

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam sektor perdagangan. Perdagangan elektronik, sebuah bentuk perdagangan yang didasarkan pada teknologi canggih, telah mengubah cara perdagangan konvensional. Ini telah mengubah hubungan antara konsumen dan pelaku ekonomi dari yang sebelumnya langsung menjadi hubungan tidak langsung. *E-commerce* telah mengubah paradigma bisnis klasik dengan menciptakan model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia maya (Rabbani, 2023). *E-commerce*, khususnya platform seperti Shopee, sangat populer di kalangan mahasiswa. Shopee adalah platform *e-commerce* inovatif yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk memfasilitasi transaksi online. Berdasarkan data jumlah pengunjung situs *e-commerce* di Indonesia pada Agustus 2024 yang dipublikasikan oleh Databoks, Shopee menempati peringkat teratas sebagai platform dengan jumlah pengunjung tertinggi dibandingkan platform *e-commerce* lainnya. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat penggunaan dan dominasi Shopee dalam pasar *e-commerce* di Indonesia (Adi Ahdiyat, Databoks, 2024).

Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari pakaian hingga kebutuhan sehari-hari, memberikan banyak pilihan kepada

pengguna. Shopee berfokus pada generasi muda dan memberikan solusi belanja yang efisien dan nyaman melalui aplikasinya (Permana et al., 2017). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Sigar et al. (2022) yang menunjukkan bahwa aplikasi Shopee sangat mudah digunakan oleh mahasiswa dibandingkan dengan aplikasi belanja lainnya, sehingga aplikasi Shopee sangat mendominasi penggunaannya pada mahasiswa.

Meskipun terjadi peningkatan signifikan dalam penggunaan platform *e-commerce* di kalangan mahasiswa, namun fenomena tersebut seringkali tidak dibarengi dengan pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan. Menurut laporan Indonesia Millennial Report 2019 mencatat 51,1% penghasilan milenial dihabiskan untuk keperluan konsumtif, sebesar 10,7% ditabung dan hanya 2% yang digunakan untuk investasi (Ginting et al., 2022). Selaras dengan hasil penelitian oleh Agistia Nurbani Rajaba et al. (2024) bahwa fitur-fitur yang diberikan *e-commerce* seperti kemudahan akses, promosi diskon, dan sistem pembayaran yang nyaman mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif tanpa adanya pertimbangan. Hal ini menyebabkan pengeluaran berlebihan dan ketidakmampuan mengelola keuangan sehingga berujung pada perilaku konsumtif.

Dalam konteks tersebut, literasi keuangan menjadi hal yang sangat penting. Secara umum, literasi keuangan mengacu pada kemampuan individu untuk memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Huston (2010) memandang literasi keuangan

sebagai kombinasi antara pengetahuan keuangan dan kemampuan menerapkannya dalam pengambilan keputusan yang efektif. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman tentang menabung, membuat anggaran, atau menghindari utang, tetapi juga mencakup keterampilan untuk menimbang risiko dan manfaat dalam setiap keputusan keuangan. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah berisiko melakukan pembelian impulsif, terutama ketika dihadapkan pada promo-promo menarik dari platform seperti Shopee.

Hal ini berkaitan erat dengan proses pengambilan keputusan pembelian. Kotler & Armstrong (2008) mengidentifikasi beberapa aspek penting dalam pengambilan keputusan pembelian, di antaranya, keyakinan untuk membeli setelah mengetahui informasi tentang produk, memilih merek yang paling disukai, memenuhi keinginan dan kebutuhan, dan membeli karena rekomendasi orang lain.

Pengambilan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa seringkali dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar kebutuhan sebenarnya. Banyak mahasiswa yang lebih terpengaruh oleh dorongan sosial daripada pertimbangan rasional mengenai kondisi keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa bukan semata akibat ketersediaan dana, tetapi juga karena kurangnya kesadaran dan pemahaman terkait pengelolaan uang dan prioritas keuangan. Dalam konteks ini, literasi keuangan menjadi sangat penting agar mahasiswa mampu mengenali dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta

membuat keputusan pembelian yang tidak hanya didasarkan pada godaan sesaat.

Pengalaman sehari-hari memperlihatkan bahwa penggunaan platform Shopee sangat mudah dan menggoda. Banyak mahasiswa yang awalnya hanya berniat melihat-lihat produk, namun akhirnya terdorong untuk membeli karena berbagai penawaran menarik. Bahkan ketika kondisi keuangan tidak stabil, godaan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan sulit dihindari. Fenomena ini menunjukkan bahwa tanpa bekal literasi keuangan yang memadai, mahasiswa sangat rentan terhadap pembelian impulsif yang berpotensi menimbulkan masalah keuangan. Oleh karena itu, kesadaran dan pemahaman dalam mengelola keuangan sangat diperlukan agar mahasiswa dapat membuat keputusan pembelian yang lebih bijak, rasional, dan terencana, terutama di era digital yang memberikan kemudahan akses berbelanja online.

Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung termasuk kelompok yang aktif memanfaatkan Shopee untuk memenuhi berbagai kebutuhan, baik kebutuhan pribadi seperti pakaian, skincare, hingga perlengkapan akademik seperti buku, alat tulis, atau perangkat penunjang perkuliahan. Tingginya frekuensi penggunaan platform ini tidak lepas dari beberapa faktor yang sangat memengaruhi perilaku pembelian mahasiswa. Berdasarkan observasi, salah satu alasan utama mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam memilih Shopee adalah karena kemudahan berbelanja yang

ditawarkan. Fitur antarmuka yang *user-friendly*, tersedianya berbagai metode pembayaran, serta proses pembelian yang praktis tanpa perlu keluar rumah menjadi daya tarik tersendiri. Selain itu, program *flash sale* yang menawarkan potongan harga besar dalam waktu terbatas menjadi pemicu utama terjadinya pembelian impulsif. Banyak mahasiswa tergoda untuk segera membeli produk saat melihat harga yang sangat murah, meskipun barang tersebut bukan prioritas utama.

Tak hanya itu, program gratis ongkir dan kemudahan mendapatkan voucher diskon turut memperkuat keputusan mahasiswa untuk berbelanja, terutama ketika mereka merasa mendapatkan keuntungan lebih dengan harga akhir yang jauh lebih rendah. Kombinasi dari kemudahan akses, potongan harga, dan strategi pemasaran digital yang agresif inilah yang menjadi pemicu dominan tingginya intensitas pembelian mahasiswa di Shopee. Namun, kondisi ini juga menunjukkan adanya potensi risiko dalam perilaku konsumsi, seperti kurangnya pertimbangan keuangan sebelum membeli atau kecenderungan melakukan pembelian tidak terencana. Oleh karena itu, dalam konteks ini, literasi keuangan menjadi hal yang sangat penting untuk dimiliki oleh mahasiswa, agar mereka mampu mengontrol pengeluaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mengambil keputusan pembelian yang lebih rasional.

Meskipun penelitian tentang literasi keuangan telah banyak dilakukan, studi yang secara spesifik melibatkan mahasiswa dari Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, terutama dalam konteks

penggunaan platform *e-commerce* seperti Shopee, masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menyoroiti faktor eksternal seperti harga kompetitif dan kemudahan akses, tanpa mengeksplorasi secara mendalam bagaimana literasi keuangan memengaruhi perilaku pembelian, khususnya di kalangan mahasiswa dari latar belakang studi non-ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji lebih lanjut bagaimana kemampuan literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa di *e-commerce* Shopee. Fokus ini secara khusus diarahkan pada mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang hingga kini belum banyak menjadi objek penelitian dalam topik serupa.

Berdasarkan kondisi tersebut, tingginya penggunaan *e-commerce* Shopee di kalangan mahasiswa yang tidak selalu diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai, serta terbatasnya kajian yang mengangkat populasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemampuan Literasi Keuangan Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Barang di *E-commerce* Shopee.”**

B. Identifikasi masalah dan batasan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Meningkatnya penggunaan platform *e-commerce* seperti Shopee di kalangan mahasiswa yang tidak diimbangi dengan pemahaman yang memadai tentang pengelolaan keuangan.
2. Sebagian besar mahasiswa masih memiliki kebiasaan belanja impulsif yang dipicu oleh fitur-fitur promosi, diskon, dan kemudahan pembayaran di *e-commerce*.
3. Literasi keuangan mahasiswa masih rendah, sehingga berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif dan pengambilan keputusan pembelian yang kurang rasional.
4. Mahasiswa sering kali tidak membedakan antara kebutuhan dan keinginan ketika berbelanja online, sehingga menimbulkan pengeluaran yang tidak terkontrol.
5. Penelitian terkait pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* masih terbatas, khususnya pada mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penelitian ini dibatasi hanya berfokus pada literasi keuangan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* khususnya Shopee, dengan subjek penelitian terbatas pada mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun 2024. Penelitian ini

tidak mencakup faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi, harga, atau kualitas produk, serta tidak menganalisis platform *e-commerce* lainnya di luar Shopee.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh kemampuan literasi keuangan mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap keputusan pembelian barang di *e-commerce* Shopee?”

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui pengaruh kemampuan literasi keuangan mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap keputusan pembelian barang di *e-commerce* Shopee”.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan baik dari segi teoretis maupun praktis. Kegunaan penelitian ini dapat dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

- a. Menambah wawasan dalam kajian literasi keuangan, khususnya di kalangan mahasiswa.
- b. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu perilaku konsumen terkait keputusan pembelian di platform *e-commerce*.

2. Secara praktis

- a. Bagi Mahasiswa

Membantu mahasiswa memahami pentingnya literasi keuangan dalam pengambilan keputusan pembelian dan mengelola keuangan pribadi secara lebih bijak.

- b. Bagi Akademisi

Memberikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai literasi keuangan dan perilaku konsumen, terutama di kalangan mahasiswa.

- c. Bagi *E-commerce* (Shopee)

Menyediakan informasi tentang dampak literasi keuangan terhadap keputusan pembelian, yang dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh kemampuan literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan pembelian barang di platform *e-commerce* Shopee. Penelitian difokuskan pada mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan tahun 2021–2024 yang masih aktif dalam kegiatan akademik. Penelitian ini tidak membahas faktor-faktor lain yang juga dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti promosi, harga, kualitas produk, maupun platform *e-commerce* lainnya.

G. Penegasan Variabel

Agar terhindar dari penafsiran yang berbeda dalam memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diperlukan penegasan makna dari masing-masing variabel. Penejelasanannya sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan

a. Penegasan Konseptual

Menurut Huston (2010) literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam mengelola pendapatan untuk meningkatkan kesejahteraan finansial. Sejalan dengan itu, Choerudin et al. (2023) menyebut literasi keuangan sebagai proses atau kegiatan yang meningkatkan pengetahuan, kepercayaan, dan

keterampilan konsumen dan masyarakat umum untuk mengelola keuangan secara lebih baik.

b. Penegasan Operasional

Untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan maka diukur menggunakan 5 indikator yaitu pengetahuan keuangan, kemampuan mengaplikasikan pengetahuan keuangan, pengambilan keputusan yang bijak, perencanaan keuangan jangka panjang, dan kesadaran risiko keuangan.

2. Pengambilan Keputusan Pembelian

a. Penegasan Konseptual

Menurut Kotler & Armstrong (2008) keputusan pembelian adalah perilaku pembelian konsumen akhir di mana mereka membeli barang atau jasa untuk di konsumsi. Sementara itu, Andriyani & Zulkarnaen (2017) menambahkan bahwa keputusan pembelian merupakan perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian

b. Penegasan Operasional

Untuk mengetahui pengaruh dari pengambilan keputusan pembelian maka diukur menggunakan 4 indikator yaitu kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, memutuskan

membeli karena merek yang paling disukai, membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, dan membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini dibagi menjadi 3 bagian meliputi bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir yang disusun sebagai berikut:

1. **Bagian awal** berisi halaman sampul depan, halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak.
2. **Bagian Utama** terdiri dari 6 bab, antara lain:

a. Bab I: Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, penegasan variabel, serta sistematika penulisan.

b. Bab II: Kajian Pustaka

Berisi landasan teori dari variabel, tinjauan pustaka yang terdiri dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, kerangka konseptual, serta hipotesis penelitian.

c. Bab III: Metode Penelitian

Berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel dan pengukuran. Kemudian populasi, sampling, dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, dan tahapan penelitian.

d. Bab IV: Hasil Penelitian

Berisi deskripsi data dari hasil pengumpulan data, analisis deskriptif, serta temuan penelitian dari hasil uji data.

e. Bab V: Pembahasan

Memuat pembahasan dari hasil penelitian untuk menjawab hipotesis penelitian.

f. Bab VI: Penutup

Memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan untuk pihak-pihak terkait.

3. **Bagian akhir** berisi daftar pustaka dan lampiran.