

Jurnal Penelitian Ekonomi dan Manajemen (JPEM) - ISSN:3163-608X
https://e-journal.nidaresearch.com/index.php/jpem
Volume 1 Nomor 4 – Tahun 2026 - Halaman 86-98

DETERMINAN PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE PADA GENERASI Z: PERAN LITERASI KEUANGAN DENGAN *DOOM SPENDING* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Andini Dwi Lestari*[1], Ali Jufri[2], Ernanto[3]
Universitas Muhammadiyah Cirebon, Indonesia[1,2,3]
Email: andini.dwilestari02@gmail.com

ABSTRACT: *This study aims to analyze the influence of financial literacy on the use of online loans among Generation Z in Cirebon, as well as to examine the role of doom spending as a moderating variable in that relationship. The method used is a quantitative survey with a causal-associative design, involving 155 Generation Z respondents in Cirebon selected through purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS software, applying a two-stage approach to test the moderation effect. The results show that financial literacy has a positive and significant effect on online lending usage, indicating that individuals with higher financial literacy tend to use online lending services more actively rather than more cautiously. Furthermore, doom spending is found to significantly strengthen the positive effect of financial literacy on online lending usage, suggesting that emotionally driven impulsive spending tendencies redirect financial knowledge toward facilitating, rather than restraining, the use of online loans among Generation Z.*

Keywords: *Financial Literacy, Online Lending Usage, Doom Spending, Generation Z*

ABSTRAK: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan pinjaman online di kalangan Generasi Z di Cirebon, serta menguji peran doom spending sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan desain asosiatif kausal, melibatkan 155 responden Generasi Z di Cirebon yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS, serta menerapkan pendekatan two-stage untuk menguji efek moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman online, yang mengindikasikan bahwa individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi justru cenderung lebih aktif menggunakan layanan pinjaman online, bukan semakin berhati-hati. Selain itu, doom spending ditemukan memperkuat secara signifikan pengaruh positif literasi keuangan terhadap penggunaan pinjaman online, yang menunjukkan*

bahwa kecenderungan belanja impulsif berbasis emosi mengalihkan fungsi pengetahuan keuangan dari yang seharusnya menahan menjadi memfasilitasi penggunaan pinjaman online pada Generasi Z.

***Kata Kunci**: Literasi Keuangan, Penggunaan Pinjaman Online, Doom Spending, Generasi Z*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi keuangan digital telah menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam penggunaan layanan pinjaman online (fintech lending) di Indonesia. Kemudahan akses, proses yang cepat, dan persyaratan yang minim menjadikan pinjaman online sebagai solusi praktis untuk memenuhi kebutuhan dana masyarakat, terutama bagi Generasi Z yang memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi digital. Hal ini tercermin dari lonjakan nilai *outstanding fintech lending* yang meningkat dari Rp15,3 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp77 triliun pada 2024, dan mencapai Rp87,5 triliun per Agustus 2025 (OJK, 2025). Lebih dari itu, sekitar 60 persen pengguna *fintech lending* berasal dari kalangan Gen Z dan milenial, sehingga kelompok usia muda menjadi segmen dengan eksposur risiko terbesar.

Namun, di balik pertumbuhan tersebut, tren risiko turut meningkat. Tingkat Wanprestasi 90 Hari (TWP90) sebagai ukuran gagal bayar menunjukkan bahwa Jawa Barat secara konsisten mencatat angka di atas rata-rata nasional. Pada tingkat lokal, *fintech lending* mendominasi pengaduan ke OJK Cirebon dengan proporsi 35,14 persen atau 195 dari 555 kasus pada periode Januari-April 2025, dengan keluhan utama berupa bunga tinggi dan praktik penagihan yang tidak sesuai ketentuan. Angka ini melonjak menjadi 1.235 total kasus hingga Agustus 2025, dengan pinjaman online tetap menjadi sektor paling dominan sebesar 32,06 persen atau 396 kasus (Bisnis.com, 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penggunaan pinjaman online tidak diikuti oleh peningkatan kualitas keputusan keuangan yang proporsional.

Di sisi lain, data literasi keuangan nasional justru menunjukkan tren yang terus meningkat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa tingkat literasi keuangan mengalami peningkatan dari 38,03 persen pada tahun 2019 menjadi 66,46 persen pada tahun 2025 (OJK, 2025). Namun demikian, peningkatan tersebut tidak serta-merta mencerminkan perbaikan perilaku keuangan masyarakat, mengingat nilai *outstanding* pinjaman serta angka gagal bayar justru terus meningkat pada periode yang sama. Kondisi ini mengindikasikan adanya *knowledge-behavior gap* yang nyata: meningkatnya pengetahuan keuangan masyarakat tidak otomatis diikuti oleh perilaku keuangan yang lebih bijak.

Dari perspektif teoretis, pemahaman tentang keuangan semestinya mampu mendorong individu untuk lebih cermat dan terencana dalam memanfaatkan layanan kredit digital, termasuk pinjaman online (Lusardi & Mitchell, 2023). Namun demikian, *Behavioral Finance Theory* justru memperlihatkan realitas yang berbeda: pengambilan keputusan keuangan tidak sepenuhnya berpijak pada logika, melainkan kerap diwarnai oleh kondisi emosional dan tekanan psikologis yang dialami seseorang (Kahneman & Tversky, 1979). Kahneman melalui *Dual Process Theory* menjelaskan bahwa ketika beban emosional seseorang meningkat, cara berpikir yang cepat dan berbasis perasaan akan lebih mendominasi dibandingkan cara berpikir yang analitis dan terencana,

sehingga pengetahuan keuangan yang dimiliki pun tidak lagi mampu mengarahkan perilaku secara efektif (Goldberg, 2013). Kondisi inilah yang menjadi akar dari fenomena di mana meningkatnya literasi keuangan tidak serta-merta berbanding lurus dengan membaiknya perilaku keuangan seseorang.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu semakin memperkuat urgensi kajian ini untuk dilakukan. Di satu sisi, sejumlah studi mengungkapkan bahwa individu yang lebih memahami keuangan cenderung semakin berani dan aktif memanfaatkan layanan pinjaman digital karena merasa memiliki kapasitas untuk mengelola risikonya (Mulyawan et al., 2025; Zakaria et al., 2025). Di sisi lain, temuan berbeda justru menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman keuangan menjadi faktor yang memperparah penggunaan pinjaman secara tidak bijak (Poernama et al., 2025; Pemelia et al., 2024). Perbedaan arah hasil yang cukup mencolok ini mengisyaratkan bahwa ada faktor lain yang selama ini luput dari perhatian penelitian, yakni kondisi psikologis individu pada saat keputusan keuangan tersebut diambil.

Faktor psikologis yang paling relevan untuk mengisi kesenjangan tersebut adalah *doom spending*, sebuah pola perilaku di mana seseorang terdorong untuk berbelanja secara berlebihan sebagai respons terhadap rasa cemas, tertekan, atau pesimis menghadapi ketidakpastian ekonomi yang dirasakannya (Hernawati, 2025). Saat individu berada dalam cengkeraman *doom spending*, sumber daya kognitifnya terkuras secara bertahap akibat tekanan emosional yang berkepanjangan, suatu kondisi yang dikenal sebagai *ego depletion*, sehingga pengetahuan keuangan yang dimilikinya tidak lagi berperan sebagai penahan, melainkan justru berbalik menjadi sarana yang memperlancar akses terhadap pinjaman online (Baumeister et al., 1998); (Cainglet et al., 2022). Konteks ini terasa sangat nyata di kalangan Generasi Z Cirebon, mengingat angka pengangguran pada kelompok usia muda di wilayah tersebut tercatat mencapai 23,34 persen pada tahun 2025 (BPS, 2025), yang menciptakan tekanan psikologis berlapis sebagai lahan subur bagi tumbuhnya perilaku *doom spending*. Atas dasar itulah, *doom spending* diletakkan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini, karena variabel inilah yang mampu menjelaskan kondisi di mana literasi keuangan justru gagal mewujudkan perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab.

Bertolak dari seluruh uraian di atas, penelitian ini hadir untuk merespons celah kajian yang masih terbuka: meskipun hubungan antara literasi keuangan dan perilaku penggunaan pinjaman online telah cukup banyak dieksplorasi, peran dimensi psikologis, khususnya *doom spending* sebagai faktor yang berpotensi mengubah arah dan kekuatan hubungan tersebut masih sangat minim mendapat perhatian, terlebih dalam konteks spesifik Generasi Z di Cirebon. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk: (1) menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan pinjaman online pada Generasi Z di Cirebon; serta (2) membuktikan apakah *doom spending* mampu berperan sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara keduanya. Berdasarkan tujuan tersebut, dua hipotesis dirumuskan: bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman online (H1), dan bahwa *doom spending* memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan pinjaman online pada Generasi Z di Cirebon (H2).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode survei dan jenis penelitian asosiatif kausal, yang bertujuan menguji hubungan sebab-akibat serta kontribusi efek interaksi antarvariabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang

tergolong dalam Generasi Z, yaitu mereka yang berusia antara 18 hingga 29 tahun, yang tinggal di wilayah Cirebon dan telah menggunakan layanan pinjaman online legal minimal satu kali dalam enam bulan terakhir.

Karena besaran populasi yang tepat tidak dapat diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel minimum dilakukan menggunakan formula Lemeshow (Lwanga & Lemeshow, 1991) dengan parameter: tingkat kepercayaan 95% (Z = 1,96), estimasi proporsi P = 0,1, dan tingkat presisi d = 0,05, sehingga diperoleh batas minimum sampel sebesar 138 responden. Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan pertimbangan bahwa hanya individu yang memenuhi kriteria spesifik penelitian yang layak dijadikan sumber data. Kriteria tersebut meliputi tiga hal: (1) berusia 18-29 tahun pada tahun 2026, (2) berdomisili di wilayah Cirebon, dan (3) telah menggunakan layanan pinjaman online legal minimal satu kali dalam enam bulan terakhir. Melalui proses pengumpulan data, penelitian ini berhasil memperoleh 155 responden yang seluruhnya memenuhi ketiga kriteria dimaksud.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarkan kepada responden sasaran menggunakan platform Google Forms. Instrumen penelitian terdiri atas 18 butir pernyataan yang dikembangkan untuk mengukur tiga variabel operasional dengan skala Likert 1-5, di mana nilai 1 mencerminkan pilihan Sangat Tidak Setuju dan nilai 5 mencerminkan pilihan Sangat Setuju. Secara keseluruhan, operasionalisasi ketiga variabel beserta indikator pengukurannya disajikan pada Tabel X berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Peran	Indikator		Sumber
Literasi Keuangan (X)	Independen	X1	*Financial knowledge*	(Koskelainen et al., 2023)
		X2	*Financial skills*	
		X3	*Financial understanding*	
		X4	*Financial attitude and self-efficacy*	
		X5	*Motivation*	
		X6	*Digital financial literacy*	
Penggunaan Pinjaman Online (Y)	Dependen	Y1	Kualitas Layanan	(Indriastuti et al., 2025)
		Y2	Kepercayaan terhadap Platform	
		Y3	Tingkat Suku Bunga dan Denda	
		Y4	Kebutuhan Dana yang Mendesak	
		Y5	Reputasi Penyedia Pinjaman	
		Y6	Keamanan dalam Transaksi	
Doom Spending (Z)	Moderasi	Z1	*Unplanned purchasing*	(Andrean et al., 2025)
		Z2	*Urge to buy*	
		Z3	*Ignoring consequences*	
		Z4	*Buying to relieve stress*	
		Z5	*Post-purchase satisfaction*	
		Z6	*Lack of self-control*	

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya dalam menangani model yang melibatkan variabel interaksi atau moderasi secara simultan, sekaligus tidak mensyaratkan data berdistribusi normal sebagaimana dipersyaratkan dalam metode kovarian (Hair et al., 2022). Proses analisis dilaksanakan melalui dua

tahap berurutan.

Pada tahap pertama, evaluasi model pengukuran dilakukan untuk memastikan kualitas instrumen melalui pengujian: (a) reliabilitas instrumen dinilai dari nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (rho_c) dengan ambang batas ≥ 0,70; (b) validitas konvergen diverifikasi melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) ≥ 0,50 dan *outer loading* setiap indikator ≥ 0,70; serta (c) validitas diskriminan diuji menggunakan rasio *Heterotrait-Monotrait* (HTMT) dengan batas maksimum < 0,90. Tahap kedua adalah evaluasi model struktural (*inner model*), yang mencakup: (a) pengujian multikolinearitas melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan batas aman < 5; (b) pengukuran kekuatan prediksi model melalui koefisien determinasi (R^2); serta (c) pengujian hipotesis menggunakan metode *bootstrapping* dengan 5.000 sampel ulang, di mana hipotesis dinyatakan didukung apabila nilai *p-value* < 0,05. Khusus untuk pengujian efek moderasi *doom spending*, digunakan pendekatan *two-stage* pada SmartPLS yang menghasilkan variabel interaksi (Z×X) sebagai representasi pengaruh moderasi terhadap intensitas penggunaan pinjaman online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini berhasil mengumpulkan 155 responden Generasi Z yang memenuhi seluruh kriteria yang ditetapkan. Profil karakteristik responden penelitian secara ringkas disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	83	53,5%
	Perempuan	72	46,5%
Usia	18-21 Tahun	43	27,7%
	22-25 Tahun	54	34,8%
	26-29 Tahun	58	37,4%
Domisili	Cirebon	155	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki (53,5%) dan didominasi kelompok usia 26-29 tahun (37,4%), yang mengindikasikan bahwa Generasi Z pada tahapan usia lebih matang cenderung lebih aktif memanfaatkan layanan pinjaman online seiring dengan semakin kompleksnya kebutuhan dan tanggung jawab finansial yang mereka hadapi. Seluruh responden berdomisili di Cirebon, sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditetapkan.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Tahap ini mencakup pengujian validitas konvergen melalui nilai *outer loading* setiap indikator, yang menggambarkan seberapa kuat masing-masing indikator merepresentasikan konstruk yang diukurnya. Seluruh indikator dipersyaratkan memiliki nilai *outer loading* ≥ 0,70 agar dapat dinyatakan valid. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Outer Loading

Indikator	X	Y	Z	Z x X
X1	0,924			
X2	0,900			
X3	0,856			

X4	0,794			
X5	0,843			
X6	0,885			
Y1		0,814		
Y2		0,823		
Y3		0,833		
Y4		0,822		
Y5		0,874		
Y6		0,666		
Z1			0,807	
Z2			0,890	
Z3			0,907	
Z4			0,897	
Z5			0,820	
Z6			0,827	
Z x X				1,000

Sumber: Output SmartPLS diolah, 2026.

Tabel 3 memperlihatkan bahwa nilai *outer loading* seluruh indikator berada dalam rentang yang memadai: konstruk literasi keuangan (X) antara 0,794–0,924, penggunaan pinjaman online (Y) antara 0,666-0,874, dan *doom spending* (Z) antara 0,807–0,907. Meskipun indikator Y6 mencatat nilai 0,666 sedikit di bawah ambang 0,70 nilai AVE konstruk Y secara keseluruhan tetap memenuhi syarat minimum, sehingga indikator ini masih dapat dipertahankan sejalan dengan pertimbangan Hair et al. (2022). Variabel interaksi Z×X memperoleh nilai 1,000 sebagai karakteristik bawaan pendekatan *two-stage* dalam SmartPLS. Hasil ini secara keseluruhan menegaskan bahwa setiap indikator telah mengukur konstruknya secara konsisten.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konvergen

Konstruk	Cronbach's alpha	(rho_a)	(rho_c)	(AVE)
X	0.934	0.943	0.948	0.753
Y	0.895	0.921	0.918	0.653
Z	0.940	0.960	0.944	0.738

Sumber: Output SmartPLS diolah, 2026.

Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi standar reliabilitas dan validitas konvergen, dengan nilai *Composite Reliability* (rho_c) berkisar 0,918–0,948 dan *Cronbach's Alpha* 0,895-0,940, keduanya melampaui batas minimum 0,70. Nilai AVE masing-masing konstruk juga berada di atas 0,50 (X = 0,753; Z = 0,738; Y = 0,653), yang mengonfirmasi bahwa setiap konstruk mampu menjelaskan lebih dari separuh ragam indikator-indikatornya.

Tabel 5. Uji Validitas Diskriminan (HTMT)

Variabel	X	Y	Z
X			
Y	0,623		
Z	0,138	0,144	

ZxX	0,087	0,726	0,156

Sumber: Output SmartPLS diolah, 2026.

Sementara itu, Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh nilai HTMT antarkonstruk berada jauh di bawah batas 0,90, dengan nilai tertinggi pada pasangan Z×X terhadap Y sebesar 0,726 dan terendah pada pasangan Z×X terhadap X sebesar 0,087. Kondisi ini memastikan bahwa setiap konstruk dalam model terdiferensiasi secara jelas satu sama lain, tanpa tumpang tindih pengukuran.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Untuk mengetahui kekuatan prediksi model konseptual yang dibangun, evaluasi model struktural dilakukan. Tabel 6 menunjukkan koefisien determinasi R^2 untuk menghitung tingkat variasi perubahan variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Koefisien determinasi (R^2)

Variabel	R-square	Adjusted R-square	Interpretasi
Y	0,760	0,755	Kuat

Sumber: Output SmartPLS diolah, 2026.

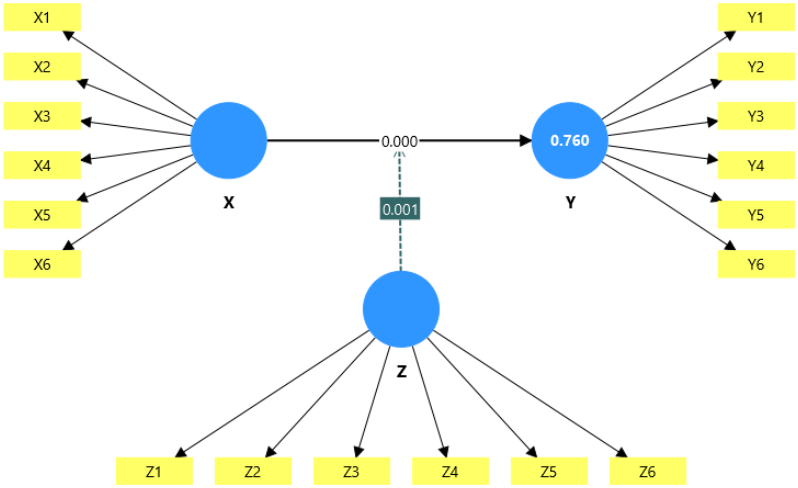
Tabel 6 mencatat nilai R^2 sebesar 0,760 dan *adjusted* R^2 sebesar 0,755, yang berarti model mampu menjelaskan 76,0 persen variasi penggunaan pinjaman online. Mengacu pada kriteria Hair et al. (2022), nilai ini masuk kategori kuat (> 0,67), menandakan bahwa literasi keuangan dan *doom spending* baik secara langsung maupun melalui interaksi moderasi merupakan prediktor yang sangat relevan dalam menjelaskan perilaku pinjaman online Generasi Z di Cirebon.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)

Variabel	VIF	Keterangan
X	1.018	Tidak ada multikolinearitas
Z	1.052	Tidak ada multikolinearitas
X x Z	1.054	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: Output SmartPLS diolah, 2026.

Tabel 7 mengonfirmasi tidak adanya masalah multikolinearitas dalam model, dengan seluruh nilai VIF variabel prediktor termasuk variabel interaksi Z×X berada pada rentang 1,018-1,054, jauh di bawah batas toleransi 5. Hal ini memastikan bahwa estimasi koefisien jalur yang dihasilkan dapat diandalkan. Gambar 1 menyajikan diagram jalur (*path diagram*) hasil olah data menggunakan SmartPLS melalui prosedur *bootstrapping*.



Gambar 1. Hasil Evaluasi Model Struktural Jalur SmartPLS
Sumber: Output SmartPLS diolah, 2026.

Gambar 1 menunjukkan diagram jalur (*path diagram*) SmartPLS hasil prosedur *bootstrapping*. Visualisasi model struktural ini menampilkan nilai R^2 pada konstruk Penggunaan Pinjaman Online (Y) sebesar 0,760, yang berarti variasi variabel dependen mampu dijelaskan oleh model sebesar 76,0%. Sementara itu, angka pada garis panah mencerminkan nilai *p-value*, di mana pengaruh langsung Literasi Keuangan (X) terhadap Y bernilai 0,000, dan efek interaksi moderasi ($Z \times X$) bernilai 0,001. Karena kedua nilai *p-value* tersebut < 0,05, secara visual dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung literasi keuangan bersifat signifikan dan *doom spending* terbukti kuat bertindak sebagai variabel moderator.

Hasil Uji Hipotesis

Metode *bootstrapping* digunakan untuk menguji hipotesis dengan 5.000 sampel ulang. Tabel 7 menunjukkan hasil signifikansi dari koefisien jalur pengaruh langsung dan interaksi moderasi.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Jalur	(β)	T-Statistik	P-Value	Keterangan
H1	X → Y	0.567	6.812	0.000	Diterima
H2	X × Z → Y	0.468	3.213	0.001	Diterima

Sumber: Output SmartPLS diolah, 2026.

Tabel 8 merangkum hasil pengujian hipotesis melalui prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 sampel ulang. H1 diterima dengan koefisien jalur X→Y sebesar 0,567, T-Statistik 6,812, dan *p-value* 0,000, yang membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman online. H2 juga diterima dengan koefisien interaksi Z×X→Y sebesar 0,468, T-Statistik 3,213, dan *p-value* 0,001, yang membuktikan bahwa *doom spending* secara signifikan memperkuat pengaruh tersebut. Kedua nilai *p-value* yang berada di bawah 0,05 menegaskan bahwa seluruh jalur dalam model terbukti signifikan secara statistik.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Pinjaman Online (H1)

Pengujian hipotesis pertama menghasilkan bukti bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan pinjaman online pada Generasi Z di Cirebon, sehingga H1 dinyatakan diterima. Arah temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman keuangan yang dimiliki Generasi Z, semakin besar pula

kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan pinjaman online secara aktif. Meskipun hasil ini tampak bertentangan dengan asumsi umum bahwa individu yang melek keuangan seharusnya lebih selektif dalam menggunakan kredit, temuan ini justru sangat dapat dipahami ketika dikontekstualisasikan dengan kondisi lapangan responden. Mayoritas responden merupakan Generasi Z berusia 26-29 tahun yang secara ekonomi sudah aktif, namun berdomisili di Cirebon dengan tingkat pengangguran usia muda yang tinggi dan akses terhadap kredit perbankan konvensional yang terbatas. Dalam situasi tersebut, pinjaman online menjadi instrumen likuiditas yang paling cepat dan mudah dijangkau. Perbedaan antara pengguna berliterasi tinggi dan rendah bukan terletak pada keputusan untuk meminjam atau tidak, melainkan pada cara mereka menjalankan keputusan tersebut: mereka mampu menyeleksi platform yang telah terdaftar dan diawasi OJK, memahami struktur bunga yang berlaku, serta mengestimasi kemampuan bayar sebelum mengajukan permohonan pinjaman.

Penguasaan teknis inilah yang secara tidak langsung memunculkan *overconfidence bias*, yaitu kecenderungan individu untuk menaksir kapasitas diri dalam mengelola risiko keuangan melebihi kemampuan yang sesungguhnya. Sejumlah kajian membuktikan bahwa kalangan muda yang memiliki tingkat kepercayaan diri berlebih terhadap kemampuan keuangannya justru lebih rentan terhadap perilaku pinjam-meminjam yang kurang sehat, karena rasa percaya diri yang berlebih tersebut secara bertahap mengikis kewaspadaan terhadap risiko kredit secara kumulatif (Cwynar et al., 2020). Mekanisme serupa bekerja dalam penelitian ini: literasi keuangan tidak berfungsi sebagai faktor penahan, melainkan sebagai modal yang memperlancar dan melegitimasi akses terhadap kredit digital karena individu merasa sudah cukup kompeten untuk mengelola konsekuensinya

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan perspektif *Efficient Market Hypothesis* (Fama, 1970) yang menyatakan bahwa individu dengan akses dan pemahaman atas informasi keuangan yang lebih baik akan lebih aktif berpartisipasi dalam berbagai instrumen keuangan, termasuk kredit digital. Lusardi & Mitchell, 2023 juga menegaskan bahwa literasi keuangan meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan finansial yang lebih kompleks, yang dalam konteks Generasi Z Cirebon terwujud dalam keberanian memanfaatkan pinjaman online sebagai solusi likuiditas yang dinilai lebih efisien dibandingkan dengan jalur perbankan konvensional.

Secara empiris, hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Mulyawan et al. (2025) yang menemukan bahwa pemahaman keuangan yang lebih baik mendorong individu lebih aktif memanfaatkan pinjaman online karena hambatan psikologis untuk meminjam berkurang, serta Zakaria et al. (2025) yang mencatat bahwa literasi keuangan dan kemudahan teknologi bekerja sinergis dalam meningkatkan intensitas penggunaan pinjaman online pada Generasi Z. Meski demikian, konteks penelitian ini memiliki kekhasan tersendiri: responden Cirebon menghadapi tekanan ekonomi yang lebih nyata, sehingga dorongan mengakses pinjaman online merupakan perpaduan antara kecakapan teknis dan kebutuhan finansial yang riil, bukan semata kepercayaan diri finansial. Jannata & Suhartini, 2023 turut mengonfirmasi bahwa pemahaman keuangan yang lebih baik menurunkan persepsi risiko terhadap pinjaman online, yang secara langsung mendorong intensitas penggunaannya. Sementara itu, temuan ini berbeda dari penelitian Poernama et al. (2025) dan Pemelia et al. (2024) yang menemukan hubungan negatif. Perbedaan ini kemungkinan besar bersumber dari perbedaan profil responden pada sampel penelitian tersebut, Tekanan ekonomi yang dihadapi relatif lebih rendah sehingga literasi keuangan benar-benar berfungsi sebagai faktor pelindung, sementara pada Generasi Z Cirebon, literasi keuangan justru berperan sebagai

kapabilitas yang memampukan individu mengakses solusi finansial secara lebih efisien.

Temuan ini mengandung implikasi penting program literasi keuangan perlu disertai penguatan kesadaran risiko jangka panjang agar pengetahuan yang diperoleh tidak hanya meningkatkan kemampuan akses terhadap kredit, tetapi juga mendorong penggunaan kredit yang benar-benar proporsional dengan kebutuhan dan kapasitas finansial individu.

Peran Doom Spending sebagai Variabel Moderasi (H2)

Hasil dari pengujian hipotesis kedua, terbukti bahwa *doom spending* memiliki efek moderasi yang positif dan signifikan terhadap literasi keuangan dalam hal penggunaan pinjaman online. Oleh karena itu, H2 diterima. Arah moderasi yang positif ini menunjukkan bahwa kehadiran *doom spending* justru memperkuat, bukan memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap intensitas penggunaan pinjaman online. Untuk memahami mengapa hal ini terjadi, perlu dipahami terlebih dahulu apa yang melatarbelakangi *doom spending* di kalangan responden. Pada Generasi Z Cirebon, kondisi pemicunya sangat konkret: tingginya angka pengangguran usia muda yang mencapai 23,34 persen (BPS, 2025), ketidakpastian prospek pekerjaan, serta tekanan gaya hidup yang terus diperkuat oleh paparan media sosial secara intensif, secara bersama-sama membentuk kondisi psikologis yang rentan terhadap perilaku belanja impulsif berbasis emosi (Hernawati, 2025). Ketika Generasi Z merasa frustrasi atau pesimis terhadap situasi ekonominya, dorongan untuk berbelanja sebagai mekanisme pelarian menjadi sangat kuat, terlepas dari ketersediaan dana yang dimiliki saat itu.

Di sinilah *doom spending* berinteraksi dengan literasi keuangan dan menghasilkan temuan yang dapat dijelaskan melalui mekanisme *motivated reasoning* (Kunda, 1990) dan kerangka *Dual Process Theory* (Goldberg, 2013). Konsep ini menjelaskan bahwa individu cenderung mendayagunakan kemampuan berpikirnya bukan untuk mengevaluasi apakah suatu keputusan itu bijak, melainkan untuk membenarkan keputusan yang sesungguhnya telah lebih dulu terbentuk oleh dorongan emosional. Dalam kondisi *doom spending*, individu yang memiliki literasi keuangan tinggi tidak lagi menggunakan pengetahuannya untuk mempertanyakan "apakah saya benar-benar perlu meminjam?", melainkan untuk menjawab "bagaimana cara meminjam dengan paling cepat dan paling aman?" Kondisi ini diperparah oleh melemahnya Sistem 2 yang analitis akibat beban psikologis yang menumpuk, suatu kondisi yang dikenal sebagai *ego depletion* (Baumeister et al., 1998). sehingga pengetahuan keuangan yang dimiliki tidak lagi berperan sebagai pertimbangan rasional, melainkan dimanfaatkan untuk melayani dan memperlancar dorongan emosional Sistem 1.

Setidaknya tiga faktor memperkuat mekanisme tersebut dalam konteks penelitian ini. Pertama, tekanan psikologis akibat ketidakpastian ekonomi yang dialami Generasi Z Cirebon menciptakan dorongan pelarian emosional yang sangat kuat menuju perilaku konsumsi berlebihan, terlepas dari kemampuan finansial yang dimiliki (Hernawati, 2025). Kedua, fenomena FOMO yang masif akibat paparan media sosial yang intensif terbukti menjadi pemicu pembelian impulsif yang bahkan lebih dominan dibandingkan sekadar motivasi hedonis, dan dalam banyak kasus dorongan ini dieksekusi melalui layanan pinjaman online (Rafiah et al., 2025). Ketiga, paparan konten digital yang dipersonalisasi secara algoritmik mulai dari iklan bertarget, konten *influencer*, hingga promosi belanja daring secara terus-menerus merangsang keinginan membeli bahkan ketika kondisi keuangan tidak mendukung, sehingga melemahkan kapasitas kendali rasional individu secara perlahan (Andrean et al., 2025)

Secara empiris, Febina et al., (2026) dan Husnayetti et al., (2026) telah membuktikan bahwa

doom spending secara langsung mendorong pemanfaatan layanan pembiayaan digital. Penelitian ini menambahkan satu dimensi baru yang belum banyak dikaji: *doom spending* tidak hanya bekerja secara langsung terhadap perilaku pinjaman, tetapi juga beroperasi sebagai moderator yang secara fundamental mengubah sifat dan fungsi literasi keuangan itu sendiri dari yang seharusnya menjadi pengendali, menjadi akselerator akses pinjaman online.

Secara keseluruhan, temuan ini menggarisbawahi sebuah paradoks penting dalam kajian perilaku keuangan: peningkatan literasi keuangan yang selama ini dijadikan solusi utama untuk menekan risiko penggunaan pinjaman online yang berlebihan justru dapat menghasilkan efek berlawanan ketika tidak disertai penguatan ketahanan psikologis individu. Literasi keuangan yang tinggi tanpa kemampuan mengelola emosi hanya akan melahirkan individu yang lebih efisien dalam mengakses pinjaman online, bukan yang lebih bijak dalam memanfaatkannya. Oleh karena itu, program literasi keuangan yang semata berfokus pada transfer pengetahuan teknis tanpa menyentuh aspek pengelolaan emosi dan penguatan kendali diri berisiko menciptakan pengguna pinjaman online yang lebih terampil secara teknis, namun belum tentu lebih bertanggung jawab secara finansial.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman online pada Generasi Z di Cirebon, sehingga H1 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu, semakin besar kecenderungannya untuk memanfaatkan layanan pinjaman online secara aktif, yang mencerminkan bahwa pemahaman terhadap produk keuangan digital mendorong partisipasi yang lebih intensif, bukan pembatasan diri. Selain itu, terbukti bahwa doom spending memoderasi secara positif dan memiliki dampak yang signifikan terhadap literasi keuangan terhadap penggunaan pinjaman online, sehingga H2 juga diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika individu memiliki kecenderungan belanja impulsif yang berbasis emosi, pengetahuan keuangan mereka justru dialihfungsikan untuk membantu mereka mendapatkan pinjaman online daripada mencegahnya.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian perilaku keuangan dengan membuktikan bahwa peningkatan literasi keuangan tidak secara otomatis menurunkan risiko penggunaan pinjaman online apabila tidak disertai dengan penguatan ketahanan psikologis individu. Secara praktis, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan akan pendekatan edukasi keuangan yang lebih komprehensif yang menggabungkan pengetahuan keuangan kognitif dengan bantuan psikologis untuk mengatasi kecenderungan pembelanjaan berlebihan, terutama bagi Generasi Z yang tinggal di wilayah Cirebon. Untuk meningkatkan pemahaman tentang perilaku penggunaan pinjaman online, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan menyertakan variabel tambahan yang relevan, seperti kontrol diri dan literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Andrean, R., Fikri, M. K., & Wulan, E. R. (2025). DOOM SPENDING AMONG GENERATION Z: AN ANALYSIS OF IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR ON E-COMMERCE PLATFORMS. *JMIF: Journal of Management and Islamic Finance*, *5*(1), 157–176.

https://doi.org/https://doi.org/10.22515/j mif.v5i2.13289

Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Muraven, M., & Tice, D. M. (1998). Ego depletion: Is the active self a limited resource? *Self-Regulation and Self-Control: Selected Works of Roy F. Baumeister*, *74*, 16–44. https://doi.org/10.4324/9781315175775

Bisnis.com. (2025). *Pinjol Paling Banyak Aduan, Warga Cirebon Keluhkan Bunga Tinggi & Cara Penagihan*. Bisnis.Com. https://bandung.bisnis.com/read/20250604/550/1882378/pinjol-paling-banyak-aduan-warga-cirebon-keluhkan-bunga-tinggi-cara-penagihan#goog_rewarded

BPS. (2025). *Tingkat Pengangguran Terbuka menurut kelompok usia muda 2020–2025*. *Jakarta: Badan Pusat Statistik*.

Cainglet, Y. P., Hortillo, J. N. M., & Tan, R. D. (2022). Financial Literacy , Attitude , and Behavior of Female and Male College Students : The Case of the University of the Philippines Visayas. *Philippine Journal of Social Sciences and Humanities*, *27*, 52–70.

Cwynar, A., Cwynar, W., Patena, W., & Sibanda, W. (2020). Young adults' financial literacy and overconfidence bias in debt markets. *International Journal of Business Performance Management*, *21*(1–2), 95–113. https://doi.org/10.1504/IJBPM.2020.106117

Fama, E. F. (1970). American Finance Association Efficient Capital Markets : A Review of Theory and Empirical Work Author (s): Eugene F . Fama Source : The Journal of Finance , Vol . 25 , No . 2 , Papers and Proceedings of the Twenty- Eighth Annual Meeting of the American. *The Journal of Finance*, *25*(2), 383–417.

Febina, F., Lathief, M., & Nasution, I. (2026). THE INFLUENCE OF SHARIA FINANCIAL LITERACY ON THE DOOM SPENDING BEHAVIOR OF GENERATION Z STUDENTS USING E-COMMERCE. *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)*, *10*(01), 612–622. https://doi.org/https://doi.org/10.33751/jhss.v10i1.122

Goldberg, L. R. (2013). Thinking, Fast and Slow, by D. Kahneman. *Quantitative Finance*, *13*(2), 177–179. https://doi.org/10.1080/14697688.2012.710501

Hair, J. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.

Hernawati, R. (2025). Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh FOMO dan Doom Spending terhadap Manajemen Keuangan Individu. *Management & Accounting Expose*, *8*(2), 12–26.

Husnayetti, Novida, I., Astuti, T. B., Junarti, & Wahid, A. (2026). Doom Spending and Financial Health Among Millennials and Gen Z in the Digital Era. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, *10*(01), 350–362. https://doi.org/https://doi.org/10.51505/IJEBMR.2026.1018

Indriastuti, P., Hartini, E. F., Sismadi, W., Bogor, K., & Bogor, K. (2025). Pengambilan Keputusan Pinjaman Online Dan Faktor Yang Mempengaruhi. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *20*(1), 241–252.

Jannata, P. M., & Suhartini, D. (2023). Literasi Keuangan dan Minat Menggunakan Pinjaman Online: Kajian Literatur pada Generasi Digital. *BAJ (Behavioral Accounting Journal)*, *6*(2), 2615–7004. http://baj.upnjatim.ac.id

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Econometrica Volume 47 March, 1979 NUMBER 2 Prospect Theory: An analsysis of decision under risk,. *Journal of the Econometric Society*, *47*(2), 263–292.

Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E., & Vartiainen, T. (2023). Financial literacy in the digital age—A research agenda. *Journal of Consumer Affairs*, *57*(1), 507–528. https://doi.org/10.1111/joca.12510

Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, *108*(3), 480–498. https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.3.480

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The Importance of Financial Literacy: Opening a New Field. *Journal of Economic Perspectives*, *37*(4), 137–154. https://doi.org/10.1257/jep.37.4.137

Lwanga, s. K., & Lemeshow, S. (1991). *SAMPLE SIZE DETERMINATION IN HEALTH STUDIES*.

Mulyawan, I. B. A. P., Asana, G. H. S., & Oktaviani, L. (2025). Balance : Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pengaruh Literasi Keuangan dan Tingkat Pendidikan Terhadap. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *4*(1), 236–245.

OJK. (2025a). *Statistik fintech lending nasional Agustus 2025*. *OJK*. https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Agustus-2025.aspx

OJK. (2025b). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025*. *OJK*. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2024.aspx

Pemelia, E., Luqman, Y., & Ayun, P. Q. (2024). PENGARUH TERPAAN BERITA KASUS PINJAMAN ONLINE DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE. *Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 17–18.

Poernama, S. A., Achdiani, Y., & Abdulla, M. N. A. (2025). SENTRI : Pinjaman Online , Konsumerisme , dan Krisis Finansial Generasi Z. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *4*(8), 977–985.

Rafiah, A. D., Rohayati, N., & Pertiwi, A. (2025). Generasi Z dan Doom Spending : Analisis Prediktor Motivasi Belanja Hedonis dan Fomo terhadap Pembelian Impulsif di Era Digital Generation Z and Doom Spending : A Predictor Analysis Hedonic Shopping Motivation and Fomo Towards Impulsive Buying in The Digit. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, *10*(2), 258–267. https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Psikoislam/article/view/32032/12075

Zakaria, F., Panjaitan, R., & Mahmud, M. (2025). Pengaruh Keputusan Generasi Z terhadap Pinjaman Online: Peran Kemudahan Penggunaan sebagai Moderasi. *Jesya Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *8*(2), 822–829. https://doi.org/10.36778/jesya.v8i2.1990