

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat, ditandai dengan peningkatan jumlah pengunjung yang terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Saat ini berbagai inovasi pembayaran digital memberikan kemudahan bagi konsumen, termasuk layanan Paylater yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian terlebih dahulu dan pembayaran di kemudian hari.¹ Fitur *PayLater* menjadi pilihan pembayaran yang populer di platform *e-commerce*.² Perkembangan ini mendorong munculnya inovasi dalam sistem pembayaran digital yang semakin pesat, salah satunya layanan Paylater yang banyak diminati oleh masyarakat.

Kredivo bersama Katadata Insight Center kembali merilis laporan tahunan mengenai Perilaku Konsumen di Industri *e-commerce* Indonesia, yang bertujuan untuk melihat lebih dalam tren belanja konsumen serta pertumbuhan penggunaan layanan *PayLater* yang terus meningkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna *PayLater* di *e-commerce* terus mengalami peningkatan, naik dari 69,4% pada tahun 2021 menjadi 70,5%

¹ Rahmatika Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7, no. 1 (2021): 44–57, <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>.

² kredivo, "Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia," 2021.

pada tahun 2024.³ Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya generasi muda, semakin bergantung pada sistem pembayaran kredit digital.

Seiring meningkatnya pengguna layanan *PayLater* setiap tahunnya, berbagai platform *e-commerce* mulai menghadirkan fitur sebagai opsi pembayaran, termasuk Shopee. Salah satu fasilitas pembayaran yang ditawarkan adalah *Shopee PayLater*, dimana pengguna dapat membeli produk secara online dan melunasinya sesuai jangka waktu yang ditentukan. Pengguna *Shopee Paylater* akan dikenakan bunga sebesar 2,5% dengan pilihan cicilan mulai dari satu, tiga, enam dan dua belas bulan. Jika pembayaran melewati jatuh tempo, pengguna akan mendapat denda sebesar 5% dari tagihan. Selain itu, setiap transaksi juga dibebankan biaya layanan tambahan sebesar 1%.⁴

Shopee Paylater dipilih sebagai objek dalam penelitian ini karena merupakan salah satu layanan kredit digital yang banyak digunakan di Indonesia, terutama di kalangan mahasiswa. Hal ini didukung oleh posisi *Shopee* sebagai platform *e-commerce* dengan jumlah pengguna yang besar, serta berbagai penawaran menarik seperti diskon, *cashback*, dan kemudahan sistem pembayaran cicilan yang turut mendorong peningkatan penggunaan

³ Kredivo, "Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024," *Katadata Insight Center*, 2024, 65, <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf>.

⁴ Amtricia Ananda, "Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Paylater Pada Marketplace Shopee," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2022): 131–44.

layanan tersebut.⁵ Kemudahan akses melalui proses aktivasi yang cepat dan minim persyaratan menjadikan Shopee *Paylater* semakin diminati oleh mahasiswa. Meskipun memberikan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan, kemudahan tersebut juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan penggunaan kredit yang kurang terkendali, sehingga meningkatkan risiko dalam pengelolaan keuangan di kemudian hari.⁶

Dengan berkembangnya sistem pembayaran *PayLater*, banyak konsumen yang terjebak belanja secara spontan tanpa melakukan pertimbangan secara matang.⁷ Menggunakan *PayLater* secara berlebihan dapat menimbulkan dampak buruk bagi pengguna, salah satunya adalah perilaku kredit berisiko. Perilaku kredit berisiko dapat diartikan sebagai perilaku berutang yang berisiko merugikan kondisi keuangan seseorang di masa depan. Dengan kata lain, ini terjadi ketika pengguna tidak mampu membayar kewajibannya.⁸

Tingkat perilaku kredit berisiko pada generasi muda, khususnya usia 19-34 tahun, masih tercatat paling tinggi dibandingkan usia lainnya. Laporan OJK dan sejumlah publikasi menyebutkan bahwa pada Maret 2025

⁵ Miftah Linda Aulia et al., “Pengaruh Cashback , Diskon , Dan Kemudahan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa Gen Z Universitas Teknologi Sumbawa” 2, no. 2 (2026): 2530–45.

⁶ Silvia Dwi Lestari and Nuraeni, “Shopee Paylater And The Phenomenon Of Impulsive Shopping: The Role Of Lifestyle, Financial Literacy And Ease Of Access In Consumer Decision Making” 8 (2025): 5215–33.

⁷ Lisa Widawati, “Analisis Perilaku ‘Impulse Buying’ Dan ‘Locus of Control’ Pada Konsumen Di Carrefour Bandung,” *Mimbar XXVII*, no. 2 (2011): 125–32.

⁸ Mukharomah, Muhammad Randhy Kurniawan, and Noorbaiti, “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Kredit Berisiko Yang Dimediasi Oleh Efikasi Diri Pada Mahasiswa Di Kota Surakarta,” *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 8, no. 1 (2023): 57–68, <https://doi.org/10.23917/benefit.v8i1.2056>.

nilai kredit macet pinjaman online mencapai Rp 1,65 triliun, dengan kelompok usia 19-34 tahun sebagai penyumbang terbesar gagal bayar.⁹ Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif dan lemahnya manajemen keuangan di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa.

Perilaku kredit berisiko salah satunya didorong oleh tingkat literasi keuangan seseorang. Literasi keuangan berperan penting dalam membentuk kemampuan seseorang untuk memahami konsep dasar keuangan, seperti bunga, denda, dan risiko utang. Seseorang dengan literasi keuangan yang rendah cenderung kurang mampu mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari penggunaan kredit, sehingga lebih rentan melakukan perilaku kredit berisiko, seperti penggunaan *PayLater* secara berlebihan dan keterlambatan pembayaran.¹⁰

Tidak hanya itu, selain faktor pengetahuan, aspek psikologis seseorang juga turut berperan dalam menentukan perilaku keuangan. Dalam hal ini, salah satu faktor psikologis yang penting adalah *financial self-efficacy*. *Financial self-efficacy* mencerminkan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan, mengendalikan pengeluaran, dan mengambil keputusan keuangan secara bijak.¹¹ Seseorang dengan tingkat *financial self-efficacy* yang tinggi cenderung lebih berhati-

⁹ Ignacio Geordi Oswaldo, "Generasi Digital, Utangnya Brutal: 90% Kredit Macet Datang Dari Anak Muda," *detikFinance*, 2025, <https://finance.detik.com/fintech/d-7973697/generasi-digital-utangnya-brutal-90-kredit-macet-datang-dari-anak-muda>.

¹⁰ David L Remund, "Financial Literacy Explicated : The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy" 44, no. 2 (2010): 276–95.

¹¹ Patricia Steffina Mawitjere, Revanza Bukide, and Ecclesia Keles, "Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behavior Gen-Z : Studi Pada Pengguna," no. 1 (2025): 249–63.

hati dalam menggunakan layanan kredit seperti Shopee PayLater yang dapat meminimalkan perilaku kredit berisiko. Sebaliknya, seseorang dengan *financial self-efficacy* yang rendah lebih mudah terpengaruh oleh dorongan konsumtif atau kurang mampu mengendalikan penggunaan kredit, yang pada akhirnya meningkatkan risiko terjadinya keterlambatan pembayaran atau gagal bayar.

Selain faktor internal, perilaku keuangan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, salah satunya gaya hidup. Gaya hidup mengacu pada pola aktivitas yang dilakukan seseorang dalam menghabiskan waktu, serta nilai dan kebiasaan yang diyakini dan dijalani dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan gaya hidup sering kali diikuti oleh perubahan kebutuhan dan aktivitas, yang pada akhirnya dapat memengaruhi perilaku penggunaan dan konsumsi.¹² Penelitian yang dilakukan oleh Pratama et al. (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup yang cenderung hedonis dan konsumtif berkaitan dengan tingkat perilaku kredit berisiko. Seseorang dengan gaya hidup konsumtif umumnya lebih sering terlibat dalam penggunaan kredit secara berlebihan, sehingga berisiko mengalami keterlambatan pembayaran. Penelitian ini menegaskan bahwa gaya hidup perlu dipertimbangkan sebagai faktor penting dalam perencanaan keuangan serta pengelolaan risiko kredit.¹³

¹² Rand Al-dmour et al., "The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case" 13, no. 11 (2025): 157–69, <https://doi.org/10.5539/ass.v13n11p157>.

¹³ Bima Cinintya Pratama et al., "Self-Efficacy , Financial Literacy , and Lifestyle Towards Risky Credit Behavior," n.d., <https://doi.org/10.4108/eai.14-8-2024.2351785>.

Fenomena tersebut tidak hanya terjadi secara umum, tetapi juga berpotensi terjadi pada kelompok tertentu dengan karakteristik khusus. Fenomena ini diperkirakan juga terjadi di kalangan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dianggap mewakili generasi Z yang aktif menggunakan layanan keuangan digital seperti *PayLater*, sehingga relevan untuk meneliti perilaku keuangan mereka. Selain itu, mahasiswa memiliki kemampuan yang luas terhadap teknologi dan cenderung terbuka terhadap inovasi finansial, namun juga menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan pribadi. Mahasiswa merupakan kelompok yang mudah untuk dijangkau dan bersedia dalam penelitian, yang dapat mempermudah pengumpulan data.

Secara khusus, mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan mahasiswa pada umumnya, karena tidak hanya dibekali dengan pengetahuan umum, tetapi juga nilai-nilai keislaman yang dipelajari khususnya dalam aspek muamalah yang menekankan pentingnya kehati-hatian dalam pengelolaan keuangan serta menghindari utang yang berisiko.¹⁴ Namun di sisi lain, mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang juga merupakan bagian dari generasi Z yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi, termasuk penggunaan layanan keuangan digital seperti *PayLater*.

Kemudahan akses, berbagai promo menarik, serta pengaruh lingkungan sosial mendorong mahasiswa untuk memanfaatkan layanan

¹⁴ Dede Andriyana, "Konsep Utang Dalam Syariat Islam" 2, no. 2 (2020): 49–64.

tersebut dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.¹⁵ Kondisi ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa tentang pengelolaan keuangan yang baik belum sepenuhnya sejalan dengan perilaku mereka dalam menggunakan layanan kredit digital seperti Shopee *PayLater*, sehingga menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perilaku keuangan generasi muda, khususnya di lingkungan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

Untuk memperkuat fenomena tersebut, peneliti melakukan pra survei. Hasil pra survei terhadap lima mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang menggunakan Shopee *PayLater* menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih memiliki kecenderungan perilaku kredit berisiko. Tiga dari lima responden mengaku sering menggunakan *PayLater* untuk pembelian yang bukan kebutuhan utama, merasa kesulitan mengontrol pengeluaran ketika fitur kredit tersedia. Selain itu, sebagian responden belum memahami dengan baik cara kerja bunga, biaya layanan, serta konsekuensi keterlambatan pembayaran, sehingga total tagihan yang muncul sering melebihi perkiraan mereka. Rendahnya pemahaman mengenai konsep dasar literasi keuangan ini membuat mahasiswa lebih rentan terjebak dalam penggunaan kredit digital secara berlebihan.

Dari sisi *financial self-efficacy*, tiga responden menyatakan kurang yakin dalam mengatur pengeluaran dan menahan diri dari pembelian

¹⁵ Philip Senangsa and George Martin Sirait, "Analisis Pengaruh Hubungan Persepsi Kemudahan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Fasilitas Paylater (Studi Pada Mahasiswa Atma Jaya Pengguna Shopee Paylater)" 14, no. 2 (2022): 1–15.

impulsif, terutama ketika ada promo atau diskon di aplikasi shopee. Faktor gaya hidup juga terlihat berpengaruh, dimana dua responden mengaku menggunakan Shopee *PayLater* untuk mengikuti gaya konsumsi teman sebaya, seperti membeli pakaian, *skincare*, dan kebutuhan lainnya. Secara keseluruhan, pra survei ini menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan, lemahnya *financial self-efficacy*, dan gaya hidup konsumtif saling berhubungan dan berpotensi mendorong perilaku kredit berisiko pada mahasiswa pengguna Shopee *PayLater*.

Ditinjau dari aspek teori, penelitian ini didasarkan paada *Theory of Planned Behavior*, yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri.¹⁶ Dalam konteks ini, literasi keuangan dan *financial self-efficacy* menggambarkan faktor kontrol dan keyakinan individu terhadap perilakunya. Sementara gaya hidup menjadi faktor eksternal yang mempengaruhi bagaimana niat tersebut diwujudkan dalam perilaku nyata.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Imronudin (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku kredit berisiko. Semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap keuangan, maka akan semakin baik kemampuannya dalam mengelola keuangan dan dapat menghindari kredit yang berlebihan.¹⁷

¹⁶ Maya Adillah Islamiyah and Heri Widodo, "The Influence of Financial Literacy, Financial Self-Efficacy , and Social Norms on Risk Credit Behavior In Paylater Users [Pengaruh Literasi Keuangan , Financial Self-Efficacy , Dan Norma Sosial Terhadap Risk Credit Behavior Pada Pengguna Paylater]," *UMSIDA Preprints*, 2024, 1–18.

¹⁷ Niya Langgeng Lestari and Imronudin Imronudin, "The Effect of Financial Literacy, Self-Efficacy on Risk Credit Behavior Among Students of the University of Muhammadiyah

Namun, berbeda dari hasil yang di temukan oleh Mawitjere et al. (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku kredit berisiko. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan saja belum cukup untuk mengontrol perilaku kredit berisiko jika tidak dibarengi dengan *self-efficacy*.¹⁸

Selain literasi keuangan, *financial self-efficacy* menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku kredit berisiko pada pengguna layanan PayLater. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat *financial self-efficacy* yang tinggi berkaitan dengan menurunnya minat individu dalam melakukan perilaku kredit berisiko.¹⁹ Penelitian lain menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku kredit berisiko. Dimana individu dengan tingkat keyakinan diri yang lebih tinggi dalam mengelola keuangan cenderung menggunakan layanan tersebut secara lebih bijak.²⁰ Sementara itu, belum ada penelitian yang menguji peran gaya hidup sebagai moderator di lingkungan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang, sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji literasi keuangan dan *financial self-efficacy*, hasil yang diperoleh masih

Surakarta,”*Dynamic Management Journal* 8, no. 4 (2024): 942, <https://doi.org/10.31000/dmj.v8i4.12587>.

¹⁸ Mawitjere, Bukide, And Keles, “Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behavior Gen-Z : Studi Pada Pengguna.”

¹⁹ Nadya Surya and Evelyn Evelyn, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behaviour Dalam Penggunaan PayLater,” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 12, no. 1 (2023): 37–60, <https://doi.org/10.33059/jmk.v12i1.5825>.

²⁰ Islamiyah and Widodo, “The Influence of Financial Literacy , Financial Self-Efficacy, and Social Norms on Risk Credit Behavior In Paylater Users [Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Self-Efficacy , Dan Norma Sosial Terhadap Risk Credit Behavior Pada Pengguna Paylater].”

menunjukkan ketidakkonsistenan, di mana sebagian penelitian menemukan pengaruh signifikan terhadap perilaku kredit berisiko, sementara yang lain menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Selain itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada hubungan langsung antar variabel dan belum banyak yang memasukkan gaya hidup sebagai variabel moderasi, khususnya pada mahasiswa di lingkungan UIN Imam Bonjol Padang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan tujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan *financial self-efficacy* terhadap perilaku kredit berisiko, serta mengkaji peran gaya hidup sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka akan dilakukan penelitian yang berjudul : ***“Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Self-Efficacy Terhadap Perilaku Kredit Berisiko Pengguna Shopee PayLater Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.”***

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini memiliki arah yang jelas dan fokus, peneliti membatasi objek penelitian hanya pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang menggunakan Shopee PayLater.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku kredit berisiko pengguna Shopee PayLater pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang?
2. Bagaimana pengaruh *financial self-efficacy* terhadap perilaku kredit berisiko pengguna Shopee PayLater pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang?
3. Bagaimana gaya hidup memoderasi pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku kredit berisiko pengguna Shopee PayLater pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang?
4. Bagaimana gaya hidup memoderasi pengaruh *financial self-efficacy* terhadap perilaku kredit berisiko pengguna Shopee PayLater pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku kredit berisiko pengguna Shopee PayLater pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *financial self-efficacy* terhadap perilaku kredit berisiko pengguna Shopee PayLater pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.
3. Untuk mengetahui gaya hidup dalam memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku kredit berisiko pengguna Shopee PayLater pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

4. Untuk mengetahui gaya hidup dalam memoderasi pengaruh *financial self-efficacy* terhadap perilaku kredit berisiko pengguna Shopee *PayLater* pada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai Literasi Keuangan dan *Finansial Self-Efficacy* di moderasi oleh Gaya Hidup terhadap Perilaku Kredit Berisiko, serta sebagai pemenuhan syarat untuk menyelesaikan studi.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori dan dapat memberikan pemahaman serta wawasan yang lebih baik tentang pengaruh Literasi Keuangan dan *Financial Self-Efficacy* di moderasi oleh Gaya Hidup terhadap Perilaku Kredit Berisiko pada penggunaan Shopee *PayLater* dilingkungan mahasiswa.

3. Bagi Universitas

Diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini juga dapat memperkaya literatur yang dapat memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya yang membahas topik yang sama.

F. Sistematis Penulisan

Adapun sistematika penyusunan skripsi ini disusun sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan pustaka

Bab ini berisi landasan teori sebagai acuan dalam pembahasan yang akan diteliti dan menggambarkan tentang kerangka pemikiran yang peneliti lakukan.

BAB III : Metode penelitian

Bab ini membahas mengenai teknik penelitian yang diterapkan, termasuk lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjabarkan profil dan objek penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V : Penutup

Bab ini membahas kesimpulan dan saran berdasarkan analisis dari uraian-uraian pada bab sebelumnya yang merupakan hasil penelitian.