

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan mahasiswa tidak lepas dari aktivitas konsumsi, karena pada dasarnya manusia memiliki berbagai tuntutan kebutuhan untuk menunjang proses kehidupan. Kegiatan konsumsi dapat menimbulkan permasalahan ketika mahasiswa lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Sehingga sering kali mereka mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, atau dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif.¹

Perilaku konsumtif bisa diartikan sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan.² Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar pada gaya hidup mahasiswa, gaya hidup konsumtif sebuah perilaku boros, dimana perilaku tersebut mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang mendulukan keinginan semata daripada kebutuhan dengan tidak menggunakan skala prioritas. Perilaku konsumtif ini juga bisa disebut dengan kehidupan bermewah-mewah yang kemudian akan

¹ Masnida Khairat, Nur Aisyiah Yusri, and Shanty Yuliana, 'Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi', *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, (2018), Diakses melalui <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alqalb/article/view/861/684> pada tanggal 4 November 2023.

² Eni Lestarina and others, 'Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja', *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, (2017). Diakses melalui <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti/article/view/210> pada tanggal 4 November 2023.

berimbas kepada pembentukan sikap atau perilaku individu yang tidak puas dalam setiap kebutuhan dan keinginannya. Gaya hidup konsumtif merupakan gaya hidup dimana individu tersebut hanya menjadi konsumen dengan membelanjakan uangnya daripada menghasilkan sebuah produk sendiri.

Bagi kebanyakan mahasiswa, menganut gaya hidup konsumtif seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kehidupan kelompok sosial yang diidamkan. Perilaku konsumtifnya ini salah satunya banyak dilakukan dalam pembelanjaan online atau e-commerce dengan metode pembayaran nanti atau *paylater*.³

Pembelanjaan *e-commerce* dapat dilakukan oleh siapa saja tanpa adanya batasan ruang dan waktu. *E-commerce* lahir dari perkembangan teknologi yang semakin bergerak dengan cepat yang dipadukan dengan perkembangan kemajuan ekonomi tersebut. Kehadiran platform *e-commerce* ini di Indonesia pertama kali dihadirkan oleh Tokobagus.com sebagai *pioneer* di dalam perdagangan jual beli online terbesar. Tokobagus.com ini di didirikan pada 2005 oleh Remco Lupker dan Arnold Sebastian yang bekebangsaan Belanda.⁴

³ Amstrong Sembiring, *Budaya Konsumerisme, Filsafat Dan Politik Hukum*, 2010, hlm 2.

⁴ Sandryones Palinggi and Erich C. Limbongan, 'Pengaruh Internet Terhadap Industri *E-commerce* Dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia', *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNASRISTEK)*. Diakses melalui <https://www.proceeding.unindra.ac.id/index.php/semnasristek/article/view/2543> pada tanggal 2 september.

Lalu pada di tahun 2019 *e-commerce* tersebut berkembang pesat dan muncul berbagai macam platform yang hadir ditengah-tengah masyarakat seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, tiktok shop, alibaba.com. Namun Ada beberapa platform yang masyarakat sukai yaitu:



Gambar 1. 1
Pengguna e-commerce terbanyak di indonesia

Sumber: Ipricegroup

Lalu pada hasil riset yang dilakukan dari CNN Indonesia hingga pada pertengahan tahun 2023 ini aplikasi belanja shopee ini masih mendominasi pasar *e-commerce* di Indonesia dengan ditandai dari pengunjungnya lebih banyak dibandingkan dengan *e-commerce* lain. Berdasarkan data Similar Web yang memperlihatkan pada mei 2023 shopee dikunjungi oleh 161 juta pengunjung, sementara Tokopedia 106 juta orang dan lazada dengan 70 juta pengunjung.⁵

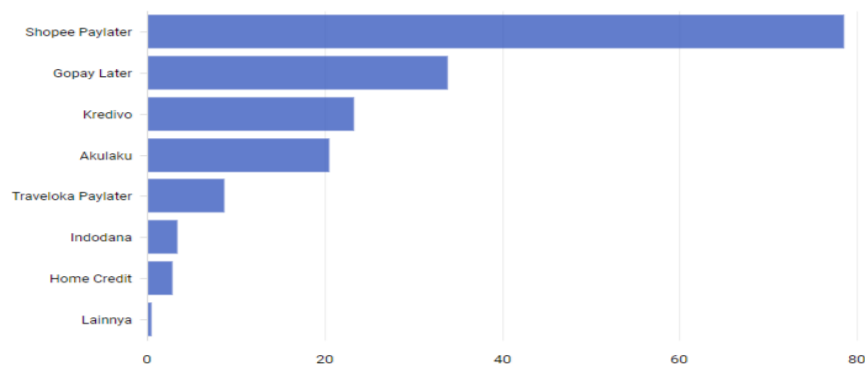
Dapat dilihat dari data diatas perkembangan era digital khususnya di dalam *bussines digital* semakin tak terelakkan dan berbanding lurus dengan perkembangan *e-commerce* maka terdapat tantangan bagi masing-masing

⁵ CNN Indonesia, 'Dominasi Pasar E-Commerce, Shopee Unggul Dari Para Pemain Lain', 2023.

perusahaan yaitu dalam strategi pemasaran produk. Strategi pemasaran yang menjadi tren saat ini bagi konsumen adalah melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran *cashless*. Metode pembayaran *cashless* ini dikemas sebagai pembayaran berikutnya sehingga pembayaran ini juga disebut *paylater* (Bayar Nanti).

Shopee merupakan salah satu bentuk Fintech (*Financial Technology*) yang memanfaatkan media internet dan digunakan untuk salah satu metode pembayaran, *e-wallet* hadir dengan membawa berbagai kemudahan dengan teknologi terkini yang dapat diakses oleh semua kalangan.

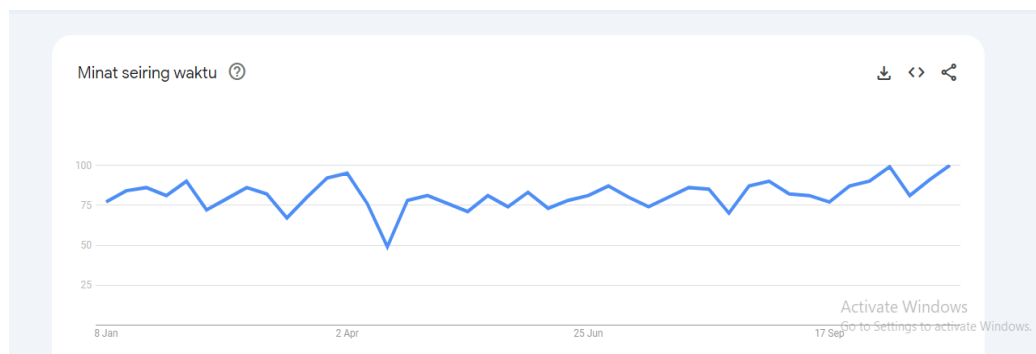
Fitur *paylater* pada Shopee ini diluncurkan pada tahun 2019 tepatnya pada bulan Mei yang merupakan salah satu metode pembayaran dalam bentuk produk layanan pinjaman khusus kepada penggunanya dengan kriteria tertentu. Dengan fitur *paylater* ini memungkinkan pengguna untuk melakukan aktivitas pembelian terlebih dahulu dan membayarnya kemudian sesuai dengan tanggal jatuh tempo pada bulan selanjutnya.



Gambar 1. 2
Paylater paling diminati tahun 2021

sumber: Dailysocial

Survei yang dilakukan Dailysocial pada tahun 2021 tentang paylater pengguna terbanyak diduduki oleh Shopee paylater, persentasenya mencapai 78,4% Kemudian, Gopay later berada pada urutan kedua sebagai fitur bayar nanti yang paling banyak diminati masyarakat, sebanyak 33,8% responden membenarkan bahwa telah menggunakan fitur paylater ini pada layanan milik Gojek. Lalu, sebanyak 23,2% responden telah menggunakan fitur paylater dari Kredivo. Selanjutnya ada di angka 20,4 persen responden telah menggunakan fitur paylater ini terhadap layanan Akulaku, Ada juga 8,6% konsumen yang menggunakan fitur paylater ini pada Indodana dan Home Credit. Lalu sisanya 0,4% menggunakan fitur paylater di layanan yang lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya angka penerimaan dan penggunaan teknologi baru di kalangan masyarakat luas.⁶



Gambar 1. 3
Grafik minat terhadap shopee paylater di indonesia tahun 2023 pada google trends

Sumber: Google Trends 2023

⁶ Cindy Mutia Annur, "Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan Pada 2021", *Databoks*. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-paylater-layanan-paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021> pada tanggal 3 September.

Berdasarkan hasil dari data google trends 2023 pada bulan 12 bulan terakhir ini pengguna shopeepaylater di Tasikmalaya berada pada urutan ke 39 dari 88 kota kota di indonesia dengan persentase sebesar 63%. Dari data Google Trends tersebut bahwa penggunaan fitur shopee pay later sudah sangat meluas pada semua kalangan masyarakat dikarenakan kemudahan dan efisiensi yang ditawarkannya yang dapat mempermudah penggunanya dalam bertransaksi.⁷

Mahasiswa menjadi salah satu target pasar dari adanya kemajuan teknologi dari paylater ini, dari penelitian yang dilakukan oleh MoneySmart.id bahwa kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan dengan persentase pengeluaran gaya hidup yakni 10,8% Hiburan (Nonton,konser), 37,7% Travelling (pemesanan tiket transportasi), 23,3% nongkrong (pembelian F&B), 7,1% Internet (pembelian paket internet dan pulsa), 21,1% Shopping (Belanja bermerk).⁸

Kemudian tingkat literasi keuangan di Indonesia juga harus mendapatkan perhatian serius karena dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi individu. Data tahun 2022 angka literasi keuangan menunjukkan bahwa hanya sekitar 49,08% penduduk Indonesia yang memiliki pemahaman yang memadai mengenai konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan uang, investasi, dan perencanaan keuangan. Angka ini mencerminkan tingkat literasi keuangan

⁷ SHOPEE Google trends, 'Google Trends, SHOPEE', *Minat Menurut Subwilayah Pengguna Shopee*, 2022. Diakses melalui <https://trends.google.co.id/trends/explore?q=SHOPE> pada tanggal 3 September.

⁸ Elpa Julita, B Idwal, and Herlina Yustati, 'Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (2022). Diakses melalui <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/6775> pada tanggal 3 September 2023.

yang masih rendah di negara ini. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan masalah ekonomi, seperti kesulitan dalam mengelola utang, kesulitan untuk menghemat uang, dan kurangnya persiapan dana darurat.

Lebih jauh, jika kita fokus pada tingkat literasi keuangan di Jawa Barat, situasinya pun belum memuaskan. Data menunjukkan bahwa hanya sekitar 56,10% penduduk Jawa Barat yang memiliki pemahaman yang memadai tentang keuangan. Tingkat literasi keuangan yang rendah di Jawa Barat dapat berdampak negatif pada pertumbuhan ekonomi daerah dan kesejahteraan penduduk.

Lalu dalam penelitian yang dilakukan oleh Martika dan Vivi⁹. Bahwa dalam hasil penelitiannya Mahasiswa aktif dari Prodi Pendidikan Universitas Negeri Surabaya menunjukkan tingkat literasi keuangan yang beragam, dengan skor rata-rata berkisar antara 44,11 hingga 63,02%. Hal ini mencerminkan berbagai tingkat pemahaman mereka tentang konsep keuangan dan manajemen uang. Meskipun ada variasi dalam literasi keuangan, tingkat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa ini tampak cukup tinggi, mencapai 72,7%.

Kemudian mengenai gaya hidup, dalam penelitian Masnida dan Shanty bahwa mahasiswa memiliki hubungan yang positif antara gaya hidup yang hedonis dengan perilaku konsumtif yang mencapai angka 55%, Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswi semester iv program studi pendidikan

⁹ Martika Siti Mubarakah and Vivi Pratiwi, 'Pengaruh E-Commerce, Uang Saku, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19', *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. Diakses melalui <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2707577> pada tanggal 6 september .

dokter universitas Baiturrahman pada sebagian besar memiliki tingkat gaya hidup hedonis yang dikategorikan tinggi.¹⁰

Dapat dilihat dari berbagai fenomena yang ada bahwa perilaku konsumtif ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya; Literasi keuangan, gaya hidup dan juga penggunaan paylater. Perilaku konsumtif ini didasarkan pada kecenderungan seorang individu kecanduan terhadap suatu aktivitas pembelian atau mengkonsumsi barang yang berlebih tentunya bersifat negatif dan membawa permasalahan baik dalam keuangan maupun dalam psikologis seseorang. Masalah perilaku konsumtif ini merupakan salah satu masalah yang paling dekat dengan seorang individu manusia karena perilaku konsumtif ini didasari oleh hasrat keinginan dan kesenangan seseorang setelah mendapatkan barang yang diinginkan dan belum tentu sangat dibutuhkannya.

Kemudian peneliti melakukan studi pendahuluan sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Pengguna Shopee paylater pada mahasiswa Universitas Siliwangi

No	Inisial	Fakultas	Nilai Transaksi	Transaksi Terakhir	Frekuensi Transaksi	Keterangan
1	GHD	FISIP	500.000	September 2023	4	Gadget
2	KML	FEB	500.000	September 2023	5	Fashion
3	RKA	FEB	2.000.000	Juni 2023	3	Handphone
4	STA	FEB	335.000	Agustus 2023	3	Fashion

¹⁰ Khairat, Yusri, and Yuliana. ' Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi' , jurnal psikologi islam. Diakses melalui <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alqalb/article/view/861/684> Pada tanggal 6 November 2023

5	MKL	FEB	300.000	Juli 2023	3	Hobi
6	PTR	FEB	4.000.000	Juni 2023	3	Kebutuhan Sehari-hari
7	MVI	FEB	350.000	28 Agustus 2023	2	Gadget
8	ARM	FAI	300.000	10 September 2023	2	Fashion (Baju)
9	NBL	FKIP	450.000	12 September 2023	4	Fashion
10	TF	FAI	80.000	11 September 2023	4	Kouta, Fashion
11	BGS	FAI	250.000	16 Agustus 2023	3	Gadget
12	RF	FAI	315.000	16 Juli 2023	4	Hobi
13	NMR	FAI	300.000	25 Agustus 2023	1	Rok
14	TTN	FAI	340.000	Juni 2023	3	Fashion (Dress)
15	SFH	FIK	450.000	5 Agustus 2023	5	Hijab,Baju ,Celana
16	DBI	FIKP	700.000	Agustus 2023	6	Peralatan Rumah Tangga
17	GD	FKIP	60.000	13 September 2023	3	Kebutuhan pribadi
18	SM	TEKNIK	275.000	10 Agustus 2023	4	Acc handphone

Berdasarkan dari hasil observasi awal yang telah dilakukan peneliti sebagai langkah awal dalam dilakukannya penelitian. Dari 18 orang mahasiswa

yang menggunakan layanan paylater, terlihat bahwa 2 di antaranya memanfaatkannya untuk kebutuhan sehari-hari. Sebagian besar dari mereka mengklaim bahwa paylater membantu mereka mengatasi situasi darurat atau keadaan mendesak. Namun, mayoritas, yakni 16 mahasiswa lainnya, lebih cenderung menggunakan paylater untuk memenuhi keinginan dan gaya hidup mereka.

Mereka sering menggunakannya untuk membeli barang-barang non-esensial seperti pakaian, peralatan elektronik, atau *Accessories Handphone* dan juga untuk hobi. Dengan frekuensi pembelian yang tinggi, rata-rata sebanyak 3 sampai 4 kali dalam sebulan, kelompok ini mungkin perlu memperhatikan kebijakan pengelolaan keuangan mereka agar tidak terjerumus dalam utang yang berlebihan. Rentang dari penggunaan paylater ini dari Rp. 60.000 sampai dengan Rp. 4.000.000 jumlah yang cukup besar menurut penulis untuk kalangan mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan fenomena yang terjadi pada mahasiswa Universitas Siliwangi maka dari itu judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Penggunaan Paylater Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Siliwangi”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Siliwangi ?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup paylater terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Siliwangi ?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Siliwangi ?
4. Bagaimana pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Siliwangi ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Siliwangi.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Siliwangi.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Siliwangi.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Siliwangi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis, diharapkan dari hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam memperluas wawasan dan pengetahuan terutama dalam bidang literasi keuangan dan bidang ekonomi *E-commerce*.
2. Manfaat praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi khususnya mahasiswa dan umumnya masyarakat luas dalam pentingnya literasi keuangan dan mengenai sistem jual beli online.