

## PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER, LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

**Asrhy Grisara Girsang<sup>1</sup>**

**Made Heny Urmila Dewi.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>*FakultasEkonomidanBisnisUniversitasUdayana (Unud), Bali, Indonesia*

### ABSTRAK

Kegiatan konsumsi merujuk pada penggunaan pendapatan untuk mendapatkan berbagai barang atau layanan guna memenuhi kebutuhan manusia terutama pemenuhan kebutuhan dasar atau kebutuhan pokok, yang merupakan kebutuhan yang sangat esensial bagi manusia. Pada masa sekarang ini, penggeseran penggunaan uang saku bulanan selain untuk memenuhi kebutuhan tetapi juga untuk mengikuti trend seperti pakaian, aksesoris atau barang simbol-simbol tren masa kini lainnya kerap dilakukan mahasiswa sehingga mencerminkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan konsumsi yang dilakukan secara berlebihan tanpa memperhatikan kesadaran terhadap kebutuhan yang sebenarnya diperlukan. Penelitian ini bertujuan menginvestigasi dampak penggunaan Shopee PayLater, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui metode survei. Adapun objek penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang menggunakan fitur *paylater* pada aplikasi Shopee. Sampel penelitian ini berjumlah 210 responden yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater tidak berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa.

**Kata kunci:** *shopee paylater, literasi keuangan, gaya hidup, perilaku konsumtif*

### ABSTRACT

*Consumption activities refer to the use of income to obtain various goods or services to meet human needs, especially the fulfillment of basic needs or basic needs, which are very essential needs for humans. In today's time, the shift in the use of monthly allowances is not only to meet needs but also to follow trends such as clothes, accessories or other symbols of today's trends are often done by students so that they reflect consumptive behavior. Consumptive behavior refers to the act of consumption that is carried out excessively without paying attention to the awareness of the needs that are actually needed. This study aims to investigate the impact of the use of Shopee PayLater, financial literacy, and lifestyle on students' consumptive behavior through survey methods. The object of this research is a S1 student of the Faculty of Economics and Business, Udayana University who uses the paylater feature on the Shopee application. The sample of this study amounted to 210 respondents from the Faculty of Economics and Business, Udayana University. The analysis methods used in this study are descriptive analysis and multiple regression analysis. Research shows that the use of Shopee PayLater does not have an impact on students' consumptive behavior.*

**keyword:** *shopee paylater, financial literacy, lifestyle, consumptive behavior*

## PENDAHULUAN

Manusia senantiasa melakukan kegiatan konsumsi di kehidupan sehari-hari. Penggunaan pendapatan untuk mendapatkan bermacam-macam barang atau layanan untuk terpenuhinya kebutuhan yang dikenal sebagai kegiatan konsumsi. Kebutuhan dasar atau pokok manusia menjadi prioritas utama yang harus dipenuhi melalui kegiatan konsumsi. Manusia tidak hanya diharapkan untuk memenuhi kebutuhan dasarnya, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan lainnya seperti pendidikan, komunikasi, kesehatan, transportasi, dan aspek lainnya (Tama, 2014:1). Seperti masyarakat umum atau keluarga, mahasiswa juga terlibat dalam kegiatan ekonomi sehari-hari, termasuk dalam aspek konsumsi.. Mahasiswa tidak termasuk dalam angkatan kerja karena mereka dapat digolongkan sebagai kelompok yang sedang tidak bekerja atau sedang mencari pekerjaan (pengangguran), maupun sebagai kelompok yang sedang bekerja. Mahasiswa termasuk dalam kelompok yang tengah menempuh pendidikan dan mendapatkan pendapatan, yang umumnya berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua mereka, sehingga tidak memiliki pendapatan permanen sendiri.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan peneliti, diketahui bahwa rata-rata uang saku mahasiswa ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana sebanyak Rp1.000.000 - Rp2.000.000 per bulan. Dari pola konsumsi yang terlihat di kalangan mahasiswa saat ini, penulis mengamati bahwa banyak mahasiswa mulai mengalihkan alokasi uang saku bulanan mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumsi serta juga mengonsumsi atas apa yang mereka inginkan seperti membeli pakaian, aksesoris atau barang simbol-simbol tren masa kini lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif. Lina & Rosyid (1997) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan konsumsi yang berlebihan tanpa adanya kesadaran atas kebutuhan yang sebenarnya diperlukan. Orang yang berperilaku konsumtif cenderung lebih mengutamakan keinginan dan kepuasan pribadinya ketimbang mempertimbangkan kebutuhan yang sesungguhnya.

Salah satu aspek yang memengaruhi tindakan konsumtif yaitu gaya hidup. Gaya hidup dianggap mencerminkan identitas dan status sosial seseorang, yang ditunjukkan lewat kebiasaan mengikuti tren terkini sebagai bagian penting pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Bahkan gaya hidup menjadi lebih penting dari kebutuhan pokok, Menurut Pulungan dkk. (2018), mahasiswa

umumnya melakukan pembelian baik secara online maupun offline tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih kepada kepuasan dan gaya hidup, yang dapat menyebabkan perilaku boros. Gaya hidup mahasiswa masa kini seringkali tidak sejalan dengan nilai-nilai internal, mencakup aspek-aspek seperti etika dan tingkat pendidikannya, serta bertentangan dengan situasi ekonomi keluarganya. Untuk terlihat lebih baik di mata orang lain, sebagian mahasiswa cenderung lebih memprioritaskan kebutuhan non-pangan mereka..

Masalah yang biasanya dialami mahasiswa dalam pengelolaan uang sakunya yaitu kehabisan dana sebelum tanggal jatuh tempo tiba. Hal ini diakibatkan karena manajemen keuangan yang buruk. Untuk itu, cara menghindari kebiasaan konsumtif adalah dengan memiliki literasi keuangan yang cukup. Literasi keuangan merupakan ilmu untuk mengelola keuangan dengan baik yang menjadikan seseorang mampu untuk mempertimbangkan setiap keputusan penggunaan uang secara lebih bijak. Hadirnya pengetahuan literasi keuangan membuat mahasiswa lebih berhati-hati dalam membelanjakan uangnya.

Menurut hasil survei OJK tahun 2019, tingkat literasi keuangan bagi lulusan SMA mencapai 38,2%, sementara untuk pelajar atau mahasiswa mencapai 23,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan mengenai manajemen keuangan di kalangan mahasiswa Indonesia masih kurang.. Konsekuensi dari hal tersebut yakni keputusan keuangan yang diambil cenderung merugikan diri mereka sendiri, seperti kecenderungan untuk berbelanja secara boros pada barang konsumsi, yang akhirnya dapat menyebabkan defisit keuangan pada akhir bulan. Maka dari itu, pentingnya bagi mahasiswa untuk memiliki literasi keuangan agar dapat menghindari kesulitan finansial.

Di lingkungan sosial, mahasiswa FEB Udayana sering memperbincangkan tentang belanja online. Dengan perkembangan teknologi yang cepat dan kondisi lingkungan yang berkembang, mahasiswa menjadi lebih mudah mendapatkan keinginan mereka, seperti melakukan pembelian online. Mahasiswa menganggap belanja online sangat nyaman, sehingga menjadi opsi utama untuk memenuhi keinginan mereka dengan efisien dan cepat. Salah satu keuntungan dari melakukan pembelian secara online terletak pada kemudahan dalam sistem pembayaran. Contoh baru dari sistem pembayaran yang muncul belakangan ini adalah layanan *paylater*, yang juga dikenal sebagai opsi pembayaran nanti.

Secara ringkas, *paylater* merupakan pembayaran angsuran tidak menggunakan kartu

kredit, di mana proses pengajuan dan verifikasi dokumen dilakukan secara digital. Meskipun menggunakan layanan secara online, namun tingkat bunga, batasan penggunaan, dan tanggal jatuh tempo pembayaran serupa dengan kartu kredit pada umumnya. Meskipun fitur *paylater* memberikan kenyamanan yang signifikan, sayangnya, kenyamanan dalam bertransaksi ini dapat mendorong seseorang untuk menjadi lebih konsumtif dan pada akhirnya mengarah pada perilaku impulsif. Pembelian impulsif ialah kebiasaan membeli barang secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya.

Berdasarkan dari hasil observasi awal yang telah dilakukan, dari 10 mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Udayana, 5 diantaranya satu bulan sekali bahkan lebih melakukan pembelanjaan melalui *shopee*. Umumnya, mahasiswa menghabiskan sejumlah uang antara Rp50.000 hingga lebih dari Rp200.000 setiap bulannya untuk berbelanja di platform Shopee. Peneliti menyatakan bahwa jumlah uang tersebut merupakan nominal yang cukup besar untuk mahasiswa yang masih aktif berkuliah & belum memiliki pekerjaan. Hal tersebut didukung oleh studi Sihombing et al., (2019) yang menyatakan penggunaan Cicil berpengaruh terhadap konsumtif mahasiswa. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka peneliti menjadi tertarik untuk meneliti lebih lanjut apakah adanya pengaruh beberapa variabel seperti penggunaan *Spaylater*, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Dalam penelitian ini, dikemukakan hipotesis sebagai berikut : Penggunaan *shopee paylater*, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan *shopee paylater* dan gaya hidup berpengaruh positif secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan berpengaruh negatif secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dengan merinci deskripsi setiap variabel, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memahami secara rinci gambaran dari setiap variabel penelitian.

**Tabel 1: Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

| Statistik Deskriptif        |     |         |         |         |                |
|-----------------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
|                             | N   | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| Penggunaan <i>Spaylater</i> | 210 | 5.00    | 15.00   | 11.3143 | 1.87307        |
| Literasi Keuangan           | 210 | 4.00    | 20.00   | 12.3333 | 3.24787        |
| Gaya Hidup                  | 210 | 8.00    | 25.00   | 17.6905 | 3.67513        |
| Perilaku Konsumtif          | 210 | 9.00    | 30.00   | 20.8429 | 3.31577        |
| Valid N ( <i>listwise</i> ) | 210 |         |         |         |                |

Sumber : *Data Diolah, 2023*

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak 210 responden mahasiswa FEB Universitas udayana. Variabel  $X_1$  yaitu penggunaan shopee *paylater* memiliki *min value* sebesar 5 dan *max value* sebesar 15. Variabel penggunaan shopee *paylater* memiliki *mean value* sebesar 11,3143 dan *standard deviation value* sebesar 1,87307 yang artinya nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi sehingga variabilitas data menjadi kecil, serta penyebaran nilai- nilai menjadi homogen.

Variabel  $X_2$  yaitu Literasi Keuangan memiliki *min value* sebesar 4 dan *max value* sebesar 20. Variabel literasi keuangan memiliki *mean value* sebesar 12,3333 dan *standard deviation value* sebesar 3,24787 yang artinya nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi sehingga variabilitas data menjadi kecil, serta penyebaran nilai-nilai menjadi homogen.

Variabel  $X_3$  yaitu Gaya Hidup memiliki *min value* sebesar 8 dan *max value* sebesar 25, serta memiliki *mean value* sebesar 17,6905 dan *standard deviation value* sebesar 3,67513 yang artinya nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi variabilitas data menjadi kecil, serta penyebaran nilai-nilai menjadi homogen.

Variabel Perilaku Konsumtif ( $Y$ ) memiliki *min value* sebesar 9 dan *max value* 30. Variabel perilaku konsumtif memiliki *mean value* 20,8429 dan *standard deviation value* sebesar 3,31577 yang memiliki arti *mean* lebih besar dari standar deviasi sehingga variabilitas data menjadi kecil, serta penyebaran nilai-nilai menjadi homogen.

### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 2: Hasil Uji Signifikansi (Uji F)**

|   | Model      | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.               |
|---|------------|----------------|-----|-------------|--------|--------------------|
| 1 | Regression | 579.382        | 3   | 193.127     | 23.151 | <.001 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 1718.433       | 206 | 8.342       |        |                    |
|   | Total      | 2297.814       | 209 |             |        |                    |

Sumber : *Data Diolah, 2023*

Berdasarkan Tabel 2 diatas, diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 23.151 dengan tingkat signifikansi atau probabilitas sebesar  $0,001 < 0,05$  maka sebagaimana dikatakan pengambilan keputusan dalam uji F dapat memberikan arti terdapatnya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 3: Hasil Uji Signifikan (Uji t)**

|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients Beta |        |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|--------|-------|
| Model |            | B                           | Std. Error |                                | t      | Sig.  |
| 1     | (Constant) | 21.006                      | 1.899      |                                | 11.061 | <.001 |
|       | X1         | .056                        | .107       | .032                           | .526   | .599  |
|       | X2         | -.372                       | .066       | -.365                          | -5.659 | <.001 |
|       | X3         | .215                        | .058       | .238                           | 3.658  | <.001 |

Sumber : Data Diolah, 2023

#### 1. Pengujian Hipotesis 1

$H_1$  : Penggunaan shopee *paylater* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel penggunaan shopee *paylater* (X1) yaitu sebesar 0,526 dan nilai signifikansi sebesar 0,599 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel penggunaan shopee *paylater* (X1) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) yang berarti  $H_1$  ditolak. Hasil penelitian ini didukung oleh teori Sven Windahl dalam *teori uses and effect*, yang menyatakan bahwa dampak terhadap individu dapat dihasilkan oleh penggunaan media dan konten yang terdapat di dalamnya. Salah satu faktor yang mendasari perilaku konsumtif seseorang adalah seberapa lama atau seberapa sering mereka menggunakan media sosial. Hasil studi ini sejalan dengan studi yang dilaksanakan Nadia Anastasya (2019) & Elpa Julita (2022) yang menyatakan tidak terdapat pengaruh penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

#### 2. Pengujian Hipotesis 2

$H_2$  : Literasi keuangan berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa nilai  $t$  hitung pada variabel literasi keuangan ( $X_2$ ) bernilai negatif sebesar  $-5.659$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,001$  lebih kecil dari taraf signifikansi  $0,05$ . Sehingga dapat ditarik keputusan bahwa terdapat pengaruh negatif & signifikan antara variabel literasi keuangan ( $X_2$ ) terhadap variabel perilaku konsumtif ( $Y$ ) yang berarti  $H_2$  diterima. Dengan kata lain, terdapat hubungan tidak searah diantara literasi keuangan & perilaku konsumtif mahasiswa. Apabila tingkat literasi keuangan meningkat, maka tingkat perilaku konsumtif cenderung menurun, dan sebaliknya, jika literasi keuangan rendah, menyebabkan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa cenderung naik.. Hasil studi ini sejalan dengan studi yang dilaksanakan oleh Yulita, dkk (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif

### 3. Pengujian Hipotesis 3

$H_3$  : Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan Tabel 3 didapatkan nilai  $t$  hitung pada variabel gaya hidup ( $X_3$ ) bernilai positif sebesar  $3.658$  dan *significant value* sebesar  $0,001$  lebih kecil dari taraf signifikansi  $0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel gaya hidup ( $X_3$ ) terhadap variabel perilaku konsumtif ( $Y$ ) yang berarti  $H_3$  diterima. Artinya bahwa gaya hidup memiliki korelasi positif searah dengan perilaku konsumtif, di mana peningkatan gaya hidup dapat mengakibatkan peningkatan perilaku konsumtif. Adapun terjadi sikap hedonistik dan gaya hidup mewah yang menurun menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa juga cenderung menurun. Dari hasil kuesioner dalam penelitian ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang menggunakan Shopee PayLater menyatakan bahwa minat dalam gaya hidup mereka selalu mengikuti tren mode terkini. Minat ini dapat menjadi pendorong bagi mereka untuk berperilaku konsumtif. Temuan ini mendapatkan dukungan dari penelitian Kanserina dkk. (2015) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

### REFERENSI

Ade Gunawan, C. C. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics*, 76-86.

Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater*.....[Asrhy Grisara Girsang, Made Heny Urmila Dewi

Albad, F. U. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. Under Graduates thesis, Universitas Negeri Semarang.

Amelia, V. H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur SpayLater Pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif. Yogyakarta.

Asep Kurniawan, S. M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Konformitas Hedonis, Penggunaan Electronic Money, Gaya Hidup dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Journal of Accounting for Sustainable Society*, 1-24.

D.A, R. (2019). Pengaruh Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa.

Dewi, L. G. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 5 No. 1.

Gesiradja, H.G., 2022. Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee PayLater, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Mahasiswa (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hardiyanti, T. D. (2019). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan. (Skripsi FEB UINSU).

Iqbal, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Julita, E. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).

Kumala, I. and Mutia, I., 2020, January. Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. In *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)* (Vol. 4, No. 1).

Rahmawati, G. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial. *Repository Politeknik Negeri Jakarta*.

Rinati, A. E. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Kedokteran Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Rosana Mu'amala, E. W. (2021). Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 883-896.



- Ulfa, F.T., 2022. Pengaruh financial literacy, life style dan penggunaan electronic money (e-money) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad AddaryPadangsidempuan).
- Zulfa Nur Aini, T. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Pengguna Aplikasi Belanja. *Journal The Academy of Management and Business*, Vol 2, No 1.