

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perilaku konsumtif merupakan sebuah fenomena yang banyak melanda masyarakat terutama remaja, disebabkan karena banyaknya iklan-iklan yang ditawarkan dalam media masa sehingga semakin membentuk remaja menjadi konsumtif. Penyebab lain dari hal tersebut adalah karakteristik remaja yang mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman, dan cenderung boros dalam menggunakan uang.

Perilaku konsumtif merupakan pembelian barang dengan tidak memikirkan fungsi dan kegunaannya tetapi memikirkan prestise dari barang yang akan di beli, sehingga dapat di katakan bahwa perilaku ini lebih mementingkan keinginannya di bandingkan dengan kebutuhan. Perilaku konsumen yang membeli barang-barang mahal untuk menunjukkan kekayaan dan status sosial, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya. Masalah perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang sering terjadi di kalangan remaja jika perilaku ini terus menerus dilakukan maka akan menimbulkan efek yang merugikan individu itu sendiri.<sup>2</sup>

Menurut Lina dan Rasyid indikator perilaku konsumtif meliputi 2 aspek yaitu aspek aspek pemborosan dan aspek pembelian tidak rasional.<sup>3</sup> Selain itu, menurut Sumartono indikator perilaku konsumtif adalah membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik,

---

<sup>2</sup> Ranti Tri Anggraini & Fauzan Heru Santhoso. “*Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*”, Gadjah Mada Journal of Psychology, Vo 3, No 3, 2017, hlm 131-140

<sup>3</sup> Lina & Rasyid, “*Perilaku Konsumtif berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putra*”. Jurnal Psikologika, Vol 4, 1997, hlm 24-28

membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, serta mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Selain dapat berdampak buruk bagi keuangan, adanya perilaku konsumtif juga bisa membuat konsumen jauh dari perilaku konsumsi yang sesuai dengan syariat Islam, terutama bagi para remaja. Jika hal ini diabaikan terus menerus, maka akan menimbulkan perilaku konsumtif pada kalangan remaja karena sisa uang saku yang dimiliki seharusnya bisa ditabung guna memenuhi kebutuhan mendatang bisa habis karena digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya tidak dibutuhkan.<sup>4</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja diantaranya adalah literasi keuangan yaitu pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan, kemudahan akses pembelian yaitu sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tersebut akan bebas dari sebuah usaha, dan penggunaan Shoope PayLater yaitu penggunaan fitur pembayaran nontunai yang mengusung konsep beli sekarang, bayar nanti.

Di era serba canggih generasi milenial memiliki literasi keuangan yang rendah hal ini dikarenakan kegiatan konsumtif dan kurangnya pengetahuan dalam mengatur keuangan yang tepat. Alhasil hal tersebut mengakibatkan generasi milenial cenderung gagal dalam mengelola keuangannya. Oleh karena itu, diperlukan suatu cara yang dapat mengatur keuangan generasi milenial

---

<sup>4</sup> Nadya Anastasia, *Pengaruh Penggunaan Shoope Paylater*. (Medan: Skripsi USU, 2018), h. 14.

secara baik dan terarah. Seperti yang dijelaskan dalam Program for International Student Assessment (PISA) (2012) bahwasanya literasi keuangan merupakan suatu cara yang dapat dijadikan referensi sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep pengelolaan keuangan yang baik dan efektif.

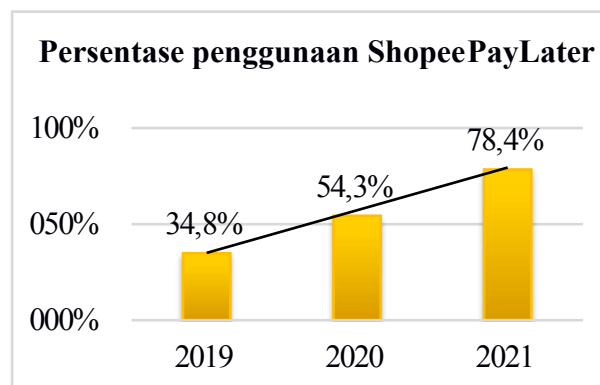
Pemahaman terhadap literasi keuangan sangatlah penting bagi generasi milenial yang lebih dikenal dengan sifat konsumtifnya dan tidak memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Bahkan generasi milenial dikatakan akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Sehingga generasi milenial sangat diharapkan melengkapi diri dengan pengetahuan keuangan yang baik sebagai modal masa depan.

Selain literasi keuangan, adanya kemudahan akses dalam pembelian juga turut mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Pada aplikasi Shopee kemudahan akses juga menjadi salah satu alasan para konsumen untuk melakukan pembelian impulsif terhadap suatu produk melalui pembelian online. Kemudahan diartikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tersebut akan bebas dari sebuah usaha. Terdapat beberapa fasilitas kemudahan dalam aplikasi Shopee yang didapatkan oleh konsumen seperti pemesanan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun hanya dengan melalui smartphone. Pembayaran dapat dilakukan melalui merchant seperti Alfamart dan Indomaret dengan membayarkan menggunakan uang tunai tanpa mengguna kartu ATM. Serta, pengiriman produk yang langsung menuju ke alamat konsumen.

Melalui aplikasi Shopee konsumen dapat melihat berbagai produk yang ditawarkan pada aplikasi tersebut hanya melalui gambar atau foto. Tidak perlu bertemuinya secara langsung antara kedua belah pihak memungkinkan penjual

memiliki kesempatan mendapatkan konsumen secara luas tanpa batas begitupun sebaliknya. Selain itu, konsumen dapat dengan bebas menemukan produk-produk yang diinginkannya misalnya produk dari luar negeri.

Fitur Shoope PayLater yang ada di aplikasi Shopee bisa langsung digunakan pada saat melakukan pemilihan metode pembayaran dalam menggunakan fitur Shopee dengan limit yang sudah ditentukan oleh pihak aplikasi. *Paylater Shopee* merupakan salah satu penyedia paylater yang dapat digunakan pembayaran produk tertentu dengan syarat merchant tersebut harus bekerjasama dengan pihak shoope. Meningkatnya tingkat belanja online dengan berbagai pilihan pembayaran terutama paylater yang telah disediakan, telah memunculkan pola gaya hidup serta perilaku konsumen yang baru dalam kebiasaan berbelanja online. Berbelanja online yang semakin memudahkan konsumen dalam menjangkau produk dan menguntungkan.



Gambar 1. Persentase penggunaan Shopee PayLater 2019-2021

*Sumber: DSResearch, 2021*

Penelitian yang dilakukan oleh DSResearch pada tahun 2021 menunjukkan adanya peningkatan penggunaan metode pembayaran Paylater di berbagai situs belanja online, hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2019 hingga 2021 Shopee mengalami peningkatan persentase pengguna Shopee

PayLater dari 34,8% pada tahun 2019 hingga meningkat menjadi 78,4% dan menjadikan Shopee PayLater sebagai pilihan nomor satu untuk menggunakan fitur pembayaran paylater.

Adapun yang menjadi alasan dan pertimbangan penulis dalam memilih judul ini secara objektif adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman terhadap literasi keuangan sangatlah penting bagi generasi milenial yang lebih dikenal dengan sifat konsumtifnya dan tidak memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Bahkan generasi milenial dikatakan akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Sehingga generasi milenial sangat diharapkan melengkapi diri dengan pengetahuan keuangan yang baik sebagai modal masa depan.
2. Kemudahan akses menjadi salah satu alasan para konsumen untuk melakukan pembelian impulsif terhadap suatu produk melalui pembelian online. Kemudahan diartikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tersebut akan bebas dari sebuah usaha.
3. Penggunaan Shopee PayLater kini telah menjadi tren untuk solusi berbelanja secara kredit. Kemudahan pengajuannya serta penggunaannya membuat generasi milenial jatuh cinta pada sistem pembayaran ini. Fitur layanan Shopee PayLater ini banyak menarik pengguna Shopee untuk menggunakannya. Sebelumnya peneliti melakukan penelitian kepada 10 remaja pengguna aplikasi shoope di Kabupaten Tulungagung yang dipilih secara acak. Dengan menawarkan kelima faktor yang mmpengaruhi perilaku konsumtif remaja. Berikut pemaparan hasil penelitiannya.

Tabel 1.1

Hasil Survey

No	Faktor yang mempengaruhi	Jumlah
1.	Literasi Keuangan	3 remaja
2.	Gaya Hidup	1 remaja
3.	Promosi	1 remaja
4.	Kemudahan Akses Pembelian	2 remaja
5.	Penggunaan fitur Shoope PayLater	3 remaja
Total		10 remaja

*Sumber: hasil survey 10 remaja*

Dari data diatas, diperoleh terdapat tiga faktor yang dominan mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu: literasi keuangan, kemudahan akses pembelian, dan penggunaan fitur Shoope PayLater yang mempengaruhi di tempat penelitian ini. Maka dari itu penulis memutuskan untuk mengambil variabel literasi keuangan, kemudahan akses pembelian, dan penggunaan Shoope PayLater.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh literasi keuangan, kemudahan akses dan penggunaan fitur *Shoope PayLater* pada aplikasi *shoope* terhadap perilaku konsumtif remaja di Kabupaten Tulungagung. Maka berdasarkan penjabaran diatas peneliti mengambil judul “**Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Sistem Pembayaran *Shoope PayLater* pada Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kabupaten Tulungagung**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah guna ingin mengetahui bagaimana mengendalikan perilaku konsumtif remaja di

Kabupaten Tulungagung. Seperti yang diketahui bahwa *shopee paylater* merupakan salah satu sistem pembayaran yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia karena kemudahannya. Pemahaman terhadap literasi keuangan juga sangatlah penting bagi generasi milenial yang lebih dikenal dengan sifat konsumtifnya. Selain itu, kemudahan akses pembelian juga dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari literasi keuangan, kemudahan akses pembelian, dan penggunaan sistem pembayaran *Shoope PayLater* terhadap tingkat perilaku konsumtif remaja pengguna *shoope* di Kabupaten Tulungagung.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja di Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah kemudahan akses pembelian berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja pengguna *shoope* di Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah penggunaan sistem pembayaran *Shoope PayLater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja di Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah literasi keuangan, kemudahan akses pembelian dan penggunaan sistem pembayaran *Shoope PayLater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja di Kabupaten Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif remaja di Kabupaten Tulungagung.

2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan akses pembelian terhadap perilaku konsumtif remaja pengguna shoope di Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran *Shoope PayLater* terhadap perilaku konsumtif remaja di Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kemudahan akses pembelian dan dan sistem pembayaran *Shoope PayLater* terhadap perilaku konsumtif remaja pengguna shoope di Kabupaten Tulungagung.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk kepentingan ilmiah maupun kepentingan praktis. Kedua manfaat tersebut yakni sebagai berikut:

1. Bagi *E-commerce*

Penelitian ini diharapkan dapat membantu *e-commerce* untuk mengetahui pengaruh kemudahan akses pembelian dan hadirnya sistem pembayaran *Shoope PayLater* terhadap perilaku konsumtif remaja. Sehingga dapat memberikan inspirasi dan informasi positif maupun saran kepada *e-commerce* selain *shoope* untuk dapat membuat fitur sejenis dalam rangka meningkatkan jumlah penjualan.

2. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umum dapat memberikan pengetahuan yang lebih tentang literasi keuangan, kemudahan akses pembelian, dan sistem pembayaran *shoopee paylater* serta perilaku konsumtif remaja.



### 3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya terkait literasi keuangan, kemudahan akses pembelian dan sistem pembayaran *Shoope PayLater* dan perilaku konsumtif, sebagai bahan referensi atau rujukan dan bahan tambahan pustaka pada perpustakaan UINSayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Untuk menghindari perbedaan tafsir yang pemeliti maksud, maka perlu adanya penjelasan mengenai ruang lingkup dan keterbatasan penelitian. Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut:

### 1. Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini, variabel yang akan diteliti adalah variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (Variabel terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan, kemudahan akses pembelian, dan sistem pembayaran *shopee paylater*. Sedangkan variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Ruang Lingkup penelitian ini menjangkau seluruh remaja pengguna shoope di Kabupaten Tulungagung.

### 2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas pada penelitian ini terdiri dari literasi keuangan ( $X_1$ ), kemudahan akses pembelian ( $X_2$ ) dan penggunaan sistem pembayaran *Shoope PayLater* ( $X_3$ ) dan untuk variabel terikatnya merupakan perilaku konsumtif (Y). Data dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) didapatkan dari kuesioner angket. Karena banyaknya remaja di Kabupaten

Tulungagung, maka peneliti akan mengambil beberapa sampel yang dirasa cukup untuk mewakili jawaban dari masalah yang diteliti.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

Berkaitan dengan judul penelitian diperlukan penjelasan lanjut mengenai istilah-istilah agar tidak terjadi penafsiran tidak diinginkan, berikut penjelasan mengenai istilah-istilah yang ada pada penelitian ini:

- a. Literasi keuangan ( $X_1$ ) suatu hal yang dapat mempengaruhi seseorang dalam hal menabung, meminjam, berinvestasi dan dalam hal mengelola keuangan yang mana lebih menekankan pada konsep dari ilmu ekonomi dan keuangan sehingga dapat diterapkan secara tepat.
- b. Kemudahan akses pembelian ( $X_3$ ) yaitu suatu tingkat dimana seseorang akan meyakini bahwa penggunaan dari suatu teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari penggunanya untuk melakukan pembelian.
- c. Fitur *Shoopee Paylater* ( $X_3$ ) merupakan sebuah metode pembayaran yang disediakan di *Shopee* yang memungkinkan pelanggan belanja terlebih dahulu, bayar nanti di bulan berikutnya. Bisa juga mencicil sesuai tenor yang dipilih.
- d. Perilaku Konsumtif ( $Y$ ) merupakan perilaku atau gaya hidup remaja yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang.

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi variabel secara nyata dan riil dalam lingkup objek penelitian. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah ada pengaruh literasi keuangan, kemudahan akses pembelian, dan penggunaan sistem pembayaran *Shoope PayLater* terhadap perilaku konsumtif remaja di Kabupaten Tulungagung.

## H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penyusunan laporan model penelitian kuantitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

1. **Bagian awal**, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.
2. **Bagian utama** merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan memberikan gambaran terhadap isi dari penelitian yang akan diteliti. Pada bab ini latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, hipotesis penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini memaparkan deskripsi dan argumentasi dari teori yang berhubungan dengan teori yang mendukung penelitian ini diawali

dengan *grand theory* yang menjadi penguasaan utama materi dalam penelitian ini, selanjutnya terdapat kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis sementara.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi kerangka penelitian (pendekatan penelitian dan jenis penelitian), variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan, data instrument penelitian, dan analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini berisi mengenai hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis)

### **BAB V PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

### **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

3. **Bagian akhir**, terdiri dari daftar pustaka, (lampiran-lampiran), surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.