

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan seiringnya perkembangan zaman berbanding lurus dengan adanya kemajuan teknologi. Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan ialah *e-commerce* yang dapat diakses dengan internet. Adanya layanan *e-commerce* ini dapat diakses oleh siapapun dengan mudah. Hal tersebut menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba menciptakan layanan *e-commerce* yang berkualitas dan dapat dipercaya oleh konsumen. *E-commerce* menawarkan banyak kemudahan terhadap konsumen salah satunya adalah transaksi dengan metode pembayaran *cashless*. Metode pembayaran ini dikemas sebagai pembayaran yang dilakukan pada bulan berikutnya sehingga metode pembayaran ini dapat disebut juga sebagai *paylater*.

Shopee merupakan salah satu *e-commerce* penyedia layanan *paylater*, dimana shopee merupakan *platform* jual beli *online* yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat dengan menggunakan *handphone*. Aplikasi Shopee dapat memudahkan pelanggan untuk berbelanja dan bayar/*check out* dibulan berikutnya. Shopee *Paylater* merupakan metode pembayaran yang disajikan oleh PT *Commerce Finance*. *Paylater* pada aplikasi Shopee dapat digunakan pada saat melakukan pemilihan metode pembayaran dengan limit yang telah ditentukan oleh aplikasi Shopee. Adanya fitur Shopee *Paylater* ini membuat sistem pembayaran *online* semakin mudah, mulai dari persyaratan hingga proses registrasi dan aktivasi yang cukup singkat. Selain itu, Shopee *Paylater* juga terdaftar dan diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan demikian, semua data pelanggan aman.

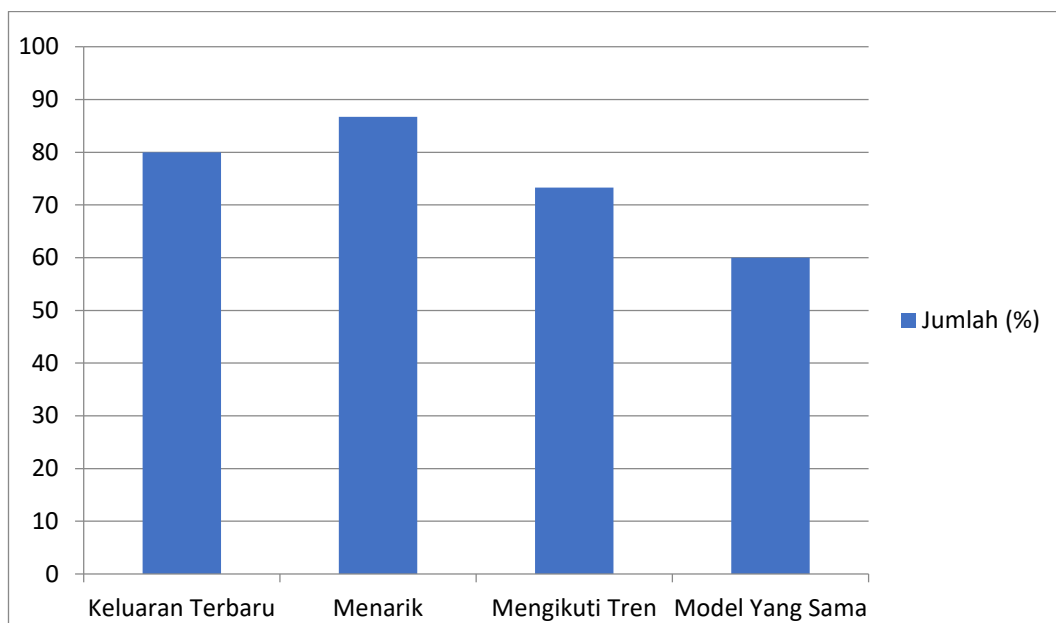
Meningkatnya minat berbelanja pada *e-commerce* dengan berbagai pilihan pembayaran terutama *paylater* membuat banyak orang penasaran dan tertarik untuk bertransaksi pembayaran secara *paylater* tidak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa menjadi salah satu target pasar dari adanya kemajuan teknologi *paylater*, tidak terkecuali mahasiswa Universitas Siliwangi. Namun disisi lain, hal inilah yang mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif karena cenderung

tidak mengabaikan keinginan untuk membeli barang yang menurutnya menarik. Semakin gemar mahasiswa bertransaksi menggunakan fitur *paylater* maka akan semakin besar pula kemungkinan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada tujuan yang rasional, melainkan didasarkan karena adanya keinginan yang sudah tidak rasional. Selaras dengan pendapat Rosyid dan Lina (2018) yang menyebutkan bahwa perilaku konsumtif ini melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhannya yang rasional, dimana pembelian suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan melainkan didasarkan pada keinginan yang berlebihan. Rosyid dan Lina (2018) juga menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dapat didasarkan pada tiga indikator, yakni aspek pembelian yang berlebihan, pembelian impulsif, dan pembelian yang tidak rasional.

Fenomena perilaku konsumtif banyak terjadi dikalangan mahasiswa, karena pada masa remaja menginjak dewasa seseorang masih mencari jati dirinya. Pada masa remaja individu akan cenderung menyukai berbagai hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal tersebut dikarenakan remaja berupaya untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas dirinya. Sementara remaja akan mengalami perubahan fisik, mental, hobi, dan keinginan (Anggraini, Fauzan, & Santhoso, 2017). Pemuasan keinginan mahasiswa menjadi tak menentu yang mengakibatkan mahasiswa menjadi lebih konsumtif. Hal tersebut dimanfaatkan oleh berbagai macam produk yang menargetkan pemasarannya kepada remaja, misalnya pakaian, kosmetik, sepatu dan lain-lain.

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian, dari 30 responden mahasiswa Universitas Siliwangi klaster ekonomi didapatkan hasil sebagai berikut:



(Sumber: Hasil Pra Penelitian 2023)

Gambar 1 1 Alasan Mahasiswa saat Membeli Barang Tidak Sesuai Kebutuhan

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa lebih dari 80% dari jumlah keseluruhan sebanyak 30 orang mahasiswa dalam pra-penelitian ini selalu ingin membeli barang dengan alasan barang tersebut merupakan keluaran terbaru. Mahasiswa ingin membeli barang yang menurutnya menarik dengan jumlah persentasi 86,7% atau sebanyak 26 orang dari total keseluruhan jumlah mahasiswa. 22 dari 30 orang mahasiswa (73,3%) dalam pra-penelitian ini sangat sering membeli barang baru dengan alasan ingin mengikuti tren. Sebanyak 18 dari 30 orang atau 60% mahasiswa selalu ingin membeli barang dengan model yang sama walaupun sudah memilikinya.

Berdasarkan hasil pra-penelitian, 29 mahasiswa (96,7%) merupakan pengguna aplikasi Shopee. Sebesar 73,3% mahasiswa dalam pra-penelitian ini atau sebanyak 22 orang menggunakan fitur Shopee *Paylater* untuk transaksi *online*. Hasil pra-penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya fitur Shopee *paylater* menjadikan sebagian besar (76,7%) mahasiswa lebih sering berbelanja.

Tabel 1. 1 Perubahan Intensitas Berbelanja Sebelum dan Sesudah Menggunakan *Paylater*

KRITERIA	JAWABAN		
	1-5 kali	6-10 kali	>10 kali
Belanja sebelum menggunakan fitur shopee <i>paylater</i>	16 Orang (53,3%)	9 Orang (30%)	5 Orang (16,7%)
Belanja setelah menggunakan shopee <i>paylater</i>	2 Orang (6,7%)	10 Orang (33,3%)	18 Orang (60%)
Perubahan intensitas berbelanja setelah menggunakan <i>paylater</i>	-14 Orang (turun 46,6%)	1 Orang (naik 3,3%)	13 Orang (naik 43,3%)

(Sumber: Hasil Observasi Pra Penelitian 2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat terlihat bahwa hasil Pra-Penelitian yang dilakukan terkait perilaku konsumtif mahasiswa klaster ekonomi Universitas Siliwangi dalam penggunaann Shopee *Paylater* dapat dikategorikan tinggi. Sebelum menggunakan fitur Shopee *paylater*, minat berbelanja 16 dari 30 orang (53,3%) mahasiswa dalam kurun waktu satu bulan hanya 1-5 kali, 9 dari 30 orang (30%) berbelanja sebanyak 6-10 kali dalam satu bulan, serta 5 dari 30 orang (16,7%) berbelanja lebih dari 10 kali dalam satu bulan. Setelah menggunakan fitur shopee *paylater* terjadi peningkatan intensitas berbelanja pada mahasiswa dalam pra-penelitian ini. Sebelum menggunakan shopee *paylater* intensitas berbelanja lebih dari 10 kali dalam kurun waktu satu bulan hanya terjadi pada 5 dari 30 orang (16,7%) mahasiswa, sedangkan setelah menggunakan fitur shopee *paylater* intensitas berbelanja lebih dari 10 kali dalam kurun waktu satu bulan terjadi peningkatan sebanyak 13 orang (43,3%) dari yang semula hanya 5 orang menjadi 18 dari 30 orang (60%). Di sisi lain, terjadi penurunan intensitas berbelanja 1-5 kali dalam kurun waktu satu bulan sebanyak 14 orang (46,6%) yang semula 16 dari 30 orang (53,3%) menjadi 2 dari 30 orang (6,7%). Hal tersebut menunjukkan adanya kenaikan intensitas berbelanja pada mahasiswa sebelum dan setelah menggunakan fitur shopee *paylater*.

Apabila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus maka dikhawatirkan dapat berdampak negatif pada perilaku mahasiswa yang cenderung konsumtif. Perilaku konsumtif ini dapat menyebabkan pola hidup yang boros,

mengurangi kesempatan untuk menabung, cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Budaya konsumtif generasi muda khususnya mahasiswa saat ini harus diimbangi dengan pengaturan keuangan yang tepat. Dengan adanya pengaturan keuangan yang tepat, daya beli dapat tetap stabil di masa mendatang.

Atas dasar uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Efek Bandwagon, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kluster Ekonomi Universitas Siliwangi Pengguna Shopee *Paylater*”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana literasi keuangan pada mahasiswa kluster ekonomi Universitas Siliwangi pengguna shopee *paylater*?
2. Bagaimana efek bandwagon pada mahasiswa kluster ekonomi Universitas Siliwangi pengguna shopee *paylater*?
3. Bagaimana gaya hidup hedonis pada mahasiswa kluster ekonomi Universitas Siliwangi pengguna shopee *paylater*?
4. Bagaimana pengaruh literasi keuangan, efek bandwagon, gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kluster ekonomi Universitas Siliwangi pengguna shopee *paylater*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui literasi keuangan pada mahasiswa kluster ekonomi Universitas Siliwangi pengguna shopee *paylater*.
2. Mengetahui efek bandwagon pada mahasiswa kluster ekonomi Universitas Siliwangi pengguna shopee *paylater*.
3. Mengetahui gaya hidup hedonis pada mahasiswa kluster ekonomi Universitas Siliwangi pengguna shopee *paylater*.
4. Mengetahui pengaruh literasi keuangan, efek bandwagon, gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa kluster ekonomi Universitas Siliwangi pengguna shopee *paylater*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dari segi teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ditinjau dari dimensi literasi keuangan, efek bandwagon, dan gaya hidup hedonis pada mahasiswa klaster ekonomi Universitas Siliwangi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswa. Serta memberikan bagaimana meminimalisir terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa.

2. Bagi Jurusan Pendidikan Ekonomi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber referensi ilmu pengetahuan dan hasil penelitian lapangan, khususnya bagi mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi. Dan menjadi bahan pertimbangan terkait pembuatan kebijakan mengenai peraturan akademik khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumtif.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bermanfaat sebagai salah satu bahan informasi, khususnya bagi peneliti yang akan membahas serta mengembangkan lebih lanjut tentang masalah yang sama dengan objek yang berbeda