

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, tidak terkecuali aktivitas ekonomi. Transformasi digital yang berlangsung pesat membuka peluang bagi terciptanya sistem yang lebih efisien, perluasan akses pasar yang lebih luas, serta penyederhanaan proses transaksi. Kemunculan internet telah mendorong lahirnya sistem perdagangan elektronik atau yang lebih dikenal sebagai *e-commerce*, sebuah inovasi yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian tanpa harus mengunjungi toko fisik secara langsung. Melalui sistem ini, pelaku usaha mampu memberikan layanan yang lebih cepat, praktis, dan responsif terhadap berbagai kebutuhan konsumen, (Hanifah, 2025).

Di Indonesia, pertumbuhan *e-commerce* mengalami kemajuan yang signifikan dengan dukungan berbagai platform digital besar seperti Shopee, Tokopedia, Traveloka, Gojek, dan Akulaku. Persaingan yang semakin ketat di antara platform-platform tersebut mendorong setiap perusahaan untuk berlomba menghadirkan inovasi-inovasi baru, khususnya dalam sistem pembayaran digital, sebagai strategi untuk menarik dan mempertahankan minat konsumen. Di antara berbagai inovasi yang muncul, metode pembayaran *cashless* berbasis *buy now pay later* atau yang dikenal dengan fitur *paylater* kini semakin populer dan banyak digunakan, (Fandiyanto et al ., 2025).

Menurut Kristiastuti et al., (2025) Secara mendasar, layanan *paylater* merupakan fasilitas yang memungkinkan konsumen untuk memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari dengan batas limit tertentu yang telah ditentukan. Fitur seperti Shopee *PayLater* menjadi salah satu layanan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia karena proses aktivasi yang relatif mudah serta terintegrasi langsung dalam aplikasi belanja masing-masing platform. Secara ideal, keberadaan layanan ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam pengelolaan keuangan jangka pendek, memberikan fleksibilitas dalam pembayaran, serta berkontribusi terhadap upaya inklusi keuangan digital secara lebih luas.

Meskipun demikian, realita yang terjadi di lapangan menunjukkan fenomena yang berbeda dari harapan ideal tersebut. Kemudahan akses yang ditawarkan oleh layanan *PayLater*, dikombinasikan dengan sistem pembayaran yang sangat praktis, justru berpotensi mendorong terjadinya perilaku konsumsi berlebihan pada masyarakat, khususnya generasi mahasiswa. Kelompok mahasiswa dikenal sebagai generasi yang sangat akrab dengan teknologi, terbuka terhadap berbagai inovasi digital, serta aktif dalam mengikuti perkembangan media sosial. Kondisi tersebut membuat mereka sangat rentan terhadap pengaruh informasi promosi, diskon, serta penawaran cicilan tanpa uang muka yang terus-menerus muncul dan dapat memengaruhi keputusan pembelian secara impulsive, (Rafidah & Nurjaman, 2024).

Data hasil survei yang dilakukan oleh MoneySmart.id (2020) mengungkapkan bahwa alokasi pengeluaran mahasiswa sebagian besar

dialokasikan untuk kebutuhan gaya hidup, meliputi *travelling* sebesar 37,7%, kegiatan nongkrong sebesar 23,3%, belanja merek tertentu sebesar 21,1%, hiburan sebesar 10,8%, serta kebutuhan internet sebesar 7,1%. Fakta ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengeluaran mahasiswa tidak sepenuhnya difokuskan pada kebutuhan akademik yang bersifat esensial, melainkan lebih dominan pada pemenuhan keinginan dan gaya hidup. Dalam konteks seperti ini, keberadaan fitur *PayLater* semakin memfasilitasi mahasiswa untuk tetap melakukan aktivitas berbelanja meskipun kondisi keuangan mereka terbatas.

Perilaku konsumtif secara definisi merupakan tindakan membeli barang atau jasa yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional yang matang, melainkan didorong oleh keinginan berlebihan yang bersifat impulsif. Individu yang menunjukkan perilaku konsumtif cenderung membeli produk karena faktor diskon yang menggiurkan, mengikuti tren yang sedang populer, pertimbangan gengsi sosial, atau daya tarik kemasan produk, bukan karena kebutuhan utama yang mendesak, (Che, 2024). Sejalan dengan itu, Insana dan Johan (2021) serta Putri dan Priantilianingtiasari (2023) dalam Lestari (2024) menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital, termasuk layanan *PayLater*, dapat meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif dan tidak terencana pada mahasiswa.

Di sisi lain, kemudahan penggunaan layanan Shopee *PayLater* juga memiliki potensi risiko apabila digunakan secara berlebihan. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2023) menunjukkan bahwa tingkat kredit macet (*Non-Performing Loan/NPL*) pada layanan *PayLater* mencapai 9,7%, melebihi batas aman 5%, yang mengindikasikan tingginya risiko gagal bayar. Kondisi ini

diperparah oleh rendahnya literasi keuangan, terutama pada kelompok usia muda yang belum memiliki penghasilan tetap, sehingga penggunaan kredit digital justru berpotensi menimbulkan beban utang.

Fenomena ini semakin relevan karena generasi muda, khususnya mahasiswa, merupakan kelompok yang paling adaptif terhadap perkembangan teknologi dan cenderung memanfaatkan layanan kredit *online* dibandingkan layanan perbankan konvensional. Akibatnya, kemudahan akses tersebut dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Selain fenomena umum yang telah dijelaskan, penelitian ini juga diperkuat dengan data awal yang diperoleh penulis melalui wawancara terhadap 10 mahasiswa Program Studi Vokasi Keuangan dan Perbankan angkatan 2023, 2024, dan 2025. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui kondisi keuangan mahasiswa, khususnya terkait pendapatan bulanan serta penggunaan layanan Shopee *PayLater*.

Berikut merupakan data hasil wawancara yang telah diperoleh:

Tabel 1.1 Data Pendapatan dan Persentase Penggunaan PayLater Mahasiswa

No	Pendapatan/Bulan	Sumber Penghasilan	Cicilan Pay Later/Bulan	Presentase Utang
1	1.000.000	Orang Tua	230.000	23%
2	800.000	Orang Tua	200.000	25%
3	1.400.000	Orang Tua	320.000	22,8%
4	700.000	Orang Tua	130.000	18,5%
5	1.400.000	Orang Tua	300.000	21,4%
6	1.500.000	Orang Tua + <i>Partime</i>	330.000	22%
7	1.200.000	Orang Tua	220.000	18,3%
8	700.000	Orang Tua	160.000	22,8%
9	1.600.000	Orang Tua + <i>Partime</i>	350.000	21,8%
10	1.550.000	Orang Tua + <i>Partime</i>	340.000	21,9%

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2026

Untuk menganalisis data tersebut, penulis menggunakan metode penganggaran 50–20–20–10, yaitu konsep pengelolaan keuangan yang membagi pendapatan menjadi beberapa pos, yakni 50% untuk kebutuhan pokok, 20% untuk tabungan atau investasi, 20% untuk hutang, dan 10% untuk dana sosial atau darurat.

Metode ini digunakan sebagai acuan agar pengelolaan keuangan tetap seimbang dan tidak melebihi batas kemampuan finansial (Siregar, 2015).

Dalam konteks penelitian ini, cicilan atau utang *PayLater* termasuk ke dalam kategori pengeluaran konsumtif (keinginan), sehingga idealnya tidak melebihi 20% dari pendapatan bulanan. Namun, berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki persentase cicilan yang melebihi batas tersebut.

Dari 10 responden, terdapat 8 mahasiswa yang memiliki rasio utang di atas 20%, yaitu pada kisaran 21% hingga 25% dari pendapatan bulanan. Hanya 2 mahasiswa yang berada dalam batas ideal. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Shopee *PayLater* oleh mahasiswa cenderung tidak sesuai dengan prinsip pengelolaan keuangan yang sehat.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan layanan *PayLater* bukan berdasarkan kebutuhan utama, melainkan didorong oleh keinginan, seperti mengikuti tren, memanfaatkan promo, atau memenuhi gaya hidup. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingginya penggunaan *PayLater* yang melebihi batas ideal merupakan salah satu indikator adanya perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas penggunaan layanan Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana penggunaan layanan tersebut memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, serta menjadi bahan pertimbangan dalam

meningkatkan kesadaran pengelolaan keuangan yang lebih bijak di kalangan mahasiswa.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Bagaimana intensitas penggunaan Shopee *PayLater* di kalangan mahasiswa Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.
2. Bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa mahasiswa Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.
3. Bagaimana pengaruh intensitas penggunaan Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui intensitas penggunaan Shopee *PayLater* di kalangan mahasiswa Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.
2. Mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.
3. Mengetahui pengaruh intensitas penggunaan Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam memperluas wawasan dan pengetahuan terutama dalam bidang *E-Commerce*.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai pengaruh penggunaan layanan *PayLater* terhadap perilaku konsumtif, serta sebagai sarana penerapan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi program studi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan bagi mahasiswa dan pihak program studi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang keuangan digital dan perilaku konsumtif.

c. Bagi Perusahaan (Shopee / Penyedia *PayLater*)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penyedia layanan *PayLater* dalam menetapkan kebijakan limit yang lebih proporsional bagi mahasiswa, mengingat sebagian besar mahasiswa belum memiliki pendapatan tetap. Dengan demikian, penggunaan layanan *PayLater* diharapkan dapat lebih terkendali dan mampu meminimalisir perilaku konsumtif yang berlebihan khususnya dikalangan mahasiswa.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Siliwangi dengan subjek penelitian mahasiswa Program Studi D3 Perbankan dan Keuangan. Pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun daring selama periode penelitian tahun 2026.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Tahun 2026															
		Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing	■															
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan		■														
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal			■	■	■	■										
4	Seminar Proposal Tugas Akhir							■									
5	Revisi Proposal Tugas Akhir dan persetujuan Revisi								■								
6	Pengumpulan dan pengolahan data									■	■	■	■				
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir										■	■	■				
8	Ujian Tugas Akhir, revisi Tugas Akhir, dan pengesahan Tugas Akhir													■			

Sumber: Diolah oleh penulis, 2026