

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan layanan keuangan digital di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang sangat pesat, khususnya pada layanan PayLater atau *Buy Now Pay Later* (BNPL). Berdasarkan data OJK yang divisualisasikan oleh GoodStats, jumlah kontrak pembiayaan PayLater di Indonesia meningkat tajam dari 4,63 juta kontrak pada 2019 menjadi 79,92 juta kontrak pada 2023, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan mencapai 144,35%. Lonjakan ini mencerminkan meningkatnya adopsi PayLater di masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa, berkat kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, dan berbagai promosi menarik.



Gambar 1.1 Pertumbuhan penggunaan paylater di indonesia 2019-2023

Sumber: https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL?utm_source

Perkembangan ini terus berlanjut hingga tahun terbaru. Menurut PEFINDO Biro Kredit (IdScore), hingga Februari 2025 jumlah debitur BNPL mencapai 17,26 juta orang, tumbuh 25,53% secara tahunan, dengan penyaluran kredit sebesar Rp36,24 triliun atau meningkat 27,65% dibandingkan tahun sebelumnya (Bisnis.com, 23 April 2025). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mencatat

pembiayaan BNPL oleh perusahaan pembiayaan meningkat 59,1% menjadi Rp8,2 triliun pada periode yang sama. Per Maret 2024, *outstanding* piutang pembiayaan *PayLater* mencapai Rp6,13 triliun, naik 23,9% secara tahunan. Namun, di balik pertumbuhan positif ini, terdapat potensi risiko kredit yang perlu diwaspadai. Rasio *Non Performing Loan* (NPL) BNPL masih berada di kisaran 4,05% dan *Non Performing Financing* (NPF) *gross* sebesar 3,68% (Bisnis.com, 23 April 2025), yang menunjukkan adanya pengguna yang kesulitan membayar kewajiban tepat waktu.

Salah satu layanan Paylater yang banyak digunakan oleh masyarakat, termasuk mahasiswa, adalah ShopeePayLater, yang menawarkan kemudahan transaksi tanpa pembayaran langsung, pilihan cicilan yang fleksibel, serta berbagai promosi menarik. Menurut Jannah et al., (2024). Shopee merupakan platform yang paling sering digunakan dalam layanan paylater dan menjadi pilihan favorit konsumen karena kemudahan serta kecepatan proses transaksi yang ditawarkan. Namun, kemudahan tersebut berpotensi mendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Mahasiswa sebagai pengguna dominan umumnya belum memiliki pendapatan tetap dan masih memiliki literasi keuangan yang relatif rendah, sehingga lebih rentan melakukan pembelian impulsif. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan media sosial turut membentuk pola konsumsi instan di kalangan mahasiswa, di mana tanpa kontrol diri yang baik, individu mudah terdorong melakukan pembelian secara spontan.

Penelitian oleh Defi Kurniawati & Medina Amalia, (2024) menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif, terutama pada generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Perasaan takut tertinggal dari tren atau aktivitas populer mendorong individu untuk mengambil keputusan pembelian secara spontan tanpa pertimbangan rasional, demi mempertahankan citra diri dan eksistensi sosial di dunia maya. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Shopee Live memperkuat tekanan eksistensi digital sebagai simbol status sosial, khususnya di kalangan mahasiswa yang tidak ingin ketinggalan dalam tren fashion, teknologi, makanan, hingga gaya hidup. Dalam konteks ini,

ShopeePayLater menjadi fasilitas yang memungkinkan mahasiswa tetap “terlihat mampu” mengikuti tren meskipun tidak memiliki dana yang cukup, sehingga meningkatkan risiko perilaku pembelian impulsif dan pada akhirnya dapat mengganggu manajemen keuangan pribadi.

Self-Control atau Pengendalian diri adalah salah satu penyebab tertinggi kecanduan media sosial karena membutuhkan kontrol diri untuk memahami lingkungan seseorang dan mengontrol perilaku mereka saat menggunakan media social (Putri & Fahmawati, 2024). Dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi, pengendalian diri sangat penting agar seseorang dapat mengatur pengeluaran, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menghindari keputusan finansial yang merugikan. Sayangnya, tidak semua mahasiswa memiliki tingkat pengendalian diri yang baik. Ketika godaan diskon, promosi, dan kemudahan paylater datang bersamaan, banyak di antara mereka yang tidak mampu menahan diri, sehingga terjebak dalam perilaku konsumtif yang berdampak pada keseimbangan keuangannya. Fenomena ini didukung oleh penelitian Fauziah et al., (2023) yang menunjukkan bahwa pengendalian diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dalam studi tersebut dijelaskan bahwa penggunaan fitur paylater dapat memediasi hubungan antara pengendalian diri dan perilaku konsumtif, artinya meskipun seseorang memiliki tingkat kontrol diri yang baik, kemudahan akses paylater tetap bisa memicu perilaku konsumtif jika tidak digunakan dengan bijak. Hal ini menegaskan bahwa pengendalian diri bukan hanya sekadar faktor psikologis, tetapi juga berkaitan langsung dengan perilaku keuangan seseorang dalam menghadapi tantangan konsumsi digital saat ini.

Kedua faktor tersebut yaitu FOMO dan Pengendalian diri (*Self-Control*), memiliki peran penting dalam mendorong munculnya perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa. Perilaku pembelian impulsif merupakan kecenderungan membeli barang secara spontan tanpa perencanaan, yang lebih dipicu oleh dorongan emosional sesaat daripada kebutuhan nyata. Dalam konteks mahasiswa, perilaku ini sering kali muncul akibat tekanan sosial digital, keinginan mengikuti tren, serta lemahnya pengendalian diri. Jika tidak dikendalikan, perilaku pembelian impulsif dapat mengganggu kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadinya

secara bijak. Meskipun beberapa studi telah meneliti FOMO dan pengendalian diri terhadap perilaku pembelian impulsif secara terpisah, masih sangat terbatas penelitian yang mengkaji peran perilaku pembelian impulsif sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut, khususnya pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater. Padahal, pemahaman yang lebih mendalam mengenai keterkaitan ketiga variabel tersebut sangat penting sebagai dasar dalam menyusun strategi edukasi keuangan yang tepat sasaran dan relevan dengan karakter generasi muda di era digital.

Konsep hubungan antara faktor psikologis dan perilaku ini dapat dijelaskan melalui Teori Perilaku Terencana yang dikembangkan oleh Ajzen, (2005) menyatakan bahwa niat berperilaku merupakan prediktor utama perilaku aktual, yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama: (1) sikap terhadap, yakni evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku; (2) norma subjektif yaitu tekanan sosial yang dirasakan individu dari lingkungan sekitar; dan (3) kontrol perilaku yang dirasakan yakni keyakinan individu akan kemampuannya untuk mengendalikan suatu tindakan. Dalam konteks penelitian ini, FOMO berperan dalam membentuk sikap dan norma subjektif mahasiswa untuk mengikuti tren, sementara pengendalian diri memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan. Perpaduan kedua faktor ini akan memengaruhi kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif, yang pada akhirnya berdampak pada manajemen keuangan pribadi mereka.

Manajemen keuangan pribadi merupakan kemampuan individu dalam mengelola, mengatur, dan merencanakan penggunaan uang secara bijaksana untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini sejalan dengan Pendapat Suprianto et al., (2023) yang menyatakan bahwa perilaku pengelolaan keuangan mencerminkan bagaimana individu menentukan sumber dana, menggunakan dana, serta mengambil keputusan keuangan secara bertanggung jawab sesuai dengan kondisi dan tujuan keuangannya. Dalam konteks mahasiswa, kemampuan ini menjadi sangat krusial karena mereka berada pada fase transisi menuju kemandirian ekonomi, namun masih bergantung pada sumber dana yang terbatas seperti uang saku atau beasiswa. Kurangnya pengelolaan keuangan

yang baik dapat menyebabkan mahasiswa mengalami kesulitan memenuhi kebutuhan pokok, menumpuk utang konsumtif akibat penggunaan layanan paylater, hingga memicu stres finansial. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi manajemen keuangan pribadi menjadi penting agar mahasiswa mampu mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan sehat, khususnya di tengah kemudahan akses layanan keuangan digital seperti ShopeePayLater.

Perilaku Pembelian Impulsif merupakan perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan dan tidak direncanakan, dipicu oleh dorongan emosional yang kuat dan minim pertimbangan rasional (Suprianto et al., 2023). Faktor-faktor seperti kemudahan transaksi, penawaran promosi, serta momen diskon besar seperti Harbolnas sering kali mendorong individu terutama mahasiswa melakukan pembelian meskipun barang tersebut tidak termasuk kebutuhan utama. Keputusan membeli yang dilakukan secara spontan ini dapat mengganggu pengelolaan keuangan pribadi karena tidak dilandasi pertimbangan rasional. Selain itu, pembelian impulsif juga dipahami sebagai tindakan konsumsi yang tidak rasional, dilakukan secara mendadak, dan didorong oleh keinginan instan. Perilaku ini biasanya muncul akibat rangsangan dari luar, seperti tampilan produk yang menarik, potongan harga, atau suasana belanja yang menggoda, sehingga membuat individu tergoda untuk membeli tanpa mempertimbangkan manfaat atau urgensinya.

Fenomena ini juga tergambarkan secara nyata dalam film pendek Pay Later yang dibintangi oleh Amanda Manopo. Film ini mengisahkan seorang perempuan bernama Tika yang gemar berbelanja menggunakan layanan paylater demi membangun citra sebagai selebritas media sosial. Namun, gaya hidup konsumtif yang tidak terkendali justru membuatnya terjatuh ke dalam utang hingga menghadapi tekanan dari penagih utang. Film ini memperlihatkan bagaimana tekanan sosial dan keinginan untuk mempertahankan gaya hidup glamor, tanpa pengelolaan keuangan yang baik, dapat menjerumuskan seseorang ke dalam masalah finansial yang serius.

Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa pengguna ShopeePayLater telah menjadi isu penting dalam pengelolaan keuangan pribadi. Kurangnya pengendalian diri, pengaruh media sosial, serta

dorongan untuk terus mengikuti tren menjadi tantangan nyata yang mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif. Meskipun kecenderungan ini semakin sering terjadi, masih terbatas penelitian yang mengkaji peran pembelian impulsif sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara FOMO dan pengendalian diri terhadap manajemen keuangan pribadi. Padahal, pemahaman yang lebih mendalam mengenai keterkaitan ketiga variabel tersebut sangat penting sebagai dasar dalam merumuskan strategi edukasi keuangan yang efektif dan sesuai dengan karakteristik generasi muda di era digital.

Teori Keuangan Perilaku memberikan kerangka konseptual yang relevan untuk memahami fenomena ini. Teori ini menegaskan bahwa keputusan keuangan individu tidak selalu bersifat rasional, tetapi kerap dipengaruhi oleh faktor psikologis, bias kognitif, dan emosi (Kahneman, 2011) (Thaler, 2015). Dalam konteks penelitian ini, FOMO dapat dilihat sebagai salah satu bentuk bias perilaku yang mendorong seseorang mengikuti tren atau melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang. Sementara itu, lemahnya pengendalian diri melemahkan kemampuan individu untuk menahan dorongan konsumtif tersebut. Kombinasi antara tingginya FOMO dan rendahnya pengendalian diri dapat memicu perilaku pembelian impulsif yang pada akhirnya berdampak pada pengelolaan keuangan pribadi, khususnya pada mahasiswa pengguna layanan *paylater* seperti *ShopeePayLater*.

Selain itu, fenomena penerimaan teknologi ini dapat dijelaskan melalui Teori Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Terpadu yang dikembangkan oleh Venkatesh et al.,(2016). Teori Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Terpadu menyatakan bahwa penerimaan dan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh empat faktor utama, Ekspektasi kinerja, ekspektasi kemudahan, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung. Dalam konteks penelitian ini, *ShopeePayLater* dipandang mampu memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan meskipun dana belum tersedia Ekspektasi kinerja, mudah digunakan harapan upaya, didorong oleh pengaruh teman sebaya maupun tren di media sosial pengaruh sosial, serta didukung oleh fitur-fitur yang mempermudah transaksi memfasilitasi kondisi. Keempat faktor ini membuat *ShopeePayLater* sangat mudah diadopsi mahasiswa,

yang pada akhirnya meningkatkan potensi terjadinya pembelian impulsif apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik.

Penelitian ini merujuk pada sejumlah studi terdahulu yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian impulsif maupun manajemen keuangan pribadi secara terpisah. Beberapa temuan menunjukkan bahwa penggunaan ShopeePayLater mendorong mahasiswa melakukan pembelian impulsif, terutama karena kemudahan akses dan tawaran promosi yang menarik. Di sisi lain, pengendalian diri berperan dalam membatasi perilaku tersebut, meskipun pengaruhnya terkadang tidak langsung. Fenomena ini semakin kompleks dengan adanya Takut Ketinggalan FOMO, yang mendorong mahasiswa melakukan pembelian demi mengikuti tren, bukan karena kebutuhan nyata. Hingga saat ini, masih terbatas penelitian yang menguji secara menyeluruh keterkaitan antara FOMO dan terhadap manajemen keuangan pribadi melalui perilaku pembelian impulsif sebagai variabel mediasi, khususnya pada mahasiswa pengguna layanan paylater seperti ShopeePayLater.

Dengan demikian, Hasil penelitian juga dapat menjadi acuan bagi pihak kampus dan penyedia layanan keuangan digital dalam merancang program edukasi dan pengawasan penggunaan paylater. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan uraian tersebut, maka penelitian ini berjudul “ **Pengaruh FOMO dan Self-Control terhadap Manajemen Keuangan Pribadi dengan Perilaku Pembelian Impulsif sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Pengguna ShopeePayLater.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditetapkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah FOMO berpengaruh terhadap manajemen keuangan pribadi pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater?
2. Apakah Pengendalian diri berpengaruh terhadap manajemen keuangan pribadi pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater?
3. Apakah FOMO berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater?

4. Apakah Pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater?
5. Apakah perilaku pembelian impulsif berpengaruh terhadap manajemen keuangan pribadi pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater?
6. Apakah perilaku pembelian impulsif memediasi pengaruh FOMO terhadap manajemen keuangan pribadi?
7. Apakah perilaku pembelian impulsif memediasi pengaruh pengendalian diri terhadap manajemen keuangan pribadi

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah ditemukan dalam rumusan masalah, maka tujuan diadakan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh FOMO terhadap manajemen keuangan pribadi pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengendalian diri terhadap manajemen keuangan pribadi pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater.
3. Untuk mengetahui pengaruh FOMO terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater.
5. Untuk mengetahui Pengaruh perilaku pembelian impulsif terhadap manajemen keuangan pribadi pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater.
6. Untuk mengetahui peran perilaku pembelian impulsif sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara FOMO dan manajemen keuangan pribadi.
7. Untuk mengetahui peran perilaku pembelian impulsif sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pengendalian diri dan manajemen keuangan pribadi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perilaku konsumen dan manajemen keuangan pribadi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan refleksi bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi secara lebih bijak, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif, terutama saat menggunakan layanan pembayaran tunda seperti ShopeePayLater.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi awal untuk pengembangan studi yang sejenis, khususnya dalam mengkaji variable-variabel lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif dan manajemen keuangan pribadi mahasiswa di era digital.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa pengguna ShopeePayLater di berbagai perguruan tinggi di Kabupaten Bengkalis, yaitu Politeknik Negeri Bengkalis, STAIN Bengkalis, dan STIE Syariah Bengkalis, tanpa membatasi program studi tertentu. Variabel yang diteliti meliputi FOMO dan pengendalian diri sebagai variabel independen, perilaku pembelian impulsif sebagai variabel mediasi, serta manajemen keuangan pribadi sebagai variabel dependen. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang memenuhi kriteria. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa secara umum.