

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Perusahaan

Shopee adalah salah satu platform *e-commerce* yang paling sering digunakan di Asia Tenggara dan Taiwan yang didirikan pada tahun 2015 di bawah naungan Sea Limited oleh Chris Feng seorang pengusaha muda asal Singapura. Shopee diluncurkan di 7 negara Asia, yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam dan Filipina dan pada tahun 2019 Shopee melebarkan sayapnya ke Brazil yang menjadi negara pertama di luar Asia yang bisa mengakses platform Shopee.

Shopee menawarkan sebuah platform *e-commerce* yang menyediakan pengalaman belanja dengan mudah, aman dan cepat dalam proses pembayaran maupun pengiriman. Di Indonesia sendiri, Shopee mampu bersaing dengan marketplace lain yang ada di Indonesia. Shopee memiliki fitur-fitur yang menarik seperti program gratis ongkir, *paylater* dan pilihan produk yang bermacam-macam. Awalnya konsep yang digarap oleh Shopee adalah perusahaan *customer to customer* C2C hingga pada tahun 2017 mereka merubah model bisnisnya menjadi *business to customer* B2C.

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo Shopee

Sumber: Wikipedia (2024)

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Shopee memiliki visi dan misi sendiri untuk Shopee Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Visi Shopee “Menjadi mobile marketplace nomor 1 di Indonesia”
2. Misi Shopee “Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan evolusi sistem pembayaran manusia telah berkembang pesat yang awalnya hanya melakukan barter sederhana hingga bisa bertransaksi secara digital pada saat ini didukung oleh perkembangan teknologi yang terus berinovasi setiap tahunnya. Menurut Ferguson (2008) pada karya bukunya yang berjudul “*The Ascent of Money*” yang mempelajari tentang sejarah sistem pembayaran manusia menegaskan bahwa evolusi uang bukan saja dipengaruhi oleh ekonomi melainkan bisa juga dipengaruhi oleh faktor sosial, politik, dan teknologi. Dalam bukunya juga dijelaskan salah satu inovasi penting yang ditemukan pada evolusi sistem pembayaran manusia untuk mendukung kemajuan peradaban manusia adalah kredit.

Pada dasarnya konsep kredit telah ditemukan sejak zaman kuno, akan tetapi sistem kredit yang kita kenal saat ini merupakan hasil evolusi sistem pembayaran yang panjang, berdasarkan website Diners Club menjelaskan bahwa Frank Mcnamara yang merupakan pendiri Diners Club pada tahun 1950 merupakan salah satu pionir dalam pengembangan kartu kredit, Diners Club adalah salah satu kartu kredit pertama yang memungkinkan bagi pemilik kartu untuk membayar tagihan restoran tanpa menggunakan uang tunai. (Diners Club International, 2024). Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998, definisi kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998). Munculnya kartu kredit dan debit bersama

dengan berbagai platform pembayaran digital telah mengubah cara manusia melakukan transaksi, yang awalnya memerlukan kehadiran secara fisik kini bisa hanya dengan beberapa ketukan pada *device*. Pada artikel yang dirilis oleh medium dengan judul “*The Evolution of Buy Now, Pay Later: A Historical Perspective*”, *Buy Now Pay later* (BNPL) merupakan contoh evolusi sistem pembayaran secara kredit terbaru yang terpengaruh oleh kelemahan pada kredit konvensional dan memanfaatkan kemajuan teknologi. Dengan menyediakan metode pembayaran yang fleksibel dan nyaman, BNPL telah merombak pengalaman belanja secara online.

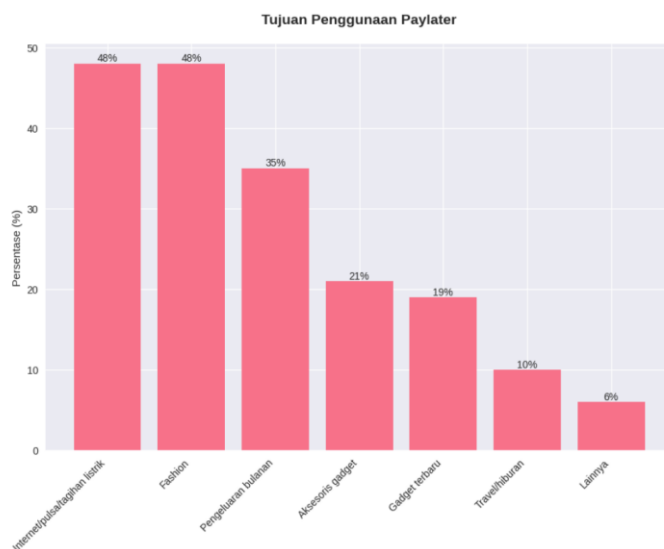
Layanan paylater pertama ditemukan dan populer sejak 2010-an, perusahaan-perusahaan seperti Afterpay, Klana, dan Affirm yang didirikan pada tahun 2010-an merupakan perusahaan *fintech* yang menjadi pelopor dalam menawarkan layanan paylater. (Big4WallStreet, 2024). Sedangkan di Indonesia layanan paylater pertama kali dikenalkan oleh traveloka paylater pada tahun 2018 dengan menggandeng perusahaan *fintech* PT. Dana Pasar Pinjaman dan mulai populer pada tahun 2019-an dengan hadirnya berbagai platform pay later lainnya seperti Shopee Paylater, gopay later, akulaku pay later dan kredivo paylater. (Kurniawan, 2018).



Gambar 1. 2 Pertumbuhan Penggunaan PayLater di Indonesia

Sumber: Good Stats (2024)

Berdasarkan data yang dirilis oleh Good Stats yang bersumber dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) pada gambar 1.2, pengguna *paylater* di Indonesia mencapai 79,92 juta di tahun 2023. Jumlah ini meningkat pesat dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 67,41 juta pada tahun 2022, 55,44 juta pada tahun 2021, 10,94 juta pada tahun 2020 dan 4,63 juta pada tahun 2019. Angka ini menunjukkan tingginya minat masyarakat dalam menggunakan layanan *paylater* dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengguna tiap tahunnya.

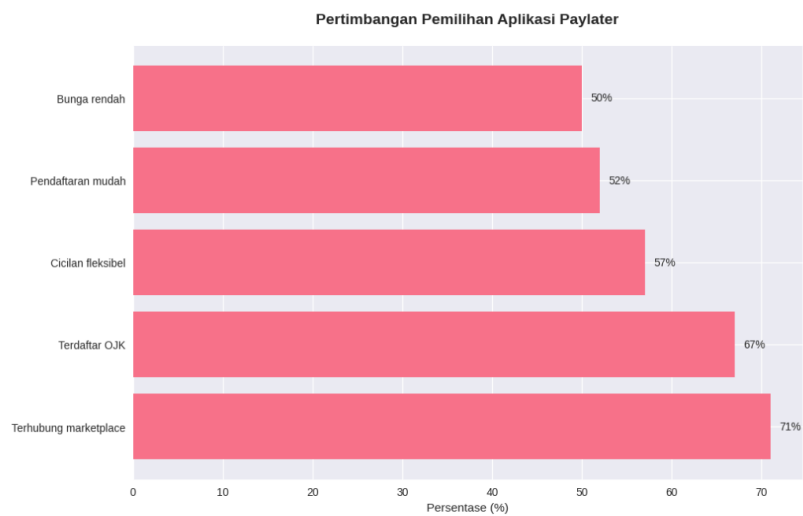


Gambar 1. 3 Tujuan Penggunaan Paylater

Sumber: populix (2023)

Mengacu pada gambar 1.3, berdasarkan survei tersebut, dari 555 responden sebanyak 266 orang (48%) menggunakan layanan *paylater* untuk keperluan internet/pulsa/listrik dan fashion. Karena pertanyaan dalam survei ini memungkinkan responden memilih lebih dari satu jawaban sehingga total persentase melebihi 100% yang mengindikasikan bahwa rata-rata responden menggunakan layanan *paylater* untuk beberapa keperluan sekaligus. Dapat disimpulkan bahwa alasan terbesar responden menggunakan *paylater* adalah untuk membayar tagihan utilitas(internet/pulsa/listrik) dan barang fashion. (Populix, 2023).

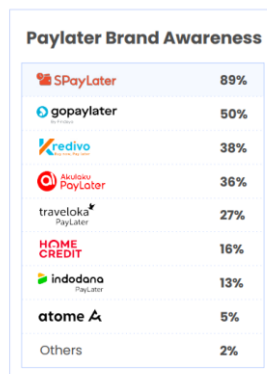
Di Indonesia, terdapat beberapa platform penyedia layanan paylater yang populer seperti shopee paylater, gopaylater, akulaku paylater, kredivo paylater, dan traveloka paylater. Banyaknya penyedia layanan menjadi pertimbangan bagi pengguna dalam memutuskan platform mana yang akan digunakan, dalam survei yang sama populix merilis data mengenai pertimbangan pemilihan aplikasi paylater berdasarkan beberapa faktor.



Gambar 1. 4 Pertimbangan Pemilihan Aplikasi Paylater

Sumber: populix (2023)

Berdasarkan gambar 1.4, menurut survei tersebut terhubung dengan marketplace merupakan alasan terbesar responden untuk memilih aplikasi paylater yang digunakan dengan presentase 71%, disusul dengan masalah legalitas yaitu dengan terdaftar di OJK sebanyak 67%, cicilan yang fleksibel sebesar 57%, pendaftaran yang mudah sebesar 52% dan bunga yang rendah sebesar 50%. (Populix, 2023)



Gambar 1. 5 Paylater Brand Awareness

Sumber: Populix (2023)

Mengacu pada gambar 1.5, survei yang dilakukan oleh populix dengan responden mayoritas milenial dan gen Z di Indonesia pada bulan september 2023 menyebutkan bahwa Shopee Paylater berada pada posisi pertama dalam kategori *paylater brand awareness* diantara platform lain yaitu sebanyak 89%. Shopee Paylater bisa berada pada posisi pertama karena shopee merupakan platform pertama yang menghadirkan fitur paylater terhubung langsung dengan *e-commerce* sejak tahun 2019 hal ini membuat shopee bisa berada pada posisi pertama dalam brand awareness. Dibandingkan dengan platform paylater di Indonesia lainnya, Shopee Paylater menawarkan fitur dan fleksibilitas cicilan yang menarik. (Populix, 2023).

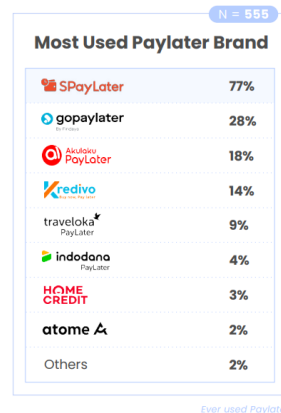
Tabel 1. 1 Tabel Perbandingan Platform Paylater

	Terhubung dengan e-commerce	Legalitas	Fleksibilitas cicilan	Kemudahan registrasi	Tingkat bunga
Shopee Paylater	Shopee	Terdaftar OJK	1,3,6,12, 18 dan 24 bulan	Hanya memerlukan KTP(3 langkah Verifikasi)	2.95%
Go Paylater	Tokopedia dan Zalora	Terdaftar OJK	1,3,6 dan 12 bulan	Hanya memerlukan KTP(3 langkah Verifikasi)	2 - 2,63%
Akulaku Paylater	Lazada, Bukalapak, Blibli.	Terdaftar OJK	6 dan 12 bulan	Harus memiliki akun akulaku dan aktivasi fitur kredit terlebih dahulu	3%

	Terhubung dengan e-commerce	Legalitas	Fleksibilitas cicilan	Kemudahan registrasi	Tingkat bunga
Kredivo Paylater	Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli	Terdaftar OJK	1,3,6 dan 12 bulan	Harus memiliki akun kredivo dan aktivasi fitur kredit terlebih dahulu	1 - 2,6%
Traveloka Paylater	Tidak terhubung	Terdaftar OJK	1-12 bulan	Hanya memerlukan KTP(3 langkah Verifikasi)	2,55 - 4,80%
Home Credit Paylater	Tidak terhubung	Terdaftar OJK	1-9 bulan	Harus memiliki akun home credit dan aktivasi fitur kredit terlebih dahulu	3,49%
Indodana Paylater	Tokopedia, Bukalapak	Terdaftar OJK	3-12 bulan	Harus memiliki akun indodana dan aktivasi fitur kredit terlebih dahulu	0,99 - 1,49%
Atome Paylater	Tidak terhubung	Terdaftar OJK	3-6 bulan	Hanya memerlukan KTP(3 langkah Verifikasi)	0%

Sumber: Google (diolah penulis) (2024)

Berdasarkan tabel 1.1, shopee berhasil menonjol dengan fitur paylater yang lebih fleksibel dalam rentan waktu cicilan dan kemudahan saat registrasi, walaupun memiliki tingkat bunga yang tergolong tinggi dan tidak fleksibel. Pilihan fitur dan promo yang beragam serta persyaratan yang mudah dipenuhi membuat Shopee Paylater menjadi pilihan utama bagi konsumen yang ingin menikmati kemudahan berbelanja secara kredit pada e-commerce. Hal ini dibuktikan oleh populix pada survei yang sama membahas tentang paylater yang sering digunakan.



Gambar 1. 6 Most Used Paylater Brand

Sumber: Populix

Berdasarkan gambar 1.6, pada survei tersebut menyebutkan bahwa platform yang sering digunakan adalah Shopee Paylater dengan presentase sebesar 77%, hal tersebut bisa diraih oleh Shopee Paylater karena platform tersebut memiliki *brand awareness* yang tinggi serta menawarkan fitur yang lebih fleksibel dan menarik dibandingkan platform lainnya. (Populix, 2023)

Mengingat bahwa shopee menjadi platform paylater dengan brand awareness dan pengguna terbanyak, hal tersebut didukung oleh kesuksesan shopee sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia. Shopee telah berhasil memikat hati konsumen dengan berbagai promo dan fitur yang ditawarkan. Hal ini telah menjadikan shopee sebagai platform pilihan bagi banyak orang untuk memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari barang sehari-hari hingga barang elektronik dibandingkan dengan platform e-commerce lainnya, hal ini dibuktikan dengan data yang dirilis oleh databooks mengenai e-commerce dengan pengguna terbanyak di Indonesia.



Gambar 1. 7 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Di Indonesia

Sumber: databoks (2024)

Mengacu pada gambar 1.7, databoks merilis data statistik mengenai e-commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia pada tahun 2023. Pada data tersebut shopee berada pada peringkat paling atas yaitu sebanyak 2,35 miliar pengguna hal tersebut membuat shopee menjadi e-commerce paling banyak digunakan dibandingkan dengan tokopedia, lazada, blibli, dan bukalapak. Dengan tren BNPL yang muncul tentu saja shopee ikut serta dalam mempopulerkan konsep ini dengan menghadirkan fitur bernama Shopee Paylater yang dirilis pada tahun 2019 di Indonesia, hal tersebut menjadikan shopee sebagai e-commerce pertama di Indonesia yang sudah menyediakan layanan paylater, dengan demikian membuat shopeepaylater menjadi fitur paylater yang paling dikenal dan sering digunakan oleh masyarakat indonesia.

Meskipun layanan paylater menawarkan kemudahan dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi, penggunaan layanan ini juga dapat membawa pengaruh negatif, seperti menimbulkan permasalahan keuangan apabila pengguna tidak memiliki literasi keuangan yang memadai. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rara Ayu Elviani & Rr. Iramani (2023), yang menegaskan bahwa

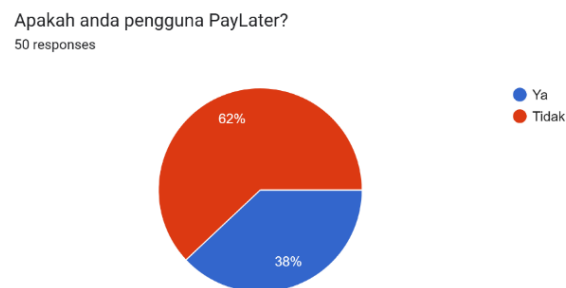
literasi keuangan memiliki peranan penting dalam pengelolaan keuangan pribadi secara bijak dan bertanggung jawab.

Secara umum, literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan berbagai konsep serta keterampilan keuangan, termasuk pengelolaan uang, perencanaan keuangan, tabungan, investasi, dan penggunaan kredit secara bijak. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023), literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan sikap yang mendorong individu untuk membuat keputusan keuangan yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan finansial jangka pendek maupun jangka panjang. Lebih lanjut, Carpena dan Zia (2020) menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak hanya menyangkut aspek kognitif seperti pemahaman tentang suku bunga dan inflasi, tetapi juga aspek perilaku, seperti kebiasaan menabung dan kecenderungan berutang.

Dalam konteks penggunaan layanan paylater, rendahnya literasi keuangan dapat mendorong individu untuk melakukan transaksi secara impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan bayar dan risiko yang menyertainya. Berdasarkan siaran pers bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2024, diketahui bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia berada pada kategori moderat menuju baik, yaitu sebesar 65,43%. Namun demikian, OJK juga menekankan bahwa masih terdapat kesenjangan pemahaman keuangan yang signifikan antar kelompok masyarakat, terutama antara kelompok usia, pendidikan, dan wilayah geografis. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun secara agregat tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia tidak tergolong rendah, pemerataan pemahaman dan kemampuan pengelolaan keuangan di seluruh lapisan masyarakat masih menjadi tantangan yang harus diatasi. Terlebih di era digital seperti saat ini, di mana layanan keuangan berbasis teknologi seperti paylater semakin mudah diakses oleh masyarakat, terutama oleh generasi muda.

Untuk melihat fenomena ini secara lebih dalam, penulis melakukan pra-survei terhadap 50 responden yang menggunakan layanan paylater di Indonesia.

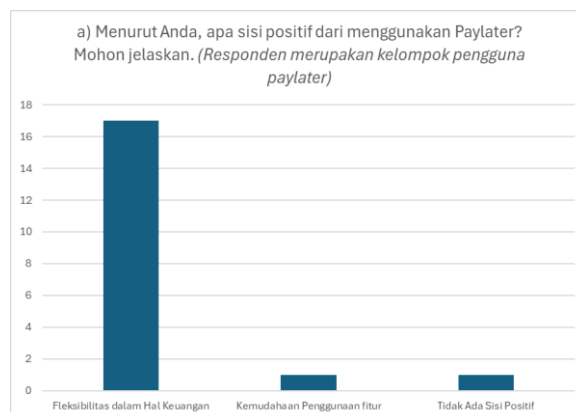
Mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa/siswa dengan rentang penghasilan antara Rp 1.500.000 hingga lebih dari Rp 4.000.000 per bulan. Dari total responden, sebanyak 24 orang (48%) adalah laki-laki dan 26 orang (52%) adalah perempuan, dengan distribusi usia berada pada rentang tahun kelahiran 1997–2012 (67,3%) dan 1981–1996 (32,7%). Hasil pra-survei ini menjadi dasar penting dalam memahami sejauh mana literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat terhadap penggunaan layanan paylater.



Gambar 1. 8 Pra Survey Jumlah Pengguna dan Non-pengguna Paylater

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Mengacu pada gambar 1.8, hasil pra survey menjelaskan bahwa dari 50 responden terdapat 19 responden (38%) merupakan pengguna paylater dan 31 responden (62%) bukan pengguna paylater.



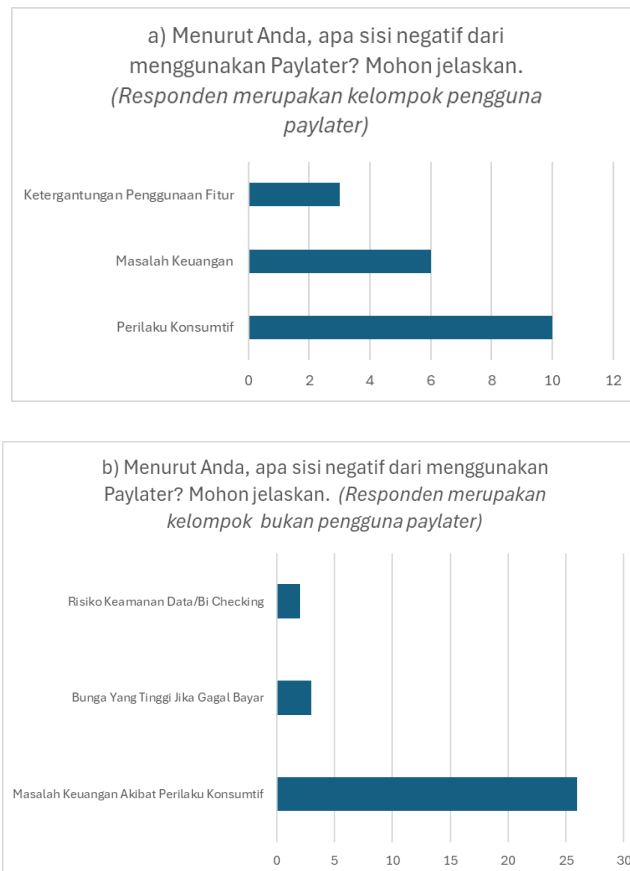


Gambar 1. 9 Pra Survei Sisi Positif Penggunaan Paylater

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan gambar 1.9, menjelaskan bahwa responden pengguna paylater dan bukan pengguna paylater dengan total responden sebanyak 50 orang memberikan pernyataan bahwa penggunaan pay later bisa memberikan dampak positif. Kedua kelompok responden setuju bahwa penggunaan fitur paylater dapat membantu fleksibilitas dalam hal keuangan mereka, hal ini dibuktikan dengan fleksibilitas dalam hal keuangan menjadi kategori terbesar pada sisi positif penggunaan paylater baik itu pada kelompok pengguna paylater maupun bukan pengguna paylater. Penggunaan paylater dapat memberikan sisi positif jika memiliki pemahaman yang tinggi terhadap literasi keuangan karena dengan literasi keuangan yang tinggi pengguna akan bisa mengimplementasikannya sesuai kebutuhan. (Amaniyah & Sholeha, 2024).

Mengingat sisi negatif penggunaan layanan paylater, perilaku konsumtif menjadi salah satu sisi negatif yang muncul dalam penggunaan layanan tersebut, hal ini sejalan dengan pra survei yang dilakukan oleh penulis yang menyebutkan bahwa sisi negatif yang dirasakan oleh responden yang terbesar adalah munculnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif terjadi karena individu tidak dapat berpikir secara rasional dan matang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, ia juga menyebutkan bahwa perilaku konsumtif saat ini telah menjadi gaya hidup. (Sugianto & Erdiansyah, 2020). Perilaku konsumtif ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengendalian diri, gaya hidup, dan iklan. (A. Apriliani et al., 2024).



Gambar 1. 10 Pra Survei Sisi Negatif Penggunaan Paylater

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

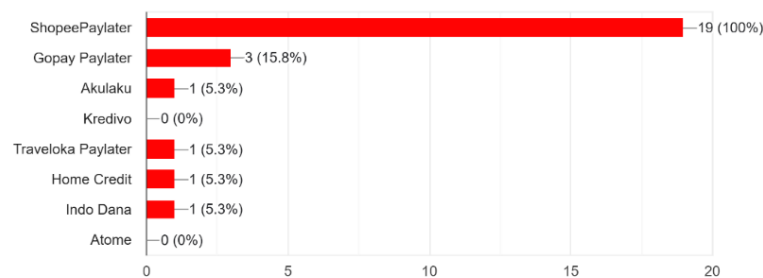
Mengacu pada gambar 1.10, hasil pra survey terhadap 50 responden yang merupakan pengguna paylater dan bukan pengguna paylater menyebutkan bahwa sisi negatif terbesar pada penggunaan layanan ini adalah munculnya perilaku konsumtif serta masalah keuangan yang muncul akibat perilaku tersebut.

Dilansir dari CNBC Indonesia pada artikel yang berjudul “Gen Z dan Milenial Nunggak Kredit Macet Paylater Rp 990 Miliar” menyatakan bahwa generasi z dan milenial merupakan penyumbang kredit macet terbesar di Indonesia. Berdasarkan data terbaru, generasi Z dan milenial menjadi pengguna aktif layanan BNPL di Indonesia. Sayangnya, kelompok usia ini juga mendominasi angka kredit macet. Rata-rata pengguna BNPL memiliki beberapa kontrak aktif, yang berarti mereka memiliki beberapa pinjaman yang berjalan secara bersamaan. Lebih dari 10

juta pengguna hampir setengahnya berusia 20-an dan 30-an, dengan 48,06% berusia 20-30 tahun dan 29,3% berusia 30-40 tahun dengan demikian generasi milenial dan generasi z merupakan mayoritas penyumbang kredit macet di Indonesia. (Mentari Puspadini, 2024).

Masih pada pra survei yang sama peneliti mendapatkan data bagaimana karakteristik para pengguna paylater. Responden pengguna paylater cenderung sudah menggunakan fitur layanan paylater ini sejak beberapa tahun terakhir, terutama pada tahun 2021. Mayoritas responden hanya menggunakan fitur tersebut kurang dari satu kali dalam sebulan dengan menggunakan Shopee Paylater sebagai platform favorit mereka.

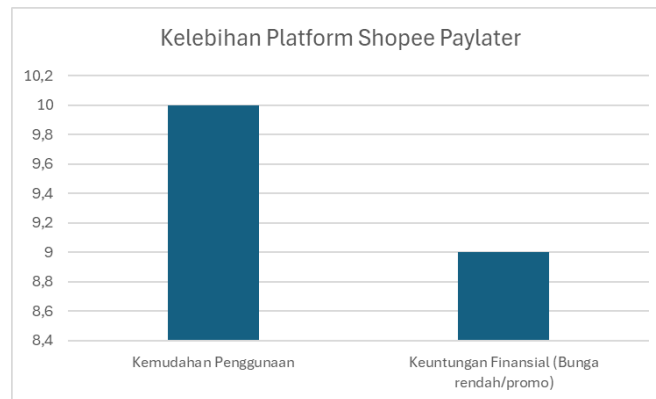
3. Dari Paylater dibawah ini, manakah paylater yang pernah Anda gunakan? (dapat memilih lebih dari 1) *maksimal 2
19 responses



Gambar 1. 11 Pra Survei Platform Paylater Yang Digunakan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan gambar 1.11, hasil pra survei tersebut menjelaskan bahwa Shopee Paylater menjadi pilihan semua responden untuk menggunakan fitur paylater. Dengan demikian platform favorit yang digunakan responden adalah Shopee Paylater.



Gambar 1. 12 Pra Survei Kelebihan Platform Shopee Paylater

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Mengacu pada gambar 1.12, responden pengguna paylater memberikan alasan memilih Shopee Paylater sebagai platform yang digunakan adalah karena kemudahan penggunaan seperti terhubung dengan marketplace favorit mereka yaitu shopee dan pendaftaran yang mudah. Selain itu dengan adanya promo seperti bunga yang rendah serta cashback saat menggunakan layanan menjadi alasan pengguna memilih platform ini.

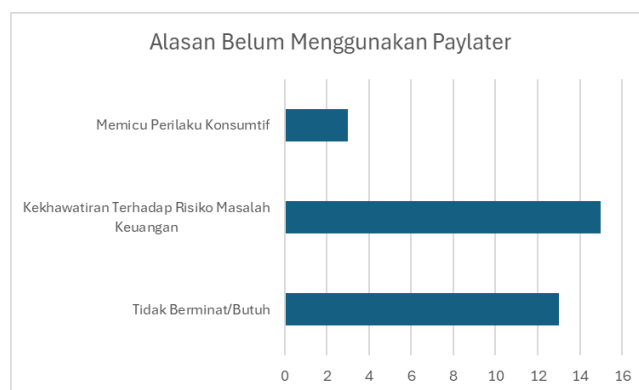


Gambar 1. 13 Pra Survei Kesulitan Saat Menggunakan Platform Shopee Paylater

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan gambar 1.13, mayoritas responden pengguna Shopee Paylater tidak mengalami kesulitan saat menggunakan fitur tersebut, akan tetapi minoritas responden mengalami kesulitan dalam menggunakan platform ini seperti keterbatasan limit, denda yang tinggi saat telat membayar, kesulitan mengelola perilaku konsumtif, kesulitan saat pendaftaran dan masalah jaringan.

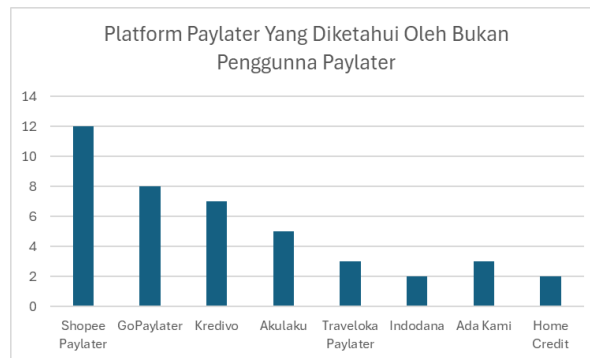
Meskipun tren pengguna paylater terus meningkat, akan tetapi masih terdapat kelompok yang belum mengadopsi fitur ini. Pada pra survei yang dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa alasan mengapa kelompok ini belum atau tidak mau mengadopsi fitur paylater.



Gambar 1. 14 Pra Survei Alasan Belum Menggunakan Paylater

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan gambar 1.14, hasil pra survey peneliti menjelaskan bahwa alasan terbesar responden belum menggunakan fitur paylater adalah kekhawatiran mereka terhadap risiko masalah keuangan yang akan muncul jika menggunakan layanan tersebut sebanyak 15 responden (48,39%) dan tidak berminat serta belum membutuhkan sebanyak 13 responden (41,94).

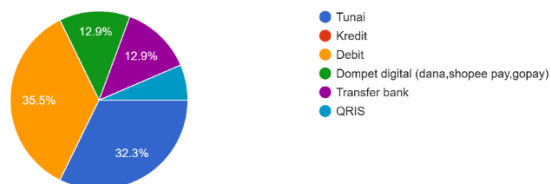


Gambar 1. 15 Pra Survei Platform Yang Diketahui Bukan Pengguna Paylater

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Mengacu pada gambar 1.15, berdasarkan hasil pra survei, Shopee Paylater menjadi platform yang paling banyak disebutkan oleh responden yang bukan pengguna fitur paylater. Dalam hal ini karakteristik responden pengguna maupun bukan pengguna memiliki persamaan mengenai platform mana yang sering digunakan untuk menggunakan fitur paylater.

4. Metode pembayaran apa yang paling sering Anda gunakan untuk berbelanja di tempat (toko, mall, dll)?
31 responses

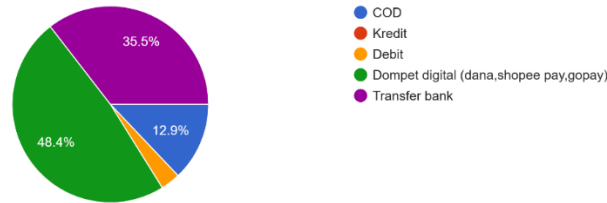


Gambar 1. 16 Pra Survei Metode Pembayaran Berbelanja Offline

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Mengacu pada gambar 1.6, responden yang tidak menggunakan fitur paylater cenderung lebih sering melakukan transaksi melalui kartu debit sebanyak 11 responden (35,5%) dan membayar dengan tunai 10 responden (32.3%) untuk melakukan pembayaran di toko, mall dan lain-lain.

5. Metode pembayaran apa yang paling sering Anda gunakan untuk berbelanja online?
31 responses

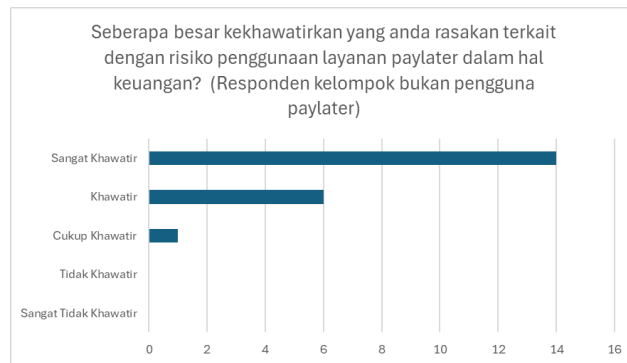


Gambar 1. 17 Pra Survei Metode Pembayaran Berbelanja Online

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan gambar 1.17, hasil pra survei terhadap bukan pengguna paylater menjelaskan bahwa mereka cenderung menggunakan dompet digital sebanyak 15 responden (48,4%) dan transfer bank sebanyak 11 responden (35,5%) untuk melakukan pembayaran saat berbelanja online.

Risiko adalah perasaan yang timbul akibat adanya kemungkinan atau variasi yang mungkin muncul pada hasil akhir. (Amaniyah & Sholeha, 2024). Meskipun dapat memberi banyak keuntungan, layanan paylater menimbulkan kekhawatiran atau ketakutan terhadap konsekuensi negatif yang dapat menimbulkan kerugian saat menggunakan layanan tersebut, menurut Peter dan Olson (2010) dalam bukunya yang berjudul *“Consumer Behavior and Marketing Strategy”* menjelaskan bahwa persepsi risiko adalah risiko yang dirasakan mengenai konsekuensi yang tidak diinginkan dan ingin dihindari oleh konsumen ketika mereka membeli atau menggunakan suatu produk. Pada pra survei yang dilakukan peneliti, menjelaskan bahwa responden yang merupakan bukan pengguna layanan paylater khawatir akan risiko dalam hal keuangan jika ingin menggunakan layanan paylater.



Gambar 1. 18 Pra Survei Risiko Keuangan Penggunaan Layanan Paylater

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan gambar 1.18, menjelaskan bahwa responden yang bukan pengguna sangat khawatir terhadap risiko penggunaan layanan paylater dalam hal keuangan sebanyak 14 responden (66,67%). Hal ini sejalan dengan hasil pra survei peneliti yang membahas tentang alasan responden bukan pengguna paylater tidak atau belum tertarik untuk menggunakan fitur tersebut, alasan terbesar mereka adalah khawatir akan risiko dalam hal keuangan yang akan terjadi jika memakai fitur tersebut. Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi terhadap risiko finansial menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan layanan PayLater. Bagi pengguna aktif PayLater, pemahaman dan penilaian terhadap potensi risiko seperti bunga tinggi, keterlambatan pembayaran, dan akumulasi utang merupakan aspek krusial yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Oleh karena itu, persepsi risiko perlu dikaji lebih lanjut guna memahami bagaimana individu menimbang manfaat dan risiko dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti Shopee PayLater.

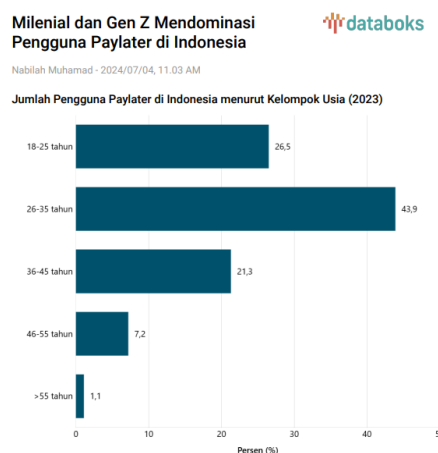
Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa permasalahan utama dalam penggunaan layanan Shopee PayLater terletak pada kecenderungan munculnya perilaku konsumtif yang berdampak pada permasalahan keuangan. Hal ini tercermin dari hasil pada gambar 1.10, yang menunjukkan bahwa sisi negatif paling dirasakan oleh pengguna paylater adalah meningkatnya perilaku konsumtif akibat kemudahan akses layanan tanpa perencanaan yang matang.

Sementara itu, responden yang bukan pengguna paylater menunjukkan kekhawatiran terhadap risiko keuangan sebagai alasan utama mereka belum menggunakan layanan ini, sebagaimana terlihat dalam gambar 1.14 dan 1.18. Kekhawatiran tersebut menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap risiko khususnya risiko keuangan berperan besar dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan layanan paylater. Oleh karena itu, persepsi risiko menjadi aspek penting yang perlu diteliti lebih lanjut untuk memahami bagaimana penilaian individu terhadap potensi kerugian dapat memengaruhi perilaku konsumtif dalam konteks layanan keuangan digital. Permasalahan ini diperkuat dengan temuan bahwa generasi Z dan milenial sebagai pengguna utama layanan BNPL juga menjadi penyumbang tertinggi angka kredit macet di Indonesia (CNBC Indonesia, 2024). Dengan demikian, selain literasi keuangan, persepsi risiko menjadi variabel yang relevan untuk diteliti dalam rangka menjelaskan mengapa sebagian pengguna dapat terjebak dalam perilaku konsumtif yang tidak terkendali, sedangkan sebagian lainnya justru memilih untuk menghindari penggunaan layanan paylater.

Kontrol diri memiliki peran penting terhadap perilaku konsumtif pada penggunaan fitur paylater. Individu pengguna paylater yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung dapat mengontrol keinginan mereka untuk berbelanja sehingga dapat mengatur perilaku konsumtif individu tersebut. (Fuadi & Supraba, 2023). Dengan demikian diperlukannya kontrol diri yang baik dalam rangka mengurangi risiko kredit macet atau masalah keuangan lainnya yang dapat merugikan berbagai pihak. Pada penelitian ini, kontrol diri berperan sebagai mediasi yang menghubungkan antara pengaruh literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif. Penggunaan variabel mediasi ini diperlukan untuk beberapa alasan. Pertama, hubungan antara literasi keuangan, persepsi risiko dan perilaku konsumtif bersifat kompleks dan tidak selalu langsung. Meskipun seseorang memiliki literasi keuangan yang baik dan memahami risiko penggunaan fitur paylater, tanpa memiliki kontrol diri yang baik mereka tetap berpotensi terjebak dalam perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan tingginya angka kredit macet yang mencapai Rp. 990 miliar yang didominasi oleh generasi milenial

dan generasi Z, meskipun tingkat literasi keuangan di Indonesia sudah mencapai 65,43%. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Fuadi dan Supraba (2023) menyebutkan bahwa kontrol diri berperan penting dalam mengatur perilaku konsumtif pengguna fitur Shopee Paylater, dimana individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi dapat lebih mampu mengontrol perilaku konsumtif mereka saat menggunakan fitur Shopee Paylater.

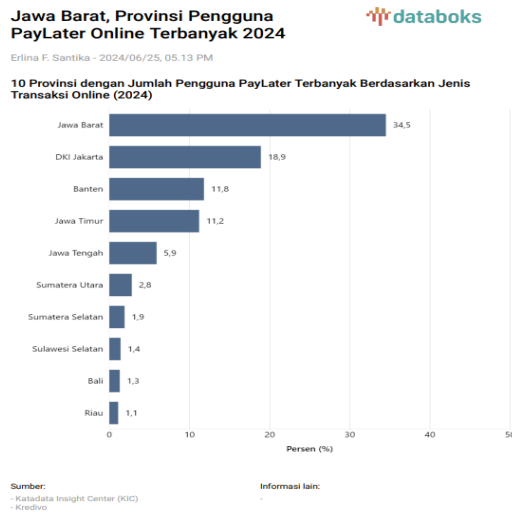
Milenial dan generasi Z merupakan kelompok usia yang cepat dan mudah beradaptasi dengan teknologi salah satu contohnya adalah penggunaan layanan paylater. Penggunaan layanan ini tentu saja dapat menimbulkan dampak negatif seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya yaitu munculnya masalah baru seperti kredit macet pada layanan paylater yang didominasi oleh generasi milenial dan Z.



Gambar 1. 19 Generasi Pengguna Paylater Di Indonesia

Sumber : Databoks (2024)

Berdasarkan gambar 1.19, generasi milenial dan Z merupakan pengguna paylater terbanyak diantara generasi lainnya yaitu sebesar 43,9% (Milenial) dan 26,5% (Generasi Z), selain itu berdasarkan fenomena yang sudah diuraikan sebelumnya bahwa generasi milenial dan Z menjadi penyumbang kredit macet penggunaan paylater di Indonesia. Dengan demikian peneliti menjadikan generasi milenial dan Z menjadi subjek dalam penelitian ini.



Gambar 1. 20 Jumlah Pengguna Paylater Berdasarkan Provinsi

Sumber: Databoks (2024)

Berdasarkan gambar 1.20, provinsi Jawa Barat menjadi provinsi dengan pengguna paylater terbanyak di Indonesia diantara 10 provinsi lainnya dengan presentase sebanyak 34,5%. Hal ini menjadi ketertarikan bagi peneliti untuk melakukan penelitiannya di provinsi Jawa Barat, penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana literasi keuangan, persepsi risiko dapat mempengaruhi perilaku konsumtif melalui kontrol diri sebagai mediasi pada generasi milenial dan Z di Jawa Barat pengguna Shopee Paylater. Meskipun penelitian sebelumnya oleh Amaniyah dan Sholeha (2024) telah membahas tentang pengaruh literasi keuangan dan risiko terhadap perilaku konsumtif dengan Shopee Paylater sebagai variabel mediasi, akan tetapi penelitian tersebut belum mempertimbangkan kontrol diri sebagai variabel mediasi. Hal tersebut menjadi penting mengingat bahwa kontrol diri merupakan faktor yang penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif, sebagaimana dibuktikan dalam penelitian Fuadi dan Supraba (2023). Dengan memahami faktor-faktor yang mendorong perilaku ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumen di era digital.

1.3 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang sudah dibahas sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kontrol diri pengguna layanan Shopee Paylater di Jawa Barat?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap kontrol diri pengguna layanan Shopee Paylater di Jawa Barat?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat?
4. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat?
5. Apakah kontrol diri penggunaan layanan Shopee Paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat?
6. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat melalui kontrol diri sebagai variabel mediasi?
7. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat melalui kontrol diri sebagai variabel mediasi?

1.4 Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap kontrol diri pengguna layanan Shopee Paylater di Jawa Barat.
- b) Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap kontrol diri pengguna layanan Shopee Paylater di Jawa Barat.
- c) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat.
- d) Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat.

- e) Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri penggunaan layanan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat.
- f) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat melalui kontrol diri sebagai variabel mediasi.
- g) Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat melalui kontrol diri sebagai variabel mediasi.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus pada tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini membahas pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan *Shopee PayLater* di kalangan generasi Y dan Z.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Shopee PayLater yang termasuk dalam generasi Y (lahir 1981–1996) dan generasi Z (lahir 1997–2012), serta berdomisili di Provinsi Jawa Barat.
3. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan kausal, dengan teknik analisis data menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS) yang diolah melalui aplikasi SmartPLS versi 4.
4. Kegiatan pra-penelitian seperti studi literatur dan pra-survei dilakukan pada bulan Oktober 2024 hingga Januari 2025, sementara analisis data dan penulisan laporan dilakukan pada bulan Mei hingga Juni 2025.
5. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online, dengan pengambilan data dilakukan pada bulan April hingga Mei 2025.

6. Instrumen penelitian berupa kuesioner disusun berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, kemudian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa item yang digunakan layak dianalisis lebih lanjut.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada perusahaan terutama shopee tentang bagaimana literasi keuangan persepsi risiko dan kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial dan Z pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat. Informasi ini dapat berguna untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Bagi masyarakat terutama generasi milenial dan Z penelitian ini dapat berpotensi meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi keuangan, pengelolaan risiko serta kontrol diri dalam menggunakan layanan paylater terutama Shopee Paylater agar bisa menekan perilaku konsumtif.

1.6.2 Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan perilaku konsumen dengan memberikan data empiris terkait dengan hubungan literasi keuangan, persepsi risiko dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dan Z pengguna Shopee Paylater di Jawa Barat. Temuan ini juga diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara umum, padat dan ringkas yang memberikan gambaran dengan tepat isi penelitian meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar

Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjabarkan tentang teori, dimensi serta penelitian terdahulu dilanjutkan dengan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian yang diambil, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai analisis pada data-data yang telah didapatkan oleh penulis dari penelitian sesuai dengan metode yang diterapkan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti dan saran yang diberikan untuk penelitian atau pihak lainnya yang terkait, serta dapat dijadikan pertimbangan untuk perusahaan terkait.