

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi sosial masyarakat Indonesia disebabkan karena kemajuan teknologi masa kini. Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi mengalami kemajuan pesat yang telah mengubah cara kita bersosialisasi, berinteraksi, dan yang terpenting berbelanja. Sektor ekonomi adalah contoh kemajuan teknologi yang paling cepat.

Kemajuan teknologi ini mempunyai peranan yang signifikan dalam perekonomian Indonesia (Naution et al., 2021). Dengan perkembangan teknologi di bidang *e-commerce*, digital dan *startup*, termasuk sektor keuangan. Hal ini menjadi tren perkembangan teknologi saat ini khususnya *fintech* (*financial technology*). *Financial technology* ini akan terus tumbuh dan berkembang di Indonesia (Rahmawati & Mirati, 2022)

Fintech merupakan perkembangan yang berasal dari industri keuangan. Perusahaan di industri keuangan yang menggunakan teknologi dikenal sebagai *fintech* (Wisnu Panggah setiyono, 2021). Hal ini juga berarti bahwa teknologi memiliki keuntungan dalam meningkatkan, mempercepat, dan mentransformasi banyak aspek layanan keuangan.

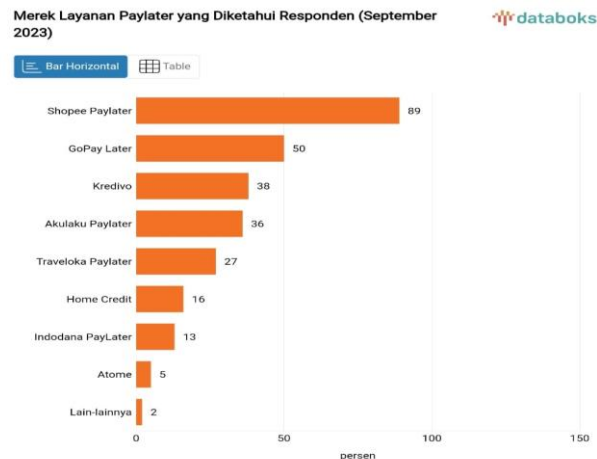
Keberadaan *Fintech* menawarkan keamanan dan kemudahan dalam bertransaksi keuangan. Semua transaksi keuangan dapat diakses dengan satu

perangkat elektronik, dan dapat diselesaikan kapan saja dan dari mana saja. *Paylater* adalah salah satu inovasi dalam bidang *financial technology (fintech)* yang kini semakin populer di kalangan masyarakat. Sistem *Paylater* bekerja dengan konsep dasar "beli sekarang, bayar nanti", di mana konsumen dapat memperoleh barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati saat pengajuan kredit. (Prastiwi & Fitria, 2021). Model bisnis utama sejumlah situs *e-commerce* terkenal, termasuk Shopee, Traveloka, Tokopedia, Lazada, dan BliBli adalah *Paylater*.

Shopee adalah platform e-niaga yang didukung oleh layanan *Paylater*. Bergantung pada kebutuhan, masyarakat dari semua lapisan masyarakat Indonesia dapat menggunakan Shopee, pasar online untuk jual beli. Penggunaan *Shopee Paylater* hampir sama dengan penggunaan kartu kredit yang membedakan hanyalah suku bunga dan batasan penggunaan. Yang membedakan *Shopee Paylater* dengan kartu kredit adalah kemudahan dan kecepatan proses pembuatannya.

Selain mudah digunakan, *Paylater* tidak memerlukan jaminan khusus sebelum pengajuan dapat dilakukan. *Shopee PayLater* populer di kalangan Generasi Z, terutama pelajar/mahasiswa. Mereka memilih model "beli sekarang, bayar nanti" sebagai manfaat dari kemajuan teknologi. Mereka mampu membeli apa pun yang mereka butuhkan atau inginkan meskipun uang mereka belum cukup (Amri et al., 2023). Ini memberikan kemudahan dalam pembelian bagi Generasi Z, khususnya bagi mahasiswa. (Yuliani, 2023). Garis

besar layanan pengguna paylater yang sering digunakan di Indonesia ditunjukkan di bawah ini:



Gambar 1 Layanan *PayLater* (Databoks Bulan September 2023)

Berdasarkan data pada Gambar 1, metode pembayaran *Shopee PayLater* banyak digemari masyarakat umum. *Shopee Paylater* adalah layanan yang paling populer digunakan pada tahun 2023 dengan tingkat layanan sebesar 89%. Hal ini menunjukkan kepercayaan konsumen terhadap layanan *Paylater* khususnya pada *e-commerce* Shopee karena keamanan dan kemudahan aksesnya.

Dengan adanya kemudahan yang diberikan oleh Shopee, masyarakat dapat merasakan dampak positif dan negatif dari Shopee. Namun, ketika masyarakat kehilangan kendali terhadap dirinya di tengah perkembangan teknologi, hal ini dapat berdampak negatif di era globalisasi. Salah satu kelompok masyarakat yang mudah terpengaruh oleh dampak negatif ini adalah mahasiswa. (Azizah, 2020).

Diharapkan mahasiswa memiliki kemampuan mengelola keuangan pribadi agar dapat mengatur keuangan secara efektif dan mengekang perilaku konsumsi (Yahya, 2021). Globalisasi telah berdampak pada perkembangan ekonomi suatu negara, termasuk Indonesia. Selain itu, cara orang mengelola keuangan pribadi mereka juga dipengaruhi oleh globalisasi. Tidak sedikit individu mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan pribadinya, salah satunya disebabkan oleh ketidaksanggupan dalam membedakan antara kebutuhan yang bersifat prioritas dan keinginan yang cenderung bersifat konsumtif. Individu yang mampu mengelola sumber daya keuangannya secara terencana dan sistematis dapat dikatakan telah menerapkan manajemen keuangan pribadi. Dengan mempraktikkan manajemen keuangan pribadi yang baik, siapa pun dapat menetapkan tujuan, memanfaatkan uang secara bijaksana untuk mencapainya, dan menghentikan perilaku konsumtif. Praktik mengatur, mengawasi, dan mengelola uang sendiri atau keluarga dikenal sebagai pengelolaan keuangan pribadi (Sina & Noya, 2012).

Perilaku konsumen telah meningkat bagi banyak mahasiswa saat ini, terutama ketika mereka mencoba produk baru. Perilaku konsumsi yang tidak terkendali merupakan hasil dari meningkatnya permintaan untuk memenuhi keinginan, dan pihak-pihak tertentu memanfaatkan kecenderungan ini untuk menjual sepatu, pakaian, dan kosmetik kepada mahasiswa, di antara barang-barang lainnya. Tanpa persiapan keuangan yang tepat, suasana sosial di antara

mahasiswa sering kali mendorong perilaku boros yang dapat berdampak negatif pada keuangan mereka (Suryani & Achiria, 2019).

Menurut Tajuddien & Praditya, (2022) Perilaku konsumtif dianggap terjadi ketika suatu produk digunakan secara berlebihan. Sedangkan menurut Ismania & Abdurrohman, (2023) Pengeluaran yang berlebihan untuk memuaskan keinginan sesaat dikenal sebagai perilaku konsumtif, bahkan ketika produk tersebut tidak memenuhi kebutuhan saat ini. Perilaku konsumtif merupakan perilaku pembelian produk berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan. Mahasiswa bukanlah satu-satunya orang yang dapat terlibat dalam perilaku konsumen. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai perilaku pembelian yang dimotivasi oleh keinginan yang telah berkembang ke tingkat yang tidak masuk akal daripada yang masuk akal (Yuniarti, 2015).

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh sejumlah elemen dalam konteks keuangan. Tingkat literasi keuangan seseorang dianggap sebagai salah satu faktor yang memengaruhi perilaku keuangannya. Literasi keuangan adalah kemampuan dasar yang diperlukan untuk membuat keputusan finansial yang cerdas / tepat (Kusnandar & Kurniawan, 2020). Literasi keuangan adalah keterampilan yang diperlukan untuk memahami dan mengelola aspek keuangan setiap orang untuk menetapkan prioritas saat mengelola uang mereka. Kesalahan pengelolaan keuangan terkadang dapat disebabkan karena ketidaksanggupan seseorang dalam memahami cara membagi pendapatan dan

kecenderungan mereka untuk menjalani gaya hidup yang boros (Wahyuni et al., 2023).

Berdasarkan hasil Survei Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional (SNLIK) 2024, 65,43% penduduk Indonesia melek finansial. Sebanyak 70% anak muda yang berusia 18 hingga 25 tahun telah melek finansial. Hal ini menunjukkan bahwa individu mulai memahami dan menggunakan produk keuangan secara lebih efektif. Mahasiswa dapat menghindari perilaku konsumtif dengan menggunakan *Shopee Paylater* yang dipadukan dengan kesadaran finansial yang baik. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih siap untuk mengelola dan mengatur keuangan mereka, serta membuat keputusan cerdas saat berbelanja (Manik & Dalimunthe, 2019). Mahasiswa perlu memiliki literasi keuangan karena mereka akan menjadi generasi yang menghadapi masalah keuangan yang lebih rumit. Mahasiswa harus menghadapi biaya kuliah yang meningkat, persaingan yang ketat untuk mendapatkan pekerjaan, dan kesulitan pengelolaan keuangan lainnya (Khaira, 2020). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tulie Fatin et al., (2024) “Literasi keuangan memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif”. Sementara itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Grace Sriati Mengga et al., (2023) menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Kristen Indonesia Toraja. Berdasarkan kedua penelitian diatas diperoleh *research gap*. Oleh sebab itu,

penulis tertarik untuk meneliti kembali apakah literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa.

Pengendalian diri / kontrol diri merupakan elemen kedua yang memengaruhi perilaku konsumen. Pengendalian diri merupakan kemampuan individu dalam mengatur pikiran, emosi, dan perilakunya guna mencapai tujuan jangka panjang yang dianggap lebih bernilai. Salah satu sifat psikologis adalah pengendalian diri, yang mencakup kemampuan untuk mengubah perilaku seseorang, mengatur informasi, dan membuat keputusan berdasarkan apa yang diyakininya (DURI, 2021). Kapasitas individu untuk menyesuaikan perilaku, mengendalikan pengetahuan, dan membimbing tindakan sesuai dengan ide adalah cara lain untuk mendefinisikan pengendalian diri (Tripambudi & Indrawati, 2020). Mahasiswa yang mampu mengontrol diri pasti akan mengendalikan dirinya agar tidak berperilaku konsumtif (Dewi et al., 2017). Orang yang kurang mampu mengendalikan diri sering kali kesulitan memahami akibat dari tindakan mereka. Di sisi lain, mereka yang memiliki pengendalian diri yang kuat biasanya lebih sadar akan apa yang merupakan perilaku yang tepat dalam konteks yang berbeda (Chita et al., 2015). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aini et al., (2023) “terdapat pengaruh *Self Control* terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Sedangkan menurut penelitian Tulie Fatin et al., (2024) *self control* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti menemukan adanya ketidak konsistenan antara kedua penelitian tersebut. Sehingga peneliti

terdorong untuk melakukan penelitian kembali untuk membuktikan apakah *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.”

Faktor ketiga yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah sikap keuangan. Menurut (Aditya & Azmansyah, 2021) Sikap keuangan seseorang yang menunjukkan seberapa yakin mereka terhadap kemampuan mereka untuk membuat keputusan finansial yang tepat merupakan salah satu indikator seberapa baik atau buruk mereka mengelola uang mereka. Keyakinan, pendapat, dan sikap seseorang terhadap uang dapat dicirikan sebagai sikap keuangan (Tampubolon & Rahmadani, 2022). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Miranda et al., (2024) “terdapat pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.” Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rosmayanti & Salam, (2023) Perilaku konsumtif mahasiswa tidak dipengaruhi oleh sikap keuangan. Kesenjangan penelitian diidentifikasi berdasarkan dua penelitian yang disebutkan di atas. Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji ulang apakah perilaku konsumen mahasiswa dipengaruhi oleh pandangan finansial.

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah maraknya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa akibat kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital, khususnya fitur *Paylater* seperti *Shopee PayLater*. Fenomena ini muncul sebagai dampak dari perkembangan pesat teknologi digital dan *fintech* yang telah mengubah gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat Indonesia, terutama generasi muda seperti mahasiswa. Penulis

terdorong untuk menjadikan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebagai subjek penelitian karena mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Berasal dari beragam daerah dengan latar belakang sosial ekonomi yang berbeda-beda. Mengingat kemudahan akses ke *Shopee PayLater* dan fakta bahwa banyak pelajar suka berbelanja online, besar kemungkinan perilaku konsumsi berlebihan akan berkembang. Banyak mahasiswa yang lebih mengutamakan pemenuh keinginan atau gengsi daripada kebutuhan.

Berdasarkan keterangan di atas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian ini dengan harapan dapat memahami seberapa besar dampak variabel-variabel independen terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Maka dari itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Financial Literacy*, *Self Control*, dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna *ShopeePay Later* (Survey Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah “*Financial Litercay* dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif pengguna *ShopeePay Later* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo?”
2. Apakah “*Self Control* dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif pengguna *ShopeePay Later* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo?”

3. Apakah “Sikap Keuangan dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif pengguna *ShopeePay Later* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo?”
4. Apakah “*Literacy Keuangan, Self Control*, dan Sikap Keuangan dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif pengguna *ShopeePay Later* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh “*Financial Literacy* dalam mempengaruhi Perilaku Konsumtif pengguna *ShopeePay Later* pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo.”
2. Untuk menganalisis pengaruh “*Self Control* dalam mempengaruhi Perilaku Konsumtif pengguna *ShopeePay Later* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo”
3. Untuk menganalisis pengaruh “Sikap Keuangan dalam mempengaruhi Perilaku Konsumtif pengguna *ShopeePay Later* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo.”
4. Untuk menganalisis “pengaruh *Financial Literacy, Self Control* dan Sikap Keuangan dalam mempengaruhi Perilaku Konsumtif pengguna *ShopeePay Later* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo.”

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi hal-hal berikut:

a. Bagi Peneliti yang akan datang

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan "pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif," serta dapat digunakan untuk menyempurnakan penelitian berikutnya.

b. Bagi Akademis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baru tentang faktor-faktor yang berperan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dalam bidang manajemen keuangan dan perilaku konsumen.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman akademis tentang hubungan antara tingkat literasi keuangan, kontrol diri, dan sikap keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa, terutama terkait penggunaan fitur paylater seperti ShopeePay Later.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang dampak layanan keuangan berbasis teknologi, atau

layanan *paylater*, terhadap perilaku konsumtif generasi muda, khususnya mahasiswa.

