

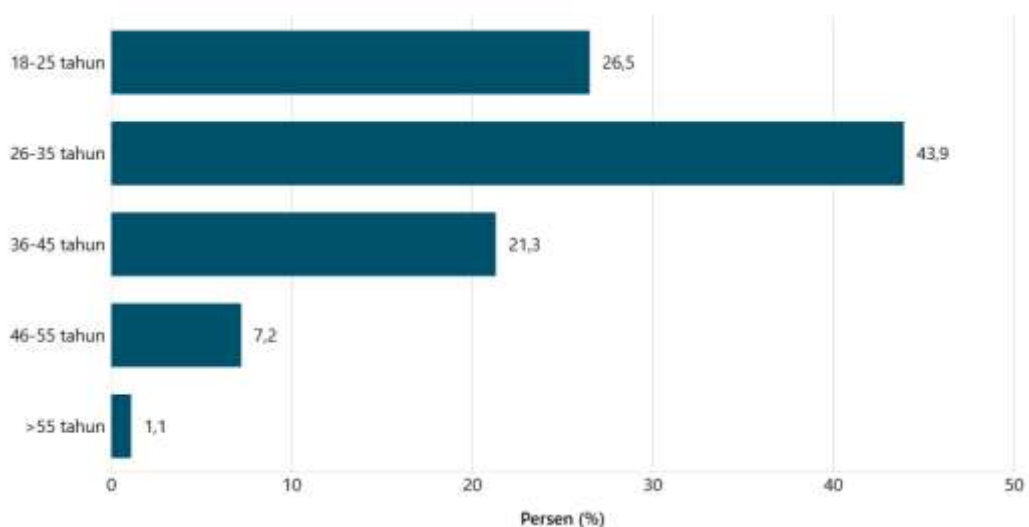
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi elektronik memberikan kemudahan pada kehidupan masyarakat sekitar, salah satunya yaitu perkembangan teknologi informasi (Restike *et al.*, 2024). Kemajuan teknologi tidak semata-mata mempercepat arus informasi, tetapi juga mengubah cara pandang mahasiswa dalam berinteraksi dan berkonsumsi, dengan adanya *platform* digital seperti *e-commerce*, *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)*, dan dompet digital (*e-wallet*) telah memberikan kemudahan pada mahasiswa dalam bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai (Ikhsanti *et al.*, 2025). Perkembangan teknologi digital juga memunculkan inovasi baru dalam keuangan digital yang terus berkembang, salah satunya yaitu sistem pembayaran beli sekarang bayar nanti yang sering dikenal masyarakat dengan sebutan *paylater* (Permata & Trisnaningsih, 2025).

Gambar 1. 1 Jumlah penggunaan *paylater* di Indonesia menurut kelompok usia



Sumber : (Muhamad, 2024)

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Januari 2025 menunjukkan bahwa nilai *outstanding paylater* di sektor perbankan telah mencapai Rp. 22,57 triliun, naik sebesar 46,45% dari tahun sebelumnya (Indonesia, 2025). Data menunjukkan sebanyak 26,5% pengguna *paylater* berasal dari generasi Z atau kelompok usia produktif (18-25 tahun), yang lebih aktif menggunakan teknologi setiap harinya (Muhamad, 2024). Data SNLIK tahun 2025 menunjukkan tingkat inklusi *financial* yang menggambarkan kemampuan individu untuk memiliki akses dalam menggunakan produk layanan keuangan di Indonesia mencapai 80,51%, sementara tingkat literasi keuangan yang menggambarkan kapasitas individu dalam memahami, mengatur, serta menentukan keputusan terhadap keuangan tercatat sebesar 66,46% (OJK, 2025).

Seiring dengan banyaknya informasi mengenai layanan keuangan digital dan berbagai sistem belanja yang tersedia, hal tersebut mengarahkan mahasiswa guna meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya literasi keuangan agar dapat mengatur kondisi keuangan secara tepat (Restike *et al.*, 2024). Pemahaman mengenai literasi keuangan tidak hanya berfokus pada kemampuan mengatur pengeluaran atau menyisihkan tabungan, melainkan kemampuan untuk menilai keuntungan dan kerugian dalam membuat keputusan keuangan (Permata & Trisnaningsih, 2025). Data OJK menunjukkan tingkat literasi keuangan pada kelompok usia produktif sebesar 73,22%, yang artinya kelompok tersebut memahami mengenai produk keuangan, meskipun pemahamannya belum terlihat dalam perilaku keuangan di kehidupan sehari-hari karena perkembangan akses terhadap layanan keuangan digital lebih cepat dibandingkan dengan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan (OJK, 2025). Kemampuan literasi keuangan menjadi landasan utama dalam pengambilan keputusan keuangan yang

tepat, sekaligus menjadi peran penting dalam menjamin kestabilan dan kesejahteraan keuangan jangka panjang (Permata & Trisnaningsih, 2025).

Persoalan ini semakin relevan dengan adanya pola konsumsi mahasiswa masa kini, yang cenderung menjadikan aktivitas berbelanja tidak lagi sebagai pemenuhan kebutuhan, melainkan menjadi bentuk simbol status sosial (Kamil *et al.*, 2024). Tekanan untuk selalu tampil mengikuti tren, menjaga penampilan, serta tekanan sosial dari lingkungan sekitar membuat mahasiswa lebih rentan terhadap perilaku *impulsive buying* (Ahmad Zaki Zein, 2025). *Impulsive buying* ialah keputusan pembelian yang muncul secara tiba-tiba tanpa pertimbangan yang matang serta tidak direncanakan, biasanya melibatkan banyak motif seperti emosional yang intens (Noor, 2020). Layanan *paylater* kerap dipilih sebagai solusi utama untuk memenuhi keinginan perilaku *impulsive buying*, apabila tidak dikelola dengan baik maka dapat menimbulkan beban *financial* jangka panjang (Kamil *et al.*, 2024).

Faktor lainnya yang berkaitan dengan perilaku *impulsive buying* adalah gaya hidup atau *lifestyle*, yang merupakan upaya seseorang untuk menunjukkan jati diri dengan keunikan dalam mengekspresikan dirinya di kehidupan sehari-hari melalui pilihan konsumsi dan aktivitas yang membedakan dirinya dari orang lain (Akib *et al.*, 2025). Layanan *paylater* dapat menjadi alternatif utama yang dipilih mahasiswa untuk memenuhi standar konsumsi, ketika gaya hidup yang diinginkan melampaui batas kemampuan keuangan yang dimiliki (Restike *et al.*, 2024).

Gaya hidup mahasiswa pada era teknologi digital saat ini terlihat cenderung banyak menghabiskan waktu luang dengan menggunakan media sosial guna mengikuti perkembangan informasi dan tren terkini, perilaku ini mencerminkan bahwa mahasiswa telah kecanduan adanya *platform* digital serta

memunculkan kondisi psikologis yang disebut *Fear of Missing Out* (FOMO) (Fitri *et al.*, 2024). Fenomena FOMO merupakan kondisi psikologis dimana perasaan cemas karena kekhawatiran seseorang atas ketinggalan tren dan momen populer di lingkungan sekitar, mahasiswa yang rentan terhadap FOMO umumnya terdorong untuk mengikuti tren terkini, menghadiri acara populer, serta membeli produk yang banyak diminati untuk menghindari perasaan tertinggal dari lingkungan sekitar (Ikhsanti *et al.*, 2025). Hal tersebut dapat menciptakan tekanan psikologis yang berujung memicu rasa ketidakpuasan terhadap barang yang sudah dimilikinya (A'isyah Amini *et al.*, 2025). Perilaku tersebut dapat mendorong mahasiswa dalam penggunaan *paylater* sebagai jalan pintas untuk membeli barang-barang yang sedang *trending* (Nazira Azza Herviana & Elisa Kurniadewi, 2025). Perilaku *impulsive buying*, gaya hidup, dan FOMO berpotensi menjadi kebiasaan sekaligus menumbuhkan rendahnya kesadaran akan literasi keuangan yang berpotensi meningkatkan ketergantungan terhadap layanan kredit digital (Wijaningsih *et al.*, 2024).

Perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan layanan *paylater* bisa ditinjau dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang terdiri atas tiga komponen psikologis, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), serta kendali perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 2020). Pada keseluruhan, TPB mencerminkan bahwa perilaku seseorang dapat diprediksi melalui tiga komponen utamanya dengan asumsi bahwa setiap individu mampu mengelola informasi dengan pemikiran rasional serta memperhatikan berbagai akibat atas setiap tindakan sebelum menentukan keputusan terkait keterlibatannya dalam suatu perilaku tertentu (Purwanto *et al.*, 2022).

Komponen pertama dalam TPB adalah *attitude towards the behavior* (sikap terhadap perilaku) yang berkaitan dengan variabel literasi keuangan, karena menggambarkan sikap individu yang mencerminkan penilaian positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku yang didasarkan pada keyakinan dan informasi yang dimilikinya (Purwanto *et al.*, 2022). Mahasiswa yang kurang terhadap pemahaman literasi keuangan dapat menyebabkan individu memandang penggunaan layanan kredit instan seperti *paylater* secara lebih positif, karena mahasiswa belum mampu memperkirakan suatu konsekuensi jangka panjang dalam pengambilan keputusan, seperti halnya memperkirakan bunga yang membengkak dan cicilan yang dapat mengganggu keuangan di kemudian hari (Putra & Sinarwati, 2023).

Komponen kedua dalam TPB adalah norma subjektif yang berkaitan dengan variabel gaya hidup dan FOMO, norma subjektif menggambarkan persepsi setiap individu terhadap dukungan, harapan atau pengaruh dari pihak yang dianggap signifikan dalam kehidupannya terhadap keputusan dalam menentukan apakah akan melakukan suatu perilaku ataupun tidak melakukan suatu perilaku tertentu (Purwanto *et al.*, 2022). Gaya hidup yang berkembang dalam lingkungan sosial mahasiswa dan fenomena FOMO yang diperkuat dengan adanya media sosial secara bersamaan dapat membentuk norma subjektif yang mendorong mahasiswa untuk terus berkonsumsi demi mempertahankan keberadaannya di lingkungan sekitar (Darsono *et al.*, 2025).

Perceived behavioral control (kendali perilaku yang dirasakan) sebagai komponen ketiga dalam TPB yang berkaitan dengan variabel perilaku *impulsive buying* karena menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuan dan ketersediaan sumber daya yang dimiliki, seperti fasilitas, kompetensi, serta

kesempatan yang dapat mendukung maupun menghambat suatu perilaku (Purwanto *et al.*, 2022). Kemampuan mengelola keuangan yang lemah dapat menurunkan *perceived behavioral control* (kendali perilaku yang dirasakan) terhadap keputusan perilaku *impulsive buying* sehingga mahasiswa lebih mudah terdorong untuk menggunakan layanan *paylater* meskipun belum memiliki kesiapan *financial* untuk membayar cicilan di kemudian hari (Ramadhani & Astari, 2024).

Kajian yang membahas mengenai penggunaan *paylater* pada mahasiswa telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga menghasilkan berbagai temuan yang memperkaya pemahaman terkait perilaku penggunaan *paylater*. Hasil penelitian Priyadi & Rinawati, (2025) menjelaskan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh negatif atas penggunaan *paylater*, sehingga mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik dapat mengendalikan perilaku keuangan dalam mengambil keputusan *financial* dan berbelanja serta mempertimbangkan risiko jangka panjang sebelum menggunakan layanan *paylater*. Restike *et al.*, (2024) menemukan bahwa pembelian yang bersifat impulsif berpengaruh positif atas pemakaian *shopee paylater* di kalangan generasi Z, sehingga seseorang dengan tingkat kontrol diri yang rendah cenderung terdorong menggunakan *paylater*. Penelitian Hariono *et al.*, (2025) mengindikasikan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Shopee Paylater*, sehingga peningkatan gaya hidup mahasiswa diikuti oleh meningkatnya kecenderungan penggunaan *paylater*. Sementara itu, Miranda *et al.*, (2023) mengungkapkan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa di kota Medan, karena adanya dorongan untuk tidak tertinggal tren dan memenuhi

keinginan hedonis yang dapat mendorong individu meningkatkan penggunaan *paylater*.

Penelitian ini menjadi dasar penting (*urgensi*) untuk dikaji lebih lanjut, mengingat adanya perkembangan teknologi digital, salah satunya yaitu sistem pembayaran *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang lebih dikenal oleh masyarakat dengan *paylater*, yang semakin aktif digunakan oleh kalangan mahasiswa. Sementara itu, tingkat literasi keuangan mahasiswa belum sepenuhnya mencerminkan kemampuan mengelola keuangan secara bijaksana di tengah perkembangan akses keuangan digital.

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Restike *et al.*, (2024) yang menganalisis pengaruh variabel literasi keuangan, perilaku impulsif, gaya hidup terhadap penggunaan *Spaylater*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel berperan dalam memengaruhi keputusan penggunaan *paylater*. Penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) yang mengacu pada penelitian (Romadhonita & Istiono, 2025).

Penambahan variabel FOMO didasarkan pada perkembangan perilaku konsumsi di era digital. Individu yang memiliki tingkat FOMO yang tinggi cenderung terdorong untuk mengikuti tren, memanfaatkan promosi, serta memenuhi keinginan konsumtif agar tidak merasa tertinggal dari lingkungan sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* tidak hanya dipengaruhi oleh aspek pengetahuan keuangan maupun perilaku konsumtif, namun juga dipengaruhi oleh faktor psikologis. Celah (*research gap*) penelitian ini mengembangkan penelitian Restike *et al.*, (2024) dengan menambahkan variabel FOMO yang mengacu pada penelitian Romadhonita & Istiono, (2025) sebagai

variabel independen untuk menguji kembali mengenai faktor yang memengaruhi penggunaan *paylater*.

Penelitian ini menguji kembali hubungan antarvariabel pada mahasiswa Madura, karena penelitian terdahulu lebih fokus pada mahasiswa di wilayah perkotaan seperti Medan, Padang, Pekanbaru, Banjarmasin, serta Surabaya, sehingga belum menggambarkan konteks sosial dan ekonomi pada mahasiswa di daerah wilayah berkembang seperti halnya Madura, yang memiliki keterbatasan akses terhadap prasarana teknologi. Data yang dipublikasikan oleh APJII, memperlihatkan jangkauan layanan jaringan internet di Jawa Timur mencapai sekitar 80%. Meskipun, masih terdapat 20% wilayah yang belum menikmati layanan internet secara optimal, salah satunya yaitu daerah pesisir selatan seperti Trenggalek dan Pacitan serta daerah kepulauan seperti Bawean dan beberapa daerah di Madura. Keterbatasan ini semakin dipertegas oleh minimnya jumlah penyedia *Internet Service Provider* (ISP) di Jawa Timur yang beroperasi, dari total 148 ISP di Jawa Timur, hanya 4 ISP yang aktif di pulau Madura, sehingga jumlah tersebut tergolong sangat minim serta menunjukkan bahwa Madura merupakan wilayah daerah berkembang dengan adanya keterbatasan akses terhadap prasarana teknologi (Telkomaterial Indonesia, 2024).

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengujian variabel literasi keuangan, perilaku *impulsive buying*, gaya hidup, serta *Fear of Missing Out* (FOMO) secara simultan dalam menjelaskan penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Madura. Maka, penelitian ini diharapkan memperkaya ilmu pengetahuan di bidang literasi keuangan, khususnya pada penggunaan teknologi digital di daerah wilayah berkembang dan memperluas pengetahuan tentang

faktor psikologis serta finansial dalam dunia teknologi digital di kalangan mahasiswa.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Madura?
2. Apakah perilaku *impulsive buying* berpengaruh positif terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Madura?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh positif terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Madura?
4. Apakah *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Madura?

1.3 Batasan Masalah

Batasan studi ini mencakup empat variabel bebas, yakni literasi keuangan, perilaku *impulsive buying*, gaya hidup, dan *Fear of Missing Out* (FOMO) dengan penggunaan *paylater* sebagai variabel terikat yang dianalisis. Subjek penelitian ini difokuskan pada mahasiswa di wilayah Madura yang aktif menggunakan *paylater*, sehingga temuan penelitian hanya berlaku pada konteks kelompok tersebut dan tidak disamaratakan pada pengguna di luar kategori mahasiswa atau di luar wilayah Madura.

1.4 Tujuan Penelitian

Didasarkan permasalahan yang sudah dirumuskan, penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yakni sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi pengaruh literasi keuangan dalam penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Madura.
2. Mengidentifikasi pengaruh perilaku *impulsive buying* dalam penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Madura.
3. Mengidentifikasi pengaruh gaya hidup dalam penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Madura.
4. Mengidentifikasi pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam penggunaan *paylater* pada mahasiswa di Madura.

1.5 Manfaat Penelitian

Studi riset ini memberikan beberapa manfaat yang di antaranya adalah sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian berikut memberikan wawasan khususnya dalam bidang akuntansi keperilakuan serta keuangan elektronik. Studi berikut mampu memberikan kontribusi dalam memahami proses pengambilan keputusan finansial dalam konteks penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa. Hasil dari studi dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mempermudah pemahaman mengenai pola perilaku keuangan generasi muda di tengah perkembangan digital, serta memperkuat teori-teori terkait literasi keuangan, perilaku *impulsive buying*, *lifestyle* serta *Fear of Missing Out* (FOMO) atas pemanfaatan *paylater*.

1.5.2 Manfaat Praktisi

1. Bagi Mahasiswa :

Penelitian ini mampu memberikan gambaran yang lebih baik atas pentingnya literasi keuangan dalam mengelola keuangan pribadi, terutama dalam penggunaan *paylater*. Pemahaman tersebut menjadi penting karena adanya

kemudahan akses pada layanan *paylater* yang berpotensi mempengaruhi perilaku seseorang dalam menentukan tindakan transaksi dan mengatur keuangan. Di samping itu, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk menggunakan layanan kredit digital dengan pertimbangan yang matang serta mengurangi perilaku konsumtif yang berpotensi menimbulkan masalah *financial* ke depannya.

2. Bagi Universitas :

Kajian berikut dapat dijadikan acuan dalam pengembangan kurikulum atau materi ajar terkait perilaku keuangan, serta pemanfaatan teknologi keuangan digital (*financial technology*). Penelitian berikut dapat dimanfaatkan menjadi contoh kasus atas mengkaji bagaimana faktor psikologis serta sosial terhadap pengambilan keputusan *financial* mahasiswa pada era modern saat ini.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Studi ini dapat dijadikan landasan guna peneliti selanjutnya untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambahkan variabel, seperti *self-control*, *financial attitude*, atau faktor sosial budaya yang memengaruhi penggunaan *paylater*.