v	v	v

Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

#### Keterangan Kode (*Codebook*):

KF = Kebutuhan Finansial

KF1: Mendesak (darurat, biaya tidak terduga)

KF2: Kesulitan ekonomi

GH = Gaya Hidup

GH1: Belanja/gadget/jalan-jalan

GH2: Tekanan sosial / ikut tren

KA = Kemudahan Akses

KA1: Akses via aplikasi HP

KA2: Proses cepat tanpa jaminan

PI = Pengaruh Iklan

PI1: Terpengaruh iklan di media sosial

PI2: Sering terpapar iklan

LK = Literasi Keuangan

LK1: Membaca syarat & ketentuan

LK2: Memahami bunga & tenor

PR = Persepsi Risiko

PR1: Risiko tinggi / kerugian finansial

PR2: Telat bayar & dampaknya

PR3: Menghindari pinjaman berlebihan

PR4: Keamanan data

Berdasarkan analisis isi terhadap 15 partisipan, kebutuhan finansial muncul sebagai tema dominan. Faktor kebutuhan mendesak tercatat pada 11 partisipan, sedangkan kesulitan ekonomi pada 10 partisipan, menunjukkan kondisi darurat sebagai alasan utama penggunaan pinjaman daring. Tema gaya hidup juga cukup menonjol, dengan belanja atau kebutuhan konsumtif muncul pada 10 partisipan dan tekanan sosial pada 11 partisipan. Meski demikian, kebutuhan finansial nyata lebih berpengaruh dibanding sekadar mengikuti tren. Kemudahan akses melalui aplikasi dan proses cepat tanpa jaminan menjadi alasan yang disepakati semua partisipan, sehingga menjadi daya tarik utama layanan ini. Pengaruh iklan turut terlihat, dengan 12 partisipan merasa terpengaruh dan sama banyaknya sering terpapar iklan di media sosial. Literasi keuangan menunjukkan variasi: sebagian besar memahami bunga dan tenor, namun masih ada partisipan yang kurang memperhatikan detail syarat pinjaman. Persepsi risiko, meliputi potensi kerugian, keterlambatan pembayaran, keamanan data, dan upaya menghindari pinjaman berlebihan, juga cukup sering disebutkan. Kebutuhan finansial dan kemudahan akses menjadi pendorong utama penggunaan pinjaman daring, sedangkan iklan, gaya hidup, literasi keuangan, dan persepsi risiko berfungsi sebagai faktor pendukung yang turut memengaruhi perilaku responden.

### **Karakteristik Demografis Pengguna Pinjaman Daring**

Berdasarkan 15 partisipan penelitian, karakteristik pengguna pinjaman daring cukup beragam. Mayoritas berada pada rentang usia produktif (20–35 tahun), dengan status pekerjaan yang bervariasi, mulai dari mahasiswa aktif (misalnya MA, DJ, RD, Y, S) hingga pekerja tetap dan freelance (KN, AC, DA, BTP, BK). Beberapa lainnya, seperti PP dan RS, sedang dalam masa transisi pekerjaan atau menjalankan aktivitas usaha kecil. Data ini mengindikasikan bahwa baik kalangan pelajar maupun pekerja sama-sama memiliki kebutuhan yang mendorong mereka menggunakan layanan pinjaman online.

### **Perilaku dalam Mengakses Layanan Pinjaman Online**

Perilaku awal penggunaan pinjaman daring menunjukkan variasi motif. Partisipan seperti MA dan DJ mengaku mulai menggunakan sejak 1–2 tahun terakhir karena kebutuhan mendesak, sementara partisipan lain seperti AC, BK, dan BTP mulai mencoba dalam 6 bulan terakhir dengan alasan kemudahan aplikasi. Menariknya, partisipan mahasiswa (misalnya Y dan RD) lebih banyak mencoba karena pengaruh teman sebaya, sedangkan pekerja (KN, DA, RS) didorong oleh kebutuhan finansial jangka pendek. Hal ini menunjukkan bahwa faktor usia dan aktivitas sehari-hari turut memengaruhi motif awal penggunaan.

### **Kebutuhan Finansial sebagai Alasan Utama**

Tema kebutuhan finansial muncul dominan. Sebanyak 11 partisipan menyinggung faktor kebutuhan mendesak (KF1), termasuk MA, DJ, AC, Y, BK, dan S. Sedangkan 10 partisipan lainnya menekankan kesulitan ekonomi (KF2), seperti DJ, AC, Y, BTP, BK, dan S. Pola ini menunjukkan bahwa pinjaman online dipilih terutama untuk menutup kebutuhan darurat, baik biaya kuliah, kebutuhan rumah tangga, maupun biaya medis. Dengan demikian, aspek utilitarian terlihat lebih dominan dibanding motivasi lain.

### **Gaya Hidup**

Sebagian partisipan juga menggunakan pinjaman daring untuk kebutuhan non-pokok. Faktor belanja daring atau gadget (GH1) muncul pada 10 partisipan (misalnya MA, DJ, AC, Y, BK), sementara faktor ikut tren atau

tekanan sosial (GH2) ditemukan pada 11 partisipan (DJ, AC, Y, BTP, BK, S). Meskipun jumlahnya hampir setara dengan motif finansial, pola ini cenderung lebih kuat pada mahasiswa dan anak muda, yang mengaku tergoda oleh tren konsumsi digital dan kebutuhan menjaga gengsi sosial.

### **Kemudahan Akses**

Tema kemudahan akses (KA1 dan KA2) muncul hampir pada semua partisipan. KA1, terkait penggunaan aplikasi HP, muncul pada 15 partisipan, sementara KA2, terkait proses cepat tanpa jaminan, juga disebut oleh seluruh partisipan. Misalnya, RD dan DA mengaku terbantu karena aplikasi mudah diunduh dan langsung digunakan, sedangkan AC, Y, dan BK menyoroti proses pencairan cepat tanpa syarat yang rumit. Fakta ini menunjukkan bahwa kemudahan akses merupakan faktor yang tidak terbantahkan dalam pemilihan pinjaman online.

### **Literasi Keuangan Pengguna**

Tingkat literasi keuangan partisipan menunjukkan variasi. Sebanyak 15 partisipan menyatakan memahami bunga serta tenor pinjaman (LK2), misalnya MA, DJ, AC, dan BK. Sementara itu, pemahaman terhadap syarat dan ketentuan (LK1) ditunjukkan oleh 14 partisipan, dengan satu partisipan (misalnya PP) mengaku kurang memperhatikan detail kontrak. Hal ini menandakan bahwa meskipun mayoritas merasa cukup paham, tetap ada celah ketidaktelitian dalam memahami risiko kontraktual.

### **Pengaruh Iklan dan Media Sosial**

Paparan iklan menjadi faktor signifikan. Sebanyak 13 partisipan mengaku sering melihat iklan (PI2) dan merasa terpengaruh (PI1). Misalnya, DJ, AC, Y, BK, dan BTP menyebut iklan di Instagram dan YouTube sebagai pemicu pertama mencoba pinjaman online. Menariknya, partisipan seperti RD dan DA lebih terpengaruh oleh rekomendasi teman ketimbang iklan. Data ini menunjukkan bahwa iklan digital berperan sebagai “pemicu awal,” sementara keputusan akhir sering kali dikombinasikan dengan dorongan lingkungan sosial.

### **Persepsi Risiko**

Persepsi risiko mencakup beberapa aspek. Risiko finansial tinggi dan kerugian (PR1) disebutkan oleh 13 partisipan, termasuk MA, DJ, AC, Y, dan BK. Risiko keterlambatan pembayaran (PR2) muncul pada 11 partisipan, sementara upaya menghindari pinjaman berlebihan (PR3) ditemukan pada 10 partisipan. Kekhawatiran tentang keamanan data pribadi (PR4) lebih bervariasi, dengan 9 partisipan menyebutkannya (misalnya DA, RD, KN, S). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna menyadari risikonya, daya tarik kemudahan akses sering kali membuat risiko tersebut diabaikan.

### **Strategi Pengendalian dan Refleksi Pengguna**

Sebagian besar partisipan memiliki strategi untuk menghindari ketergantungan. Misalnya, BK, AC, dan Y berusaha membatasi jumlah pinjaman dan hanya menggunakan saat benar-benar mendesak. Beberapa partisipan, seperti DJ dan MA, mengaku menyesal pernah menggunakan untuk gaya hidup konsumtif, dan menyatakan jika diberi kesempatan, mereka akan lebih selektif. Refleksi ini mengindikasikan adanya kesadaran kritis setelah pengalaman langsung, meskipun pada praktiknya masih ada kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan karena kemudahan akses.

### **Kesimpulan, Implikasi dan Saran**

Berdasarkan hasil analisis terhadap 15 responden dari kalangan Generasi Z, penelitian ini menyimpulkan bahwa kebutuhan finansial jangka pendek merupakan faktor utama yang mendorong penggunaan layanan pinjaman online. Mayoritas responden menggunakan layanan ini untuk memenuhi kebutuhan mendesak seperti biaya pendidikan, kesehatan, maupun kebutuhan harian yang tidak dapat ditunda. Selain itu, kesulitan ekonomi, terutama bagi responden dengan penghasilan tidak tetap atau kondisi keluarga yang kurang stabil secara finansial, menjadi alasan signifikan dalam pengambilan keputusan.

Kemudahan akses melalui aplikasi digital dan proses pencairan dana yang cepat tanpa persyaratan jaminan menjadi daya tarik utama pinjaman online. Di sisi lain, iklan dan promosi terbukti berperan dalam

meningkatkan minat responden, khususnya ketika menampilkan penawaran bunga rendah atau cicilan ringan. Namun demikian, tingkat literasi keuangan responden masih beragam, di mana sebagian mampu memahami syarat, ketentuan, bunga, dan tenor pinjaman, sementara sebagian lainnya hanya membaca secara sepintas. Persepsi risiko, terutama terkait bunga tinggi, keterlambatan pembayaran, serta keamanan data pribadi, menjadi aspek penting yang turut memengaruhi perilaku responden.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan menjadi kebutuhan mendesak, khususnya bagi Generasi Z. Pengguna diharapkan lebih bijak dalam mengambil keputusan dengan membatasi penggunaan pinjaman online hanya untuk kebutuhan produktif. Penyedia layanan pinjaman online perlu meningkatkan transparansi, memperkuat perlindungan data, serta menghadirkan edukasi keuangan yang mudah dipahami. Pemerintah dan OJK juga diharapkan memperketat regulasi serta memperluas program edukasi literasi keuangan guna mengurangi risiko utang konsumtif pada generasi muda.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas jumlah responden dan melibatkan variasi latar belakang sosial ekonomi agar hasil penelitian lebih representatif. Selain itu, penelitian kuantitatif dengan cakupan yang lebih luas dapat dilakukan untuk memperkuat temuan dan memberikan gambaran statistik yang lebih komprehensif mengenai perilaku penggunaan pinjaman online pada Generasi Z di Indonesia.

## Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Andista, D. R., & Susilawaty, R. (2021, September). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat pengguna dalam penggunaan finansial teknologi pinjaman online. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 12, 1228–1233.
- Ardiyanto, A. (2021). Kebutuhan finansial dan pinjaman online: Studi pada Generasi Z. *Jurnal Keuangan Digital*, 15(2), 112–130.
- Asmah, D. C., & Hariani, P. R. (2019). Analysis of the development of online loans and Gen Z income in Indonesia in the era of the Industrial Revolution 4.0. *Proceedings INSIS International Seminar of Islamic Studies*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.3059/insis.v1i1.14345>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Chandra, A. A., & Siregar, Q. R. (2025). Peran literasi keuangan sebagai variabel intervening dalam pengaruh gaya hidup dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Mandiri: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 4(1), 29–41.
- Cindy, V. D., Nurshinta, & Usman, O. (2023). *Analysis of Factors Affecting Generation Z's Intention in Using Shopee Pinjaman Online*. Prosiding 1st International Students Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM 2023), 1–6. <https://doi.org/10.21009/ISC-BEAM.011.29>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474.
- Fadilah, R. (2021). Literasi keuangan dan dampaknya pada penggunaan pinjaman online oleh Generasi Z. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 89–105.
- Hidayah, F. N., Nugroho, B. S., Ardiati, A. R., Tsaqyfa, M. N., Hakim, M. A., & Ridlwan, A. A. (2023). *Meneropong maraknya pinjaman online di kalangan mahasiswa: motif dan dampak terhadap perilaku konsumtif*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(4), 821–832.
- Katadata Insight Center. (2023). *Pendapatan layanan keuangan digital di Asia Tenggara berdasarkan sektor*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/10/fintech-lending-dominasi-pendapatan-keuangan-digital-di-asia-tenggara>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Malik, M., & Akhtar, N. (2022). Adoption of digital financial services: A study of factors influencing

- consumers' intention to use fintech in emerging economies. *Journal of Financial Services Marketing*, 27(2), 112–124. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00108-4>
- Maslow, A. H. (1943). *A theory of human motivation*. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novika, F., Septivani, N., & Indra, I. M. (2022). Illegal online loans become a social disaster for the Millennial generation. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1174–1192.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi* [PDF]. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/FAQ-Terkait-Layanan-Pinjam-Meminjam-Uang-Berbasis-Teknologi-Informasi---Kategori-Umum/FAQ%20LPMUBTI%20-%20Kategori%20Umum.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Data dan statistik – Fintech-Lending* [PDF]. <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan%20statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ%20Fintech%20Lending.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Financial technology P2P lending: Pinjaman online berizin di OJK*. <https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/berita/Pages/Financial-Technology-P2P-Lending-Pinjaman-Online-Berizin-di-OJK.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Pindar: Istilah baru pengganti pinjol dalam layanan keuangan digital*. <https://www.ojk.go.id/id/berita/Pages/pindar-pinjaman-daring-sebagai-istilah-pengganti-pinjol.aspx>
- Pahlevi, D. R., & Ekhsan, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 3(3), 103–110.
- Pattinama, G. L. (2024). Pengaruh kemudahan akses terhadap niat melakukan pinjaman pada peer-to-peer lending. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(6), 1–5. <https://doi.org/10.69714/g6ynd742> [journal.smartpublisher.id](https://journal.smartpublisher.id)
- Pham Van Tuan et al. (2024). Factors affecting the intention to Buy Now–Pay Later for online payment of Generation Z. *Journal of Business and Econometrics Studies*, 1(2), 1–6.
- Pulungan, D. R., & Febrity, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110.
- Ratnawati, K., Sudarmiatin, Soetjipto, B. E., & Restuningdiah, N. (2022). The role of financial behavior as a mediator of the influence of financial literacy and financial attitudes on MSMEs investment decisions in Indonesia. *Journal of Social Economics Research*, 9(4), 193–203. <https://doi.org/10.18488/35.v9i4.3231>
- Statista. (2023). *Number of fintech users in Indonesia by segment from 2018 to 2028*. <https://www.statista.com/statistics/1190416/indonesia-fintech-user-segments/>
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, A. (2022). Pengaruh Financial Technology terhadap Literasi Keuangan Gen Z di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 10(2), 346–359. <https://doi.org/10.21009/eko.v10i2.1331>
- Skystar Capital. (2024). *Ekspansi fintech global ke Asia Pasifik: Prospek pertumbuhan terbaik, pemain utama, dan tantangan investasi 2024*. <https://skystar.vc/id/ekspansi-fintech-global-ke-asia-pasifik-prospek-pertumbuhan-terbaik-pemain-utama-dan-tantangan-investasi-2024/>
- Tong, A., Sainsbury, P., & Craig, J. (2007). Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): a 32-item checklist for interviews and focus groups. *International Journal for Quality in Health Care*, 19(6), 349–357.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Wijaya, R. (2021). The role of financial regulations on the adoption of digital loans among Indonesian youth. *Journal of Financial Technology*, 12(3), 221–235.
- Yakoboski, P., Lusardi, A., & Hasler, A. (2021). *Millennials' and Gen Z's money management during COVID-19: Challenges and opportunities* (TIAA Institute-GFLEC P-Fin Index Report). Global Financial Literacy Excellence Center, George Washington University.
- Yuk mengenal FinTech! Keuangan digital yang tengah naik daun. Diakses dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10468>