

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perspektif perilaku konsumen, keputusan penggunaan *PayLater* merupakan bentuk keputusan keuangan yang tidak hanya didorong oleh kemudahan akses, tetapi juga dipengaruhi oleh sikap, persepsi risiko, norma sosial, serta kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi. Perilaku seseorang dalam mengambil keputusan atau bertindak tidak terlepas dari *Theory of Planned Behavior* yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991. Dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dijelaskan bahwa niat seseorang melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam konteks penggunaan *PayLater*, sikap tercermin dari bagaimana mahasiswa menilai manfaat dan risiko *PayLater*, norma subjektif dipengaruhi oleh lingkungan sosial seperti teman sebaya yang juga menggunakan *PayLater*, sedangkan persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan sejauh mana mahasiswa merasa mampu mengendalikan keputusan keuangannya, termasuk kemampuan membayar cicilan. Teori ini menegaskan bahwa semakin positif sikap seseorang, semakin kuat norma sosial yang mendukung, dan semakin besar kontrol diri yang dirasakan, maka semakin besar pula kemungkinan seseorang melakukan suatu perilaku tertentu.

Teori ini sangat relevan untuk menjelaskan keputusan penggunaan *PayLater* karena Variabel-Variabel dalam penelitian ini dapat dipetakan langsung ke dalam komponen TPB. Literasi keuangan memengaruhi sikap mahasiswa terhadap *PayLater* karena pengetahuan keuangan akan membentuk persepsi mengenai manfaat, biaya, bunga, dan risiko kredit digital. Kontrol diri berhubungan erat dengan *perceived behavioral control*, yaitu kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan konsumtif dan mempertimbangkan kemampuan finansial sebelum menggunakan *PayLater*. Sementara itu, gaya hidup mencerminkan norma subjektif dan tekanan sosial, karena gaya hidup konsumtif sering terbentuk dari lingkungan pergaulan, tren media sosial, serta tuntutan untuk mengikuti standar tertentu. Dengan demikian, TPB memberikan kerangka teoritis yang kuat bahwa keputusan mahasiswa menggunakan *PayLater* tidak terjadi secara spontan, melainkan merupakan hasil interaksi antara aspek kognitif, psikologis, dan sosial.

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam perilaku konsumsi masyarakat Indonesia. Kemudahan akses layanan keuangan berbasis aplikasi digital mendorong masyarakat untuk mengadopsi metode pembayaran baru yang lebih praktis dan fleksibel, salah satunya adalah layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *PayLater*. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada skema pembayaran perdagangan elektronik, tetapi juga pada pola pengambilan keputusan finansial secara luas, termasuk di kalangan generasi muda. Berdasarkan data terbaru, penggunaan *PayLater* di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. (Bisnis.com, 2025) melaporkan jumlah pengguna BNPL mencapai 17,26 juta orang pada Februari 2025, mengalami peningkatan sebesar lebih dari 25% secara tahunan, dengan total nilai kredit disalurkan mencapai Rp36,24 triliun. Namun penelitian yang berbeda dilakukan oleh

(Barim, 2025) gaya hidup dan keputusan *PayLater* tidak berpengaruh signifikan terhadap perencanaan keuangan mahasiswa. Semakin baik gaya hidup, maka semakin baik pula mengelola penggunaan layanan *PayLater* agar terhindar dari risiko terlilit hutang.n. Hal ini menunjukkan bahwa BNPL semakin menjadi bagian dari rutinitas konsumsi masyarakat Indonesia, terutama pada momentum tertentu seperti Ramadan atau periode diskon besar-besaran di e-commerce. Laporan (Post, 2024) menunjukkan bahwa BNPL telah menjadi salah satu dari tiga metode pembayaran terpopuler, dengan penetrasi penggunaan yang terus meningkat baik di platform digital maupun transaksi offline.

Table 1.1 Data Peningkatan Pengguna *PayLater* di Jawa Timur

Platform	2023 (%)	2024 (%)	2025 (%)
Shopee <i>PayLater</i> (<i>SPayLater</i>)	34,73%	34,37%	32,72%
Gojek <i>PayLater</i> (<i>GoPayLater</i>)	19,16%	19,79%	20,74%
Kredivo	16,77%	16,15%	15,21%
Akulaku	11,38%	11,46%	11,52%
TikTok <i>PayLater</i>	4,19%	7,29%	8,76%
OVO <i>PayLater</i>	5,99%	4,17%	3,22%
Traveloka <i>PayLater</i>	5,39%	4,17%	3,22%
Jenius <i>PayLater</i>	2,39%	2,60%	3,61%

Sumber: OJK, Jawa Timur, 2025. Data diolah oleh peneliti, 2026.

Berdasarkan table 1.1 Statistik (OJK, 2024) OJK Jawa Timur mempresentasikan persentase data pengguna aktif platform *PayLater* di wilayah Jawa Timur yang memiliki dan menggunakan akun platform *PayLater*. Di Jawa Timur, khususnya kota besar seperti Surabaya, Malang, dan Jember, Shopee *PayLater* tetap menjadi pemimpin utama karena kuatnya ekosistem belanja barang fisik. Gojek *PayLater* menyusul di posisi kedua berkat tingginya frekuensi penggunaan layanan GoFood dan pembayaran kebutuhan harian. TikTok *PayLater* menunjukkan grafik kenaikan paling signifikan di tahun 2024-2025 seiring populernya tren social commerce (TikTok Shop) di kalangan anak muda Jawa Timur. Sama halnya dengan Platform bank digital seperti Jenius *PayLater* mulai mencatatkan grafik pertumbuhan karena menawarkan bunga yang lebih transparan dan limit yang terintegrasi dengan saldo tabungan nasabah. Kredivo & Akulaku bersaing ketat untuk pangsa pasar cicilan barang elektronik dan transaksi di toko fisik (EDC) yang tersebar di pusat perbelanjaan Jawa Timur. Sedangkan tren penurunan Pengguna OVO

PayLater & Traveloka *PayLater* di Jawa Timur mulai beralih dari platform yang bersifat spesifik ke platform multifungsi yang bisa digunakan untuk belanja harian maupun cicilan barang konsumsi. Secara keseluruhan, industri pembiayaan BNPL di Jawa Timur tumbuh sangat solid. OJK Jawa Timur mencatat bahwa Jawa Timur menyumbang sekitar 11% - 15% dari total pengguna *PayLater* nasional, dengan tingkat risiko kredit (NPF) yang masih terjaga di bawah ambang batas industri perbankan dan pembiayaan.

Fenomena ini tidak terlepas dari dominasi kelompok usia muda dalam penggunaan *PayLater*. (Katadata.co.id, 2025) Data survei menunjukkan bahwa lebih dari 70% pengguna *PayLater* berasal dari kelompok usia 18-35 tahun, yang mencakup generasi Z dan milenial, kelompok demografis yang sering disebut sebagai aktor utama dalam pola konsumsi digital modern. Penggunaan *PayLater* pada kelompok usia ini seringkali dikaitkan dengan perilaku konsumtif dan impulsif, diperkuat oleh tren gaya hidup seperti *FOMO* (*Fear of Missing Out*) dan *YOLO* (*You Only Live Once*). Kabupaten Jember sebagai salah satu pusat pendidikan di Jawa Timur memiliki karakteristik wilayah dengan populasi mahasiswa yang besar dan heterogen. Mahasiswa di Kabupaten Jember menghadapi dinamika kebutuhan akademik, sosial, dan gaya hidup yang semakin kompleks di tengah keterbatasan sumber daya finansial. Kemudahan akses *PayLater* menjadikannya alternatif pembiayaan yang menarik bagi mahasiswa untuk memenuhi berbagai kebutuhan tersebut. Namun, penggunaan *PayLater* yang tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik berpotensi menimbulkan masalah keuangan, seperti akumulasi utang dan ketidakmampuan memenuhi kewajiban pembayaran.

Salah satu faktor utama yang diduga berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* adalah literasi keuangan. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan tentang konsep dasar keuangan, tetapi juga meliputi sikap dan perilaku dalam mengelola keuangan secara bertanggung jawab, termasuk kemampuan memanfaatkan teknologi keuangan digital. Penelitian terdahulu (Annisha, Siliwangi, et al., 2025), (Lutfillah et al., 2024), (Dwiwansi et al., 2023) Hasil penelitian menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *PayLater*. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung mampu memahami risiko dan manfaat penggunaan *PayLater*, menghitung kemampuan membayar, serta mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kondisi keuangan pribadi. Namun penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Sholehah & Amaniyah, 2024) dan (Zein, 2025) literasi keuangan tidak berpengaruh langsung terhadap penggunaan *PayLater* secara signifikan. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa peran literasi keuangan dalam penggunaan *PayLater* belum bersifat konsisten. Secara konseptual, rendahnya literasi keuangan berpotensi mendorong penggunaan *PayLater* yang tidak terkontrol, seperti frekuensi penggunaan yang tinggi, orientasi konsumtif, serta kurangnya perencanaan pembayaran.

Kontrol diri merupakan faktor psikologis yang tidak kalah penting dalam memengaruhi penggunaan *PayLater*. Kontrol diri menggambarkan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan, menunda kepuasan sesaat, serta membuat keputusan yang rasional dibandingkan emosional. Dalam konteks *PayLater*, kontrol diri menentukan apakah seseorang menggunakan layanan tersebut berdasarkan kebutuhan atau sekadar mengikuti keinginan sesaat. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *PayLater* (Hasyimi et

al., 2024), (Harjanti *et al.*, 2025), (Sofiyana *et al.*, 2025), (Salsabila *et al.*, 2025). Mahasiswa dengan kontrol diri yang baik akan lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta tidak mudah tergoda untuk menggunakan *PayLater* hanya demi memenuhi kepuasan sesaat. Namun penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Ananda *et al.*, 2024) kontrol diri berpengaruh negatif terhadap penggunaan *PayLater* dan perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri tinggi cenderung tidak menunjukkan pengeluaran impulsif meskipun menggunakan *PayLater*.

Faktor lain yang turut memengaruhi penggunaan *PayLater* adalah gaya hidup. Gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan opini individu yang tercermin dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Di era digital, gaya hidup mahasiswa cenderung mengarah pada pola konsumsi modern, mengikuti tren, dan mengutamakan kenyamanan serta citra sosial. *PayLater* menjadi sarana yang mendukung gaya hidup tersebut karena memungkinkan mahasiswa untuk tetap mengikuti tren meskipun memiliki keterbatasan dana. Hal ini menjadikan gaya hidup sebagai salah satu faktor pendorong kuat dalam penggunaan *PayLater*. Hasil penelitian dari (Lutfillah *et al.*, 2024), (Jamaluddin *et al.*, 2025), (Haiqal *et al.*, 2024) menunjukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *PayLater*. Temuan ini mengindikasikan bahwa gaya hidup individu memengaruhi cara mengalokasikan dana dan memanfaatkan layanan *PayLater*, dengan gaya hidup yang baik individu akan mengalokasikan dananya sesuai dengan kebutuhan yang ada dan menjauhkan dari perilaku konsumsi berlebihan karena gaya hidup boros. Namun penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Barim, 2025) gaya hidup dan keputusan *PayLater* tidak berpengaruh signifikan terhadap perencanaan keuangan mahasiswa. Semakin baik gaya hidup, maka semakin baik pula mengelola penggunaan layanan *PayLater* agar terhindar dari risiko terlilit hutang.

Table 1.2 Angket Penelitian Awal (Pra-Survei)

No	Pernyataan	Jawaban	Responden
		Iya	Tidak
1.	Saya memahami bahwa penggunaan <i>PayLater</i> termasuk bentuk utang yang harus dibayar tepat waktu beserta biaya tambahan seperti bunga atau denda.	25 (100%)	0 (0%)
2.	Saya selalu mempertimbangkan kemampuan keuangan saya sebelum memutuskan menggunakan <i>PayLater</i> .	21 (84%)	4 (16%)
3.	Saya merasa sulit menahan keinginan berbelanja ketika melihat promo atau diskon yang bisa dibayar dengan <i>PayLater</i> .	14 (56%)	11 (44%)
4.	Saya sering menggunakan <i>PayLater</i> secara spontan tanpa perencanaan terlebih dahulu.	6 (24%)	19 (76%)
5.	Saya merasa <i>PayLater</i> memudahkan saya memenuhi kebutuhan gaya hidup seperti fashion, gadget, atau hiburan.	20 (80%)	5 (20%)
6.	Saya menggunakan <i>PayLater</i> agar tetap bisa mengikuti tren atau gaya hidup seperti teman-teman	13 (52%)	7 (48%)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Pada Table 1.2 pengukuran data menggunakan skala dikotomis dengan satuan ukur “Iya” dan “Tidak”. Skala dikotomis digunakan untuk efisiensi pra-survei, mudah dipahami responden, menghindari ambiguitas dan mudah dianalisis dalam pra-survei disebar menggunakan *google form*. Responden pra-survei berjumlah 25 responden dengan persebarannya meliputi platform *PayLater* yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Shopee *PayLater* (44%), diikuti oleh GoPay*Later* (20%), Akulaku *PayLater* (16%), Kredivo (12%), dan Traveloka *PayLater* (8%). Dominasi Shopee *PayLater* menunjukkan bahwa kemudahan akses, intensitas promosi, serta integrasi langsung dengan platform e-commerce menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan layanan *PayLater*. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) menyatakan memahami bahwa *PayLater* merupakan bentuk utang yang harus dibayarkan tepat waktu beserta biaya tambahan seperti bunga atau denda, mengindikasikan bahwa secara umum mahasiswa telah memiliki pemahaman dasar mengenai konsep *PayLater*, yang mencerminkan adanya literasi keuangan pada tingkat pengetahuan. Namun demikian, pemahaman tersebut tidak sepenuhnya sejalan dengan perilaku penggunaan *PayLater* dalam praktik sehari-hari. Pada aspek pengambilan keputusan keuangan, sebanyak 84% responden menyatakan mempertimbangkan kemampuan keuangan sebelum menggunakan *PayLater*, sementara 16% responden mengaku tidak mempertimbangkan kemampuan keuangannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar mahasiswa memiliki kesadaran finansial, masih terdapat kelompok mahasiswa yang berpotensi menggunakan *PayLater* tanpa pertimbangan

keuangan yang matang, sehingga dapat meningkatkan risiko permasalahan keuangan di masa mendatang.

Ditinjau dari sisi kontrol diri, hasil pra-survei menunjukkan bahwa 56% responden merasa sulit menahan keinginan berbelanja ketika melihat promo atau diskon yang dapat dibayar dengan *PayLater*, sedangkan 44% responden menyatakan tidak mengalami kesulitan tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa stimulus promosi dan kemudahan *PayLater* dapat melemahkan kontrol diri mahasiswa dalam mengambil keputusan konsumsi. Walaupun demikian, pada pernyataan mengenai perilaku penggunaan *PayLater* secara spontan tanpa perencanaan, mayoritas responden (76%) menyatakan tidak sering menggunakan *PayLater* secara spontan, sementara 24% responden mengaku sering melakukannya. Hal ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan antara kemampuan menahan dorongan konsumtif dengan praktik penggunaan *PayLater* secara terencana. Selanjutnya, dari aspek gaya hidup, hasil pra-survei memperlihatkan bahwa 80% responden menyatakan *PayLater* memudahkan mereka dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup, seperti fashion, gadget, dan hiburan, sedangkan 20% responden tidak merasakan kemudahan tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa *PayLater* telah menjadi instrumen yang mendukung pemenuhan gaya hidup mahasiswa, bukan hanya kebutuhan primer. Selain itu, sebagian responden juga mengakui bahwa penggunaan *PayLater* dilakukan agar tetap dapat mengikuti tren dan gaya hidup di lingkungan pertemanan, yang menunjukkan adanya pengaruh sosial dalam keputusan penggunaan *PayLater*.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan saja belum cukup untuk menjelaskan perilaku penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa. Faktor kontrol diri dan gaya hidup diduga memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan *PayLater*, khususnya ketika mahasiswa dihadapkan pada kemudahan akses, promosi, serta tekanan sosial. Dengan demikian, terdapat *research gap* berupa ketidaksesuaian antara tingkat pemahaman keuangan mahasiswa dan perilaku penggunaan *PayLater* yang cenderung konsumtif, serta hanya mengkaji satu atau dua faktor tanpa mengintegrasikan variabel lain yang berpengaruh. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa S1, sekaligus memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan literatur perilaku keuangan di era digital.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Rachmah & Aufa, (2023) literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam menggunakan *PayLater*. Jadi penggunaan *PayLater* meningkat seiring dengan meningkatnya literasi keuangan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian (Dwiwansi *et al.*, 2023) menyebutkan bahwa semakin baik literasi keuangan mahasiswa maka penggunaan *PayLater* pada E-Commerce akan semakin meningkat. Jika literasi keuangan mahasiswa rendah maka mahasiswa tidak dapat mengatur keuangannya dengan baik sehingga dapat menyebabkan permasalahan pada keuangannya. Akan tetapi, Mahasiswa dengan pemahaman mendalam tentang masalah keuangan akan

membuat keputusan yang bijaksana dan menilai dengan cermat kemampuan keuangan mereka sebelum menggunakan layanan *PayLater*.

Sofiyana *et al.*, (2025) mengemukakan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *PayLater* gen Z di Kota Semarang. Kontrol diri yang kuat, membuat individu akan lebih berhati-hati dalam pengeluarannya, yang pada akhirnya dapat membantu mereka berperilaku konsumsi yang rasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Salsabila *et al.*, 2025) Pengetahuan finansial, pola hidup, dan pengendalian diri secara signifikan mempengaruhi tingkah laku manajemen keuangan mahasiswa dalam pemanfaatan layanan Shopee *PayLater*. Mahasiswa dengan tingkat kontrol diri yang rendah cenderung lebih mudah terdorong menggunakan *PayLater* tanpa pertimbangan kemampuan membayar di masa depan.

Sementara itu, Jamaluddin *et al.*, (2025) menyebutkan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup dan penggunaan layanan *PayLater*. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup generasi Z memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan *PayLater*. Hasil ini diperkuat oleh (Haiqal *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan Gaya Hidup mempunyai pengaruh yang signifikan dan menguntungkan terhadap minat mahasiswa dalam memanfaatkan *PayLater*. Semakin tinggi gaya hidup mahasiswa yang selalu mengikuti tren, namun tidak diimbangi dengan kemampuan finansial yang baik akan mengakibatkan mahasiswa tertarik untuk menggunakan layanan *PayLater* sebagai sarana untuk memenuhi keinginannya.

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang terhadap penggunaan layanan *PayLater* kalangan mahasiswa mencerminkan tren yang sedang berkembang dalam transaksi keuangan digital. Dibalik kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh layanan *PayLater*, terdapat beberapa permasalahan yang akan muncul. Permasalahan utama dalam layanan *PayLater* di kalangan mahasiswa yaitu meningkatkan perilaku konsumtif, ketergantungan dengan kemudahan layanan *PayLater*, kurangnya literasi keuangan, serta kurangnya kontrol diri dalam memenuhi gaya hidup berpengaruh terhadap manajemen keuangan mahasiswa. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, kontrol diri dan gaya hidup terhadap penggunaan *PayLater* kalangan mahasiswa kabupaten Jember, dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa Kabupaten Jember?
2. Apakah kontrol diri memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa Kabupaten Jember?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara signifikan literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa Kabupaten Jember.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan kontrol diri terhadap keputusan penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa Kabupaten Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Akademisi, diharapkan bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku keuangan mahasiswa di era digital. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen keuangan, khususnya terkait literasi keuangan, kontrol diri, gaya hidup, dan keputusan penggunaan layanan keuangan digital (*PayLater*).
2. Praktisi, dengan penelitian ini menjadi sarana penerapan ilmu manajemen keuangan yang telah diperoleh selama perkuliahan dan sebagai pengalaman penelitian akademik.

