

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu aktivitas yang tidak bisa dilepaskan dari manusia adalah perilaku konsumtif. Setiap manusia dapat melakukan perilaku konsumtif kapan saja apalagi di era globalisasi saat ini dorongan untuk membeli semakin meningkat. Karena setiap manusia cenderung memiliki perilaku konsumtif karena setiap manusia melakukan kegiatan konsumsi. Namun, jika kegiatan konsumsi melampaui batas-batas konsumsi masyarakat secara keseluruhan, perilaku ini dianggap menyimpang (Armilu, 2022).

Perilaku Konsumtif adalah keinginan untuk membeli produk dan menggunakan jasa semata-mata untuk kepuasan diri sendiri, tanpa mempertimbangkan manfaat atau urgensi dari hal tersebut. Perilaku ini sering terjadi pada remaja, mahasiswa cenderung terlibat dalam perilaku konsumtif ini. Mahasiswa menggunakan perilaku konsumtif untuk mendukung gaya hidupnya. Mengonsumsi barang-barang yang memuaskan keinginannya daripada kebutuhannya adalah cara untuk mencari kepuasan (Mujahidah, 2020)

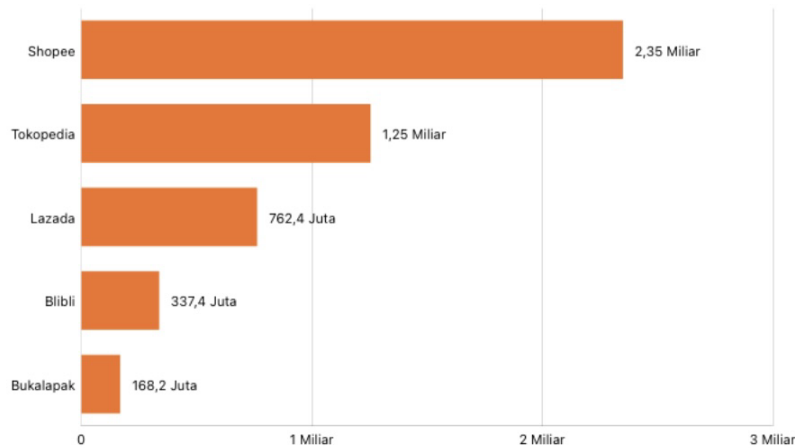
Namun, masalah yang umum terjadi adalah beberapa orang belum memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Akibatnya, tidak dapat mengelola keuangan dengan baik. Munculnya masalah keuangan pada seseorang bukan hanya karena rendahnya pendapatan dari orang tersebut, melainkan berasal juga dari rendahnya pengetahuan yang dimiliki oleh orang tersebut dalam pengelolaan keuangannya. Pengelolaan yang baik dapat meningkatkan standar hidup masyarakat dan diharapkan untuk melakukannya dengan menggabungkan manajemen keuangan yang baik dengan literasi keuangan yang tepat. Meskipun memiliki penghasilan yang besar, mencapai keamanan finansial yang baik akan menjadi tantangan jika manajemen keuangan yang dilakukan belum tepat (Nabilah, 2024)

Literasi keuangan adalah aspek pertama yang dapat mempengaruhi manajemen keuangan karena membantu orang untuk lebih memahami dan mengetahui bagaimana sistem manajemen keuangan yang baik sebelum mulai mengelola uang. Karena seseorang harus dapat mengelola keuangannya dengan cermat agar dapat mengalokasikan dan menggunakan uangnya dengan bijak dan efektif. Hal ini berkaitan dengan seberapa baik finansial seseorang, karena kesalahan dalam perencanaan keuangan bisa jadi diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan finansial. Oleh karena itu, untuk mencegah terjadinya masalah keuangan, diperlukan juga literasi keuangan sebagai pondasi dari pengetahuan keuangan setiap orang (Nabilah, 2024).

Hasil penelitian terkait hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif menunjukkan temuan yang bervariasi. Studi yang dilakukan oleh (Alghifari & Firman, 2025) serta (Ariria & Ulfatun, 2025) mengungkapkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin besar pula kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, penelitian (Putra & Sinarwati, 2023) menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Saat ini, belanja secara online telah menjadi hal yang biasa bagi sebagian orang, karena kemudahan yang ditawarkan serta berbagai jenis promo yang tersedia. Para pelaku bisnis memanfaatkan hal ini dengan mengembangkan sistem belanja online, yang sering dikenal sebagai e-commerce, untuk menarik pelanggan. E-commerce adalah salah satu cara pemasaran yang melibatkan pembelian dan penjualan barang melalui platform aplikasi online. Salah satunya Aplikasi Shopee, pasar online paling populer di Indonesia (Sholeha, 2022).

Gambar 1.1
Peringkat Aplikasi E-Commerce Tahun 2023



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa Shopee merupakan e-commerce yang memiliki jumlah kunjungan terbanyak di Indonesia pada tahun 2023. Jumlah total kunjungan ke situs web Shopee dari Januari hingga Desember 2023 adalah sekitar 2,3 miliar, jauh lebih banyak daripada para pesaingnya. Situs web Shopee tidak hanya menang dalam hal kuantitas tetapi juga memiliki tingkat peningkatan kunjungan tercepat (Ahdiat, 2024).

Tabel 1.1
Perbandingan Nilai Transaksi (Gross Merchandise Value/GMV)
Platform E-Commerce di Indonesia Tahun 2023

NO	Platform E-Commerce	Nilai Transaksi	Pangsa Pasar
1	Shopee	US\$ 21,5 miliar	40%
2	Tokopedia	US\$ 15,9 miliar	30%
3	Bukalapak	US\$ 5,9 miliar	11%
4	Tiktok Shop	US\$ 4,8 miliar	9%
5	Lazada	US\$ 3,8 miliar	7%

Sumber : <https://katadata.co.id/digital/e-commerce>

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa Shopee menjadi platform e-commerce dengan nilai transaksi (*Gross Merchandise Value/GMV*) terbesar di Indonesia tahun 2023. Shopee memperoleh nilai transaksi sebesar US\$21,5 miliar dengan pangsa pasar sebesar 40%, lebih tinggi dibandingkan Tokopedia, Bukalapak, TikTok Shop, dan Lazada. Data tersebut menunjukkan bahwa Shopee tidak hanya memiliki jumlah kunjungan pengguna yang tinggi, tetapi juga memiliki tingkat transaksi pembelian yang besar di masyarakat. Tingginya aktivitas transaksi pada platform Shopee menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya mahasiswa, semakin aktif menggunakan e-commerce dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumsi (Setyowati, 2024)

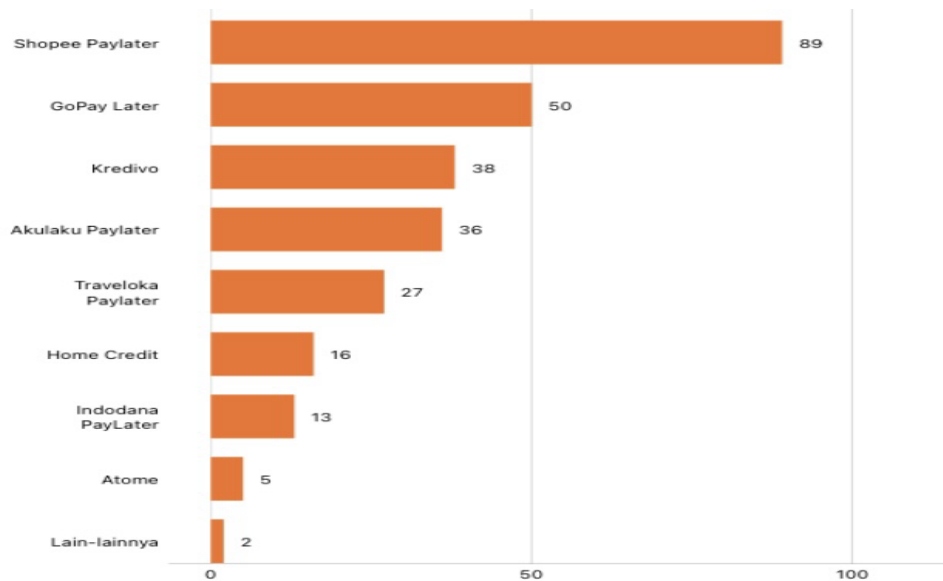
Shopee adalah aplikasi mobile yang berfungsi sebagai wadah belanja online dengan fokus platform mobile, sehingga memudahkan pengguna untuk menelusuri, menjual, atau menjual langsung dari ponsel. Shopee juga menawarkan sejumlah opsi pembayaran yang aman untuk digunakan, layanan pengiriman yang terintegrasi, dan fitur-fitur yang berinovatif untuk membuat proses jual beli menjadi menyenangkan, aman, dan bermanfaat (Damayanti, 2023).

Shopee Paylater adalah salah satu opsi pembayaran yang disediakan oleh Shopee. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di muka, yang memudahkan transaksi dalam jangka waktu satu bulan. Shopee Paylater berfungsi sebagai layanan pinjam meminjam dalam bentuk saldo secara langsung, tanpa perlu melalui proses yang rumit. Shopee menawarkan layanan Shopee Paylater ini untuk memudahkan pembayaran bagi pelanggan yang berbelanja di toko online Shopee. Shopee Paylater, yang sering dikenal dengan istilah “beli sekarang bayar nanti,” menawarkan kemudahan dengan memungkinkan barang diperoleh terlebih dahulu dengan pembayaran jatuh tempo pada bulan berikutnya. Banyak pelanggan yang memilih untuk menggunakan Shopee Paylater daripada melakukan pembayaran langsung, yang dapat dilakukan dengan menggunakan Shopee Pay atau COD, karena banyaknya kemudahan yang ditawarkan Shopee dengan layanan baru ini. Karena dapat diganti di bulan berikutnya, pengguna akan lebih sering

berbelanja tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan. Karena kebiasaan tersebut tentu saja tidak baik jika terus dilakukan atau dapat dianggap sebagai perilaku konsumtif (Damayanti, 2023).

Gambar 1.2

Peringkat penggunaan layanan Paylater



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa Shopee Paylater memiliki layanan paylater yang memiliki brand awareness tertinggi. Hal ini ditunjukkan dengan fakta bahwa, jika dibandingkan dengan alternatif paylater lainnya, 89% responden memilih Shopee Paylater. Selain menjadi yang paling banyak digunakan, Shopee PayLater juga merupakan yang paling populer. 77% dari 45% responden yang mengatakan bahwa telah menggunakan PayLater merasa puas dengan layanan Shopee PayLater. Sebanyak 1.017 orang dari seluruh Indonesia berpartisipasi dalam jajak pendapat ini, yang dilaksanakan pada tanggal 15-18 September 2023 (Muhamad, 2023)

Gaya hidup adalah faktor lain yang mempengaruhi manajemen keuangan. Gaya hidup seseorang adalah pola perilaku yang membedakan satu sama lain. Penggunaan uang telah berubah sebagai akibat dari teknologi dan perkembangan zaman, dan orang-orang semakin memprioritaskan kesenangan dan kepuasan, yang dianggap perlu agar merasa nyaman dan diterima oleh

masyarakat. Gaya hidup hedonis sering kali merupakan hasil dari cara hidup seperti ini (Muchibudin, 2024).

Namun, pilihan gaya hidup juga dapat memberikan dampak yang kurang baik. Seseorang yang terbiasa hidup dalam lingkungan yang mewah juga akan mengikuti pengelolaan uang. Dengan kata lain, gaya hidup seseorang akan mempengaruhi pengelolaan uang baik secara positif maupun negatif. Ketika seseorang memiliki sejumlah uang tertentu, maka dapat memilih bagaimana cara membelanjakannya. Penggunaan sejumlah uang ini untuk memenuhi kebutuhan sosial dan gengsi seseorang tergantung pada preferensi individu dan keadaan sekitarnya. Seseorang cenderung mengejar gaya hidup ketika ekspektasi ini dibarengi dengan keinginan untuk memenuhinya. Pemahaman keuangan seseorang juga mempengaruhi seberapa baik atau buruknya dalam mengelola keuangan (Muchibudin, 2024).

Menurut penelitian (Azmi et al., 2025) terdapat gaya hidup yang memiliki dampak baik dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin baik gaya hidup seseorang, semakin tinggi juga kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, penurunan gaya hidup dapat menyebabkan penurunan perilaku konsumtif. Selain itu menurut (Hirdinid.M, Tri Wahyono, 2024) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berdampak baik dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, serta sistem pembayaran Shopee Paylater berdampak positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Perkembangan teknologi digital dan media sosial turut memengaruhi perubahan gaya hidup generasi muda, khususnya mahasiswa Generasi Z. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan internet, media sosial, serta aktivitas belanja online sehingga lebih mudah terpengaruh oleh tren dan budaya konsumsi digital. Gaya hidup yang berorientasi pada tren, penampilan, dan kebutuhan sosial mendorong individu untuk melakukan konsumsi bukan hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga demi memperoleh kepuasan dan pengakuan sosial. Kondisi tersebut menyebabkan munculnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama karena adanya kemudahan akses e-commerce dan pembayaran digital. Hal ini sejalan dengan penelitian

yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online Generasi Z (Widiastuti et al., 2023).

Selain teori di atas, fenomena empiris terbaru menunjukkan bahwa Generasi Z masih menghadapi tantangan dalam literasi keuangan di era digital. Meskipun Generasi Z dikenal sebagai generasi yang dekat dengan teknologi dan transaksi digital, pemahaman dalam pengelolaan keuangan masih perlu ditingkatkan. Kondisi tersebut menyebabkan generasi muda rentan mengalami berbagai permasalahan keuangan, seperti perilaku konsumtif serta penggunaan pinjaman online (pinjol).

Hal tersebut didukung oleh hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) bekerja sama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hasil survei menunjukkan bahwa kelompok usia muda masih memerlukan peningkatan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan agar dapat mengambil keputusan finansial secara bijak. Adapun indeks literasi keuangan berdasarkan kelompok usia dapat dilihat pada tabel berikut (OCBC, 2024)

Tabel 1.2
Kelompok usia berdasarkan indeks literasi keuangan

Kelompok Usia	Indeks Literasi Keuangan Komposit
15-17 Tahun	51,70%
18-25 Tahun	70,19%
26-35 Tahun	74,82%

Sumber: <https://www.ocbc.id/id/article/2024/12/10/indeks-keuangan-gen-z>

Data tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia muda, khususnya usia 18–25 tahun yang didominasi oleh mahasiswa, memiliki tingkat literasi keuangan yang masih berada pada kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun generasi muda telah cukup familiar dengan layanan keuangan digital, pemahaman mereka dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan yang bijak masih perlu ditingkatkan. Kondisi ini relevan dengan

penelitian yang dilakukan, dimana mahasiswa sebagai bagian dari kelompok usia tersebut memiliki potensi untuk tetap menunjukkan perilaku konsumtif meskipun telah memiliki pemahaman mengenai literasi keuangan. Dengan demikian, hasil tabel tersebut memperkuat pentingnya literasi keuangan dalam kehidupan mahasiswa, khususnya dalam menghadapi perkembangan layanan keuangan digital di era modern.

Hasil ini sejalan dengan berbagai riset sebelumnya. Riset Kredit Karma tahun 2018 menunjukkan bahwa 39% Generasi Z memiliki utang hanya demi mengikuti tren dalam lingkungannya. Sementara itu, berdasarkan Research Institute tahun 2019 mengungkapkan bahwa alokasi tabungan Generasi Z hanya sebesar 10,17%, menandakan bahwa meskipun memahami konsep menabung, tingkat investasinya masih tergolong rendah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menunjukkan sejauh mana literasi keuangan, pemanfaatan Shopee PayLater, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di FEBI UIN Syekh Nurjati Cirebon. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pengaruh teknologi terhadap perilaku konsumtif dikalangan generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada upaya untuk meningkatkan kesadaran serta literasi keuangan di antara generasi muda, sekaligus memperdalam pemahaman tentang faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Penelitian mengenai literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif menunjukkan hasil yang belum konsisten dan masih menyisakan celah penelitian. Beberapa studi menemukan bahwa literasi keuangan justru berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin tinggi literasi seseorang semakin tinggi pula kecenderungannya untuk berbelanja secara impulsif, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh atau bahkan berpengaruh negatif sehingga menimbulkan perbedaan temuan empiris. Selain itu, variabel penggunaan paylater-khususnya Shopee PayLater-masih menunjukkan hasil yang belum konsisten dan masih menyisakan celah penelitian. Variabel gaya

hidup juga menunjukkan hasil yang beragam, di mana beberapa penelitian menyebutkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, namun belum banyak penelitian yang menguji ketiga variabel ini secara simultan pada konteks mahasiswa generasi Z yang menurut survei nasional merupakan kelompok dengan literasi keuangan paling rendah dan paling rentan terhadap masalah keuangan akibat perilaku konsumtif. Oleh karena itu, masih terdapat celah penelitian untuk menganalisis secara komprehensif bagaimana literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, dan gaya hidup secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pemahaman tentang literasi keuangan dan pengelolaan keuangan mahasiswa masih rendah, yang ditandai dengan kecenderungan membeli barang untuk memenuhi keinginan dariada kebutuhan.
2. Meningkatnya penggunaan layanan pembayaran digital, khususnya Shopee Paylater, berpotensi mendorong perilaku konsumtif mahasiswa melalui kemudahan akses dan penundaan pembayaran.
3. Gaya hidup mahasiswa yang semakin konsumtif, khususnya dalam mengikuti tren dan memenuhi kebutuhan sekunder, diduga memengaruhi pola pengeluaran mahasiswa.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa aktif program sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dengan fokus pada variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Ruang lingkup penelitian hanya mencakup aktivitas belanja online melalui aplikasi Shopee, khususnya penggunaan layanan Shopee PayLater, tanpa menelaah perilaku keuangan lain seperti tabungan, investasi, atau penggunaan platform e-commerce berbeda.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang dirumuskan pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon?

E. Tujuan an Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan masalah yang telah dirumuskan di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

- b. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
- c. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Njrjati Cirebon.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki banyak manfaat bagi berbagai pihak , baik itu untuk masyarakat ataupun untuk tujuan akademik. Maka, manfaat dibuatnya penelitian ini sebagai berikut :

a. Manfaat praktis

1) Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan peneliti tentang pengaruh perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa.

2) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kepada pembaca mengenai risiko yang terkait dengan penggunaan Shopee Paylater, sehingga dapat membantu dalam mengurangi perilaku konsumtif.

b. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literatur di bidang ekonomi dan bisnis Islam, khususnya mengenai hubungan antara literasi keuangan, penggunaan layanan keuangan digital (Shopee Paylater), gaya hidup, dan perilaku konsumtif mahasiswa. Menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor- faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif generasi muda, terutama mahasiswa.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk menjadi kerangka dan pedoman penulisan proposal skripsi, agar lebih mudah untuk melihat dan memahami pembahasan yang tercakup dalam skripsi ini secara keseluruhan. Berikut ini adalah gaya penulisan sistematis:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini akan menguraikan latar belakang masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa, identifikasi masalah yang muncul dari fenomena tersebut, batasan masalah untuk memperjelas ruang lingkup penelitian, serta rumusan masalah yang menjadi fokus utama. Selain itu, akan dijelaskan tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian bagi pihak-pihak terkait, dan sistematika penulisan yang akan digunakan dalam laporan ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka ini akan menyajikan tinjauan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Peninjauan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup, dan bagaimana ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Bukti empiris yang ditemukan dalam literatur akan menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini akan menjelaskan langkah-langkah yang diambil dalam proses penelitian. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian meliputi populasi dan sample, lokasi penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, akan dipaparkan hasil penelitian, pembahasan temuan terdahulu, dan analisis data mengenai pengaruh literasi

keuangan terhadap perilaku konsumtif, pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif, serta pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

BAB V PENUTUP

Bab penutup ini akan menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, serta saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Saran ini akan didasarkan pada hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian di bidang ini.

