

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi yang maju berdampak nyata pada sejumlah aspek kehidupan manusia. Dengan hadirnya teknologi, masyarakat pada masa kini dapat mengakses informasi digital secara cepat dan mudah, serta berguna untuk kebutuhan tertentu seperti berkomunikasi, bertukar informasi dan memudahkan pekerjaan (Leonita & Wulandari, 2024). Hal ini juga memungkinkan masyarakat melakukan transaksi jual beli secara online untuk mempermudah pembelian (Bahanan, 2024).

Istilah *Electronic Commerce* atau *E-commerce* merujuk pada aktivitas transaksi elektronik yang kini telah menjadi bagian umum dalam kehidupan masyarakat. Proses ini membantu menghemat waktu dan memberikan kemudahan bagi siapapun untuk melakukan transaksi dimana saja tanpa kesulitan karena jarak dan waktu. Dalam praktiknya, kegiatan jual beli melalui internet dilakukan tanpa tatap muka penjual dan pembeli langsung (Mubarok, 2022).

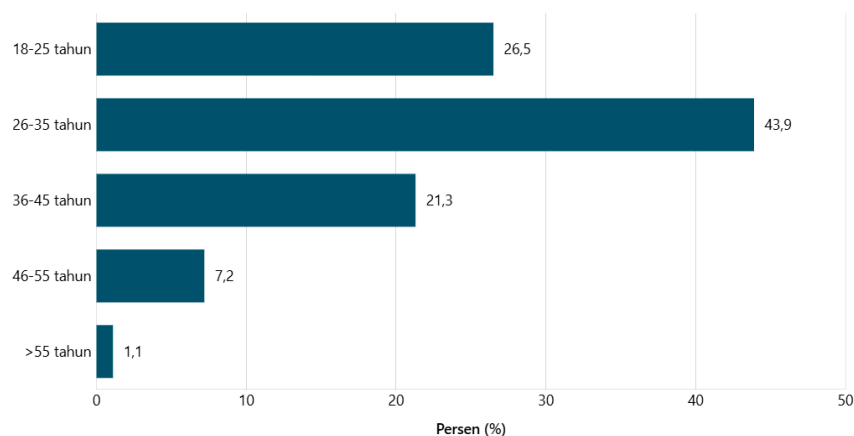
Adanya teknologi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, baik secara umum maupun dalam cara operasional dan manajemen perusahaan. E-commerce dan layanan informasi kini menjadi krusial dalam ekonomi modern karena keberadaannya para penjual bisa menjangkau pasar global. Konsumen tidak lagi harus membawa uang tunai atau dompet fisik karena sudah tersedia layanan dompet digital (*e-wallet*). Saat dana terbatas, konsumen tetap bisa berbelanja berkat fitur pinjaman online atau *Buy Now Pay Later* (Restike dkk., 2024).

Munculnya teknologi finansial (fintech) telah membawa perubahan besar dalam sektor keuangan. Fintech merujuk pada inovasi layanan keuangan berbasis teknologi dalam meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, dan kenyamanan bagi pengguna. Di Indonesia, perkembangan fintech sangat pesat dan hadir dalam berbagai bentuk, seperti e-wallet, pinjaman daring, serta layanan Buy Now Pay Later (BNPL). Kehadiran layanan ini turut mendukung upaya inklusi keuangan dengan menyediakan alternatif pembiayaan yang mudah dijangkau oleh masyarakat, termasuk mereka yang belum tersentuh layanan keuangan

konvensional. Salah satu wujud nyata dari pemanfaatan fintech yang semakin populer adalah BNPL, di mana konsumen dapat melakukan transaksi pembelian dengan opsi pembayaran tertunda atau secara cicilan tanpa memerlukan kartu kredit (Zihan Lestari, 2025)

Layanan BNPL atau paylater, tergolong cara pembayaran dalam bentuk pembiayaan jangka pendek di sektor teknologi finansial (*financial technology/fintech*). Skema ini juga dikenal dengan istilah *Point of Sale (POS) installment lending*, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian dengan membayar sebagian nilai transaksi di awal, sementara sisa pembayaran dapat dicicil dalam jangka waktu tertentu. salah satu e-commerce yang menyediakan layanan BNPL adalah Shopee atau Shopee PayLater (Cindy dkk., 2024).

Seiring majunya teknologi finansial, layanan BNPL muncul sebagai alternatif pembiayaan yang diminati, khususnya oleh kalangan generasi muda dan masyarakat perkotaan. Hal ini disebabkan oleh proses pengajuan yang relatif cepat, persyaratan yang tidak sekompleks kredit konvensional, serta kemudahan integrasi dengan berbagai platform e-commerce. Kemudahan tersebut sejalan dengan meningkatnya tren belanja daring dan preferensi konsumen terhadap metode pembayaran yang lebih praktis, fleksibel, dan minim hambatan administratif. Selain itu, BNPL dinilai mampu mendorong peningkatan daya beli masyarakat, memperbesar volume transaksi, serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih mudah dan terjangkau dari segi finansial (Dile, 2025).



Sumber : databoks.katadata.co.id

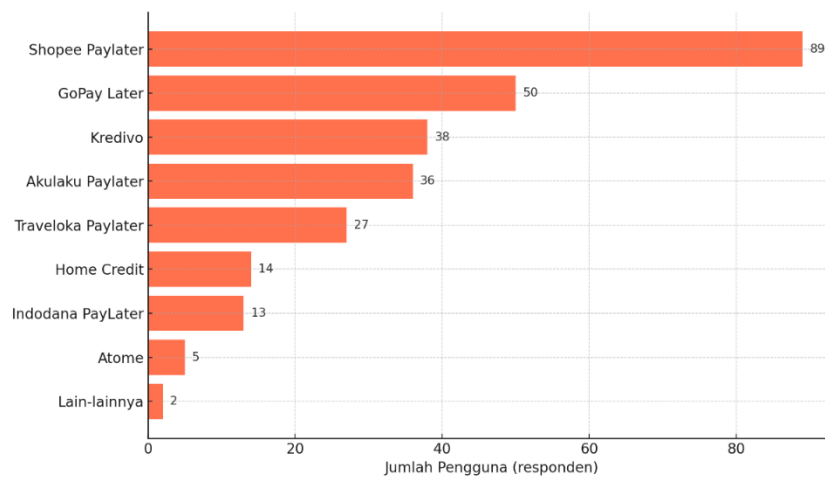
Gambar 1.1 Pengguna Paylater Menurut Kelompok Usia Tahun 2023

Menurut survei Kredivo yang bekerja sama dengan Katadata Insight Center (KIC), ditemukan bahwa sebagian besar pengguna layanan PayLater di Indonesia didominasi oleh kelompok usia muda. Generasi milenial dengan usia 26 - 35 tahun menyumbang proporsi terbesar, yakni sebesar 43,9%, diikuti oleh generasi Z (usia 18–25 tahun) dengan persentase sebesar 26,5% (Nabila, 2024).

Dalam dinamika persaingan bisnis digital, implementasi layanan BNPL menjadi salah satu strategi yang bernilai tambah bagi platform e-commerce. Fitur ini berperan dalam memperkuat loyalitas konsumen, meningkatkan nilai rata-rata pembelian, serta mengurangi tingkat pembatalan transaksi (*cart abandonment*). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika sejumlah perusahaan besar, baik skala nasional maupun global, terus berinovasi dan mengintegrasikan layanan BNPL ke dalam ekosistem digital mereka.

E-commerce yang aktif mengintegrasikan layanan BNPL dalam sistemnya adalah Shopee. Platform e-commerce terkemuka di Asia Tenggara, Shopee, mengadopsi layanan BNPL. Untuk mendukung kemudahan transaksi pengguna, Shopee menghadirkan fitur Shopee PayLater, yaitu suatu bentuk pembiayaan jangka pendek yang memberikan fleksibilitas dalam metode pembayaran. Melalui layanan ini, konsumen dapat melakukan pembelian tanpa harus langsung melunasi seluruh nilai transaksi di awal.

Shopee PayLater atau metode pembayaran berbasis pembiayaan untuk memudahkan pengguna melakukan transaksi pembelian melalui aplikasi Shopee, dengan opsi pembayaran yang dapat ditunda hingga bulan berikutnya. Kehadiran fitur ini memberikan alternatif sistem pembayaran daring yang lebih praktis, ditinjau dari segi persyaratan, proses registrasi, hingga aktivasi yang relatif cepat dan efisien (Amanda dkk., 2024). Tahun 2023 Shopee PayLater menduduki posisi teratas sebagai layanan paylater ter populer dan laris dipakai di Indonesia, berikut dibuktikan pada grafik dibawah :



Sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar 1.2 Grafik Top Brand Penyedia layanan PayLater tahun 2023

Grafik tersebut menunjukkan tingkat popularitas berbagai layanan PayLater berdasarkan jumlah responden yang menggunakannya. Dari data yang ditampilkan, Shopee PayLater menempati posisi teratas dengan 89%. Ini lebih banyak 2x lipat dari GoPay Later, yang hanya 50%. Preferensi terhadap Shopee PayLater menandakan bahwa masyarakat, khususnya generasi muda seperti mahasiswa, cenderung memilih layanan yang terintegrasi langsung dengan platform e-commerce yang mereka gunakan sehari-hari. (Dea, 2023).

Fenomena perkembangan gaya hidup digital saat ini menjadi salah satu faktor pendorong meningkatnya penggunaan layanan PayLater. Gaya hidup konsumtif yang berkembang di tengah masyarakat, terutama yang ditandai dengan kecenderungan untuk memenuhi kebutuhan secara instan dan praktis tanpa harus

memiliki dana tunai terlebih dahulu, turut mempengaruhi preferensi terhadap metode pembayaran ini. Dalam hal ini, Shopee PayLater tidak hanya berfungsi sebagai instrumen transaksi finansial, tetapi juga merepresentasikan pola hidup modern yang menitikberatkan pada kemudahan akses, efisiensi waktu, serta kenyamanan dalam berbelanja.

Gaya hidup adalah determinan fundamental yang mempengaruhi kebutuhan serta sikap individu, yang pada gilirannya berdampak terhadap perilaku pembelian dan pola konsumsi suatu produk (Lestari & Haris, 2024). Gaya hidup merefleksikan cara individu mengelola kehidupan pribadi, sosial, dan publik, serta mengekspresikan status sosial yang sangat dipengaruhi oleh dinamika perkembangan zaman dan teknologi. Kebutuhan dasarnya menentukan perilaku manusia. (Marisi Butarbutar, 2021). Namun kemajuan zaman kini mendorong individu untuk membeli produk bukan karena kebutuhan, melainkan dorongan keinginan. Perubahan gaya hidup ini turut mempengaruhi perilaku konsumtif, terutama dalam aktivitas belanja online (Wahyuni dkk., 2019).

Menurut Julita et al. (2022), studi ini bermaksud mengevaluasi dampaknya penggunaan Shopee PayLater pada perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di FEB Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Hasilnya, menggunakan Shopee PayLater meningkatkan perilaku konsumen. Meskipun nilai sig uji hipotesis 0,062 ($>0,05$) menunjukkan tidak signifikan secara statistik dalam taraf kepercayaan 95%, namun positifnya koefisien regresi menunjukkan jika siswa menggunakan Shopee PayLater lebih sering, mereka lebih cenderung untuk mengkonsumsi lebih banyak.

Hal ini didukung oleh temuan dari Restike dkk. (2024), yang menganalisis pengaruh literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan gaya hidup terhadap penggunaan layanan Shopee PayLater pada generasi Z. Hasil menunjukkan pembelian impulsif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater, dengan nilai t-statistic sebesar 7,023 dan p-value 0,000. Menunjukkan bahwa individu cenderung berbelanja secara spontan, tanpa pertimbangan rasional, lebih rentan menggunakan fitur paylater. Temuan ini diperkuat oleh kecenderungan Gen Z yang kerap terdorong melakukan pembelian berdasarkan keinginan sesaat, bukan kebutuhan yang direncanakan.

Mahasiswa merupakan sasaran utama karena kemajuan teknologi paylater. Persentase pengeluaran gaya hidup responden adalah 10,8% untuk hiburan, 37,7% untuk perjalanan, 23,3% untuk nongkrong, 7,1% untuk internet, dan 21,1% untuk belanja merek (Julita dkk., 2022). Hal ini menyebabkan munculnya kecenderungan pada mahasiswa untuk sulit mengendalikan dorongan membeli produk yang dianggap menarik, sehingga mendorong terbentuknya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Perilaku konsumtif merupakan pola konsumsi berlebihan yang didorong oleh keinginan, serta kurang didasari pertimbangan rasional dan perencanaan yang matang (Amarta & Nisa, 2024). Ketika seseorang tidak dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara yang masuk akal, mereka mengalami perilaku konsumtif, sehingga menjadi *life style* karena keinginan yang mencapai tingkat irasional, perihal ini bisa disebut dengan motivasi diri terkait dengan tujuan yang ingin dicapai (Ningrum, 2021). Untuk anak milenial, aktivitas konsumtif Shopee PayLater tercermin dari pola konsumsi yang berorientasi pada pemenuhan *life style*, seperti pembelian makanan, pakaian, kosmetik, produk penunjang penampilan, serta hiburan dan sejenisnya (Rahmawati & Mirati, 2022).

Pada zaman teknologi sekarang, perilaku konsumtif pada lingkup mahasiswa menjadi fenomena yang semakin menonjol, mereka sering terbawa gaya hidup modern dan kemudahan akses informasi, yang dapat mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa (Musthofa, 2023). Gaya hidup berdampak positif pada perilaku konsumtif siswa, menurut Deskana (2023). Mahasiswa yang cenderung mengikuti tren, mengutamakan penampilan, dan memiliki orientasi konsumsi simbolik menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Penggunaan media sosial yang intensif dapat berkontribusi dalam membentuk perilaku konsumtif, karena mahasiswa terpapar oleh berbagai promosi dan gaya hidup yang ditampilkan di platform e-commerce.

Selanjutnya, menurut Udayani (2023), perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat diidentifikasi melalui dua aspek utama yakni aspek pemborosan dan pembelian tidak rasional. Aspek pemborosan tercermin dari perilaku mahasiswa yang melakukan pembelian tanpa perencanaan dan mengeluarkan pengeluaran

yang melebihi kebutuhan. Sementara itu, aspek pembelian tidak rasional ditandai dengan keputusan membeli yang lebih didorong oleh dorongan emosional atau keinginan sesaat daripada pertimbangan manfaat.

Selain itu, menurut Novianti dan Suwaidi (2024), indikator perilaku konsumtif pada mahasiswa dengan ciri; alasan untuk belanja adalah promosi atau hadiah yang menarik, kemasan atau tampilan visual yang menarik, mempertahankan penampilan diri dan citra sosial, membeli barang hanya karena harga tanpa mempertimbangkan fungsi atau manfaatnya, membeli barang hanya untuk mempertahankan status sosial, menggunakan barang karena sesuai dengan orang publik atau influencer untuk mempromosikan produknya untuk mendorong tren kekinian (Nugroho, 2025).

Mahasiswa merupakan kelompok yang secara aktif melakukan aktivitas konsumsi meskipun belum memiliki penghasilan tetap. Pendapatan mereka umumnya bersumber dari uang saku orang tua, yang seringkali tidak dikelola secara optimal. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa rentan terhadap perilaku konsumtif, terutama dalam konteks kemudahan layanan digital seperti Shopee PayLater. Dengan akses yang mudah terhadap fasilitas keuangan digital, namun disertai literasi keuangan yang relatif rendah, mahasiswa menjadi kelompok yang relevan dan strategis untuk diteliti dalam mengkaji pengaruh gaya hidup dan metode pembayaran untuk sikap konsumtif (Dewi, 2025).

Studi ini mengambil mahasiswa Program Studi Bisnis Digital sebagai objek penelitian, karena dinilai memiliki karakteristik yang relevan dengan topik studi, yakni perilaku konsumtif, gaya hidup digital, serta penggunaan metode pembayaran berbasis teknologi seperti Shopee PayLater. Mahasiswa dari program studi ini umumnya termasuk dalam kelompok generasi digital native yang terbiasa memanfaatkan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas konsumsi dan transaksi finansial melalui platform e-commerce.

Selain itu, mahasiswa Bisnis Digital memiliki tingkat literasi yang relatif tinggi terhadap perkembangan teknologi digital, model bisnis berbasis aplikasi, serta dinamika dalam sektor *financial technology* (fintech). Oleh karena itu, dianggap sebagai responden yang tepat untuk mengkaji fenomena penggunaan

layanan Buy Now Pay Later (BNPL). Pemilihan populasi ini juga dilandasi oleh anggapan bahwa mahasiswa tidak hanya bertindak sebagai pengguna aktif layanan keuangan digital, tetapi juga mampu memberikan penilaian kritis terhadap dampak layanan tersebut terhadap perilaku konsumtif.

Dengan latar belakang akademik yang secara langsung terkait dengan ekonomi digital dan teknologi keuangan, mahasiswa Program Studi Bisnis Digital dinilai relevan untuk dijadikan populasi penelitian agar dapat memperoleh temuan yang lebih komprehensif dan kontekstual terkait dampak pemakaian Shopee PayLater dan gaya hidup pada sikap konsumtif di zaman digital.

Maka dari latar belakang tersebut, mengetahui dan menelaah dampak penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater dan gaya hidup pada sikap konsumtif mahasiswa program studi Bisnis Digital di Bondowoso merupakan tujuan studi ini. Pemberian pemahaman mendalam terkait penyebab kecenderungan konsumsi berlebihan di kalangan mahasiswa, terutama dalam konteks perkembangan teknologi finansial dan dinamika gaya hidup modern diharapkan dari penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah pemakaian Shopee PayLater memberikan dampak pada sikap konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Jember Bisnis Digital di Bondowoso?
- b. Apakah gaya hidup berpengaruh pada sikap konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Jember Bisnis Digital di Bondowoso?
- c. Apakah penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Jember Bisnis Digital di Bondowoso?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menentukan bagaimana penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater berdampak pada kebiasaan konsumtif siswa Bisnis Digital di Bondowoso.
- b. Untuk mengetahui bagaimana gaya hidup berdampak pada perilaku konsumtif siswa Bisnis Digital di Bondowoso.

- c. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan antara pemakaian Shopee PayLater dan gaya hidup pada sikap konsumtif mahasiswa Bisnis Digital di Bondowoso.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis dan akademisi: Mampu memperkaya wawasan terutama terkait bidang ekonomi digital, perilaku konsumen, dan teknologi finansial. Serta sebagai referensi akademik untuk peneliti kedepan yang tertarik mengangkat topik serupa.
- b. Bagi mahasiswa: Menjadi bahan refleksi dan meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap dampak penggunaan layanan Shopee PayLater, serta pentingnya pengelolaan keuangan pribadi yang bijak agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.
- c. Bagi pihak kampus: Menjadi acuan bagi lembaga pendidikan, khususnya Politeknik Negeri Jember, dalam merancang program literasi keuangan dan pembinaan cara hidup sehat finansial untuk mahasiswa.
- d. Bagi pihak shopee dan pelaku e-commerce: Memberikan informasi terkait sikap konsumen muda sebagai dasar evaluasi strategi pemasaran yang lebih edukatif dan bertanggung jawab.