

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN RISIKO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DENGAN PENGGUNAAN FINTECH PAYMENT (PAYLATER) PADA SHOPEE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Sheilla Emilia Sholehah¹, Evaluati Amaniyah^{2*},
Universitas Trunojoyo Madura
Jln. Telang Po Box 2 Kamal Madura
***Email:** evaluati.amaniyah@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan resiko terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan penggunaan *fintech payment (paylater)* pada shopee sebagai variabel moderasi. Populasi yang dipilih adalah mahasiswa aktif fakultas ekonomi dan bisnis, sampel dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling dan terpilih 97 responden. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan variabel risiko secara parsial memiliki pengaruh terhadap penggunaan fitur shopeepaylater. Variabel literasi keuangan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa namun risiko secara parsial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan variabel literasi keuangan dan variabel risiko memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimoderasi dengan Penggunaan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan, Risiko, Paylater, Perilaku Konsumtif.*

ABSTRACT

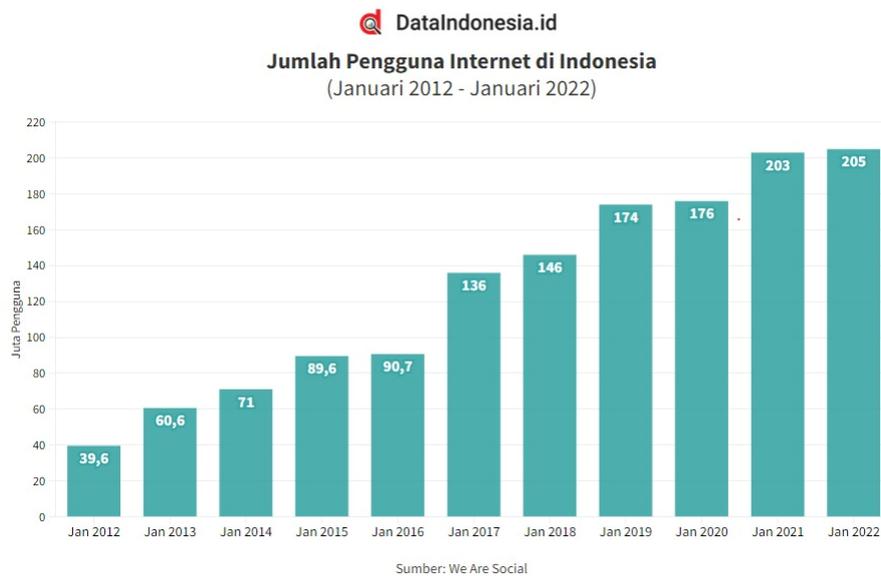
The purpose of this study is to determine the influence of financial literacy and risk on student consumptive behavior by using fintech payment (paylater) on Shopee as a moderating variable. The selected population were active students of the economics and business faculty. The sample was selected using a purposive sampling method and 97 respondents were selected. This type of research is quantitative using multiple linear regression analysis. The results of this research show that financial literacy variables and risk variables partially have an influence on the use of the shopeepaylater feature. The financial literacy variable partially has no influence on student consumptive behavior, but risk partially has an influence on student consumptive behavior. Meanwhile, the financial literacy variable and risk variable have an influence on student consumptive behavior which is moderated by the use of Fintech Payment (Paylater) on Shopee.

Keywords: Financial Literacy, Risk, Paylater, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022. Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet.

Sheilla Emilia Sholehah, Evaluati Amaniyah, Pengaruh Literasi Keuangan Dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dengan Penggunaan *Fintech Payment (Paylater)* Pada Shopee Sebagai Variabel Intervening



Menurut data dari We Are Social, pada bulan Januari 2022, jumlah individu yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 205 juta orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 73,7% dari total populasi Indonesia telah mengakses internet. Angka ini juga mengalami peningkatan sebesar 1% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya, di mana pada bulan Januari 2021 tercatat sebanyak 203 juta pengguna internet di Indonesia. Trend menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia terus bertambah dari tahun ke tahun. Pada tahun 2012, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya sekitar 39,6 juta orang, namun kini telah meningkat hingga lima kali lipat dalam satu dekade. Lonjakan signifikan terjadi pada tahun 2017, di mana jumlah pengguna internet mencapai 136 juta orang. Selain itu, rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu 8 jam 36 menit setiap harinya, dengan sebagian besar (94,1%) mengakses internet melalui telepon genggam. Meskipun demikian, Indonesia masih memiliki jumlah penduduk yang belum terkoneksi internet yang signifikan, dengan sekitar 73,05 juta penduduk belum memiliki akses internet menurut catatan dari We Are Social.

Perkembangan teknologi yang pesat dan pertumbuhan yang cepat dalam penggunaan internet di Indonesia telah mendorong munculnya transformasi dalam sistem pembayaran. Salah satu bentuk sistem pembayaran yang sedang berkembang, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia, adalah financial technology (fintech). Fintech merupakan hasil gabungan antara teknologi informasi dengan layanan keuangan yang memungkinkan transaksi dilakukan dengan cepat

tanpa terkendala oleh faktor jarak, seperti yang dijelaskan oleh Bank Indonesia pada tahun 2020. Fintech memberikan kesempatan kepada siapa pun untuk menikmati kemudahan transaksi kapan pun dan di mana pun dengan aman dan efisien, mengubah proses transaksi menjadi lebih efektif. Menurut Nizar (2017), meningkatnya ketersediaan akses internet telah mengubah pandangan konsumen tentang kemudahan melakukan transaksi secara real-time, menjadi salah satu pendorong utama dalam perkembangan inovasi fintech. Di Indonesia, fintech terus berkembang, contohnya adalah layanan PayLater. PayLater adalah metode pembayaran cicilan atau kredit tanpa menggunakan kartu kredit, yang dilayani secara digital dengan proses pengajuan yang dilakukan secara online. Meskipun demikian, bunga, batas penggunaan, dan jatuh tempo pembayaran pada PayLater mirip dengan sistem kartu kredit konvensional. Perusahaan yang menyediakan layanan pinjaman online seperti PayLater umumnya memerlukan modal dari perusahaan fintech lending yang menyediakan layanan P2P (peer-to-peer) lending. Hingga tanggal 22 April 2022, tercatat ada 102 perusahaan fintech lending yang telah memiliki izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Indonesia.

Masuk ke era digital, segala aktivitas menjadi lebih praktis berkat kemajuan teknologi. Pilihan metode pembayaran untuk belanja online semakin bervariasi dan menguntungkan. Salah satunya adalah fitur paylater atau cicilan online tanpa kartu kredit. Fitur PayLater hanya tersedia di aplikasi yang menyediakannya, contohnya adalah Shopee, platform jual beli online yang bisa diakses melalui ponsel. Diluncurkan pertama kali di Indonesia pada tahun 2015, Shopee merupakan bagian dari SEA Group yang berdiri sejak tahun 2009. Bersama Tokopedia, Shopee masih menjadi pemimpin pasar e-commerce di Indonesia. Persaingan keduanya semakin sengit, terutama dilihat dari jumlah pengunjung bulanan. Menurut data dari dataindonesia.id, kunjungan bulanan ke Tokopedia mencapai 157,2 juta pada kuartal I 2022, meningkat 5,1% dari kuartal sebelumnya yang mencatatkan 149,6 juta kunjungan. Sementara itu, Shopee menduduki posisi kedua dengan rata-rata 132,77 juta kunjungan bulanan pada kuartal I 2022, naik 0,6% dari kuartal sebelumnya yang mencapai 131,9 juta kunjungan. Dibandingkan dengan layanan paylater lainnya, PayLater dikenal memiliki limit pinjaman yang besar, serta kemudahan penggunaannya melalui marketplace Shopee yang menawarkan

berbagai macam produk dari kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan lainnya, serta beragam promosi. Namun, kemudahan dalam membeli produk dengan limit pinjaman besar dan persyaratan pengajuan yang mudah dapat memicu perilaku konsumtif jika tidak diatur dengan baik antara kebutuhan dan keinginan.

Safitri (2021) dan Wiyono & Kirana (2020) menunjukkan bahwa layanan fintech memberikan dampak positif terhadap perilaku keuangan, sementara penelitian oleh Widiastuti, Jati, Nawarini, & Setyawati (2020) dan Haqiqi & Pertiwi (2022) menemukan bahwa layanan fintech memiliki dampak negatif terhadap manajemen keuangan. Perilaku konsumtif, seperti yang dijelaskan oleh Lina & Rosyid (1997), adalah kecenderungan individu untuk membeli barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan, hanya didasarkan pada kepuasan pribadi dan keinginan semata. Biasanya, perilaku ini muncul karena ketidakseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan, di mana individu lebih fokus pada kesenangan dan kepuasan pribadi daripada aspek kebutuhan yang sebenarnya. Ketika keinginan untuk memiliki atau mengonsumsi sesuatu menjadi lebih kuat daripada kebutuhan yang sebenarnya, masyarakat bisa terjerumus dalam perlombaan untuk memenuhi keinginan tersebut, bahkan jika hal tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan dasar. Jika pola perilaku ini terus berlanjut, bisa menjadi perilaku konsumtif yang merugikan.

Literasi keuangan memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup seseorang, mengarahkan mereka untuk menghindari perilaku konsumtif yang boros. Banyak mahasiswa mengalami kurangnya pengetahuan tentang konsep keuangan dan tujuan keuangan di masa depan. Literasi keuangan dapat dianggap sebagai investasi dalam diri sendiri yang membantu individu membuat keputusan yang bijaksana tentang tabungan, kredit, dan pensiun di masa depan. Memiliki literasi keuangan juga memberi individu kepercayaan diri untuk membuat keputusan investasi dan mengendalikan pola belanja mereka (Jariwala, 2013). PISA (2012) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat mengubah perilaku seseorang menjadi lebih positif dalam mengelola uang mereka. Dengan demikian, individu yang memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan akan cenderung membatasi diri dari berutang untuk keperluan konsumtif dan lebih memilih untuk menabung demi masa depan yang lebih baik. Temuan oleh Imawati

et al. (2013) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak negatif terhadap perilaku konsumtif siswa. Harli et al. (2015) juga menemukan bahwa literasi keuangan dan usia memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif baik pada mahasiswa Fakultas Ekonomi maupun mahasiswa non-Fakultas Ekonomi.

Penggunaan SPaylater dapat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan seseorang. Literasi keuangan mengacu pada kemampuan seseorang untuk membaca, menganalisis, mengelola, dan berkomunikasi mengenai kondisi keuangan pribadi mereka yang memengaruhi kesejahteraan finansial. Ini meliputi kemampuan untuk memahami pilihan keuangan, berdiskusi tentang uang dan masalah keuangan dengan percaya diri, merencanakan masa depan, dan merespons dengan bijaksana terhadap peristiwa kehidupan yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk perubahan dalam situasi ekonomi umum (Latifiana). Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Haqiqi & Pertiwi (2022), Solikhatun (2022), dan Widiastuti, Jati, Nawarini, & Setyawati (2020), menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap perilaku keuangan seseorang. Namun, penelitian oleh Waty, Triwahyuningtyas, & Warman (2021) menemukan bahwa literasi keuangan berhubungan negatif dengan perilaku keuangan. Dengan demikian, tingkat literasi keuangan seseorang dapat memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan SPaylater dan cara mereka mengelola keuangan secara keseluruhan.

Menurut konvensi manajemen keuangan, risiko diartikan sebagai kondisi ketidakpastian yang berkaitan dengan variasi dari hasil akhir. Doherty (1982) menjelaskan bahwa risiko timbul karena adanya variasi dalam hasil yang mungkin terjadi. "Risiko merujuk pada tingkat variasi dalam rentang hasil yang mungkin; semakin besar variasi yang potensial, semakin besar risikonya." Dalam konteks perilaku konsumen, konsep risiko menjadi lebih spesifik terkait dengan proses pengambilan keputusan konsumen. Menurut Loudon dan Bitta (1988), risiko dalam konteks ini adalah "... ketidakpastian mengenai keputusan pembelian yang paling tepat atau konsekuensi dari keputusan tersebut." Dalam pengambilan keputusan dan perilaku konsumen, konsep risiko sering dianalisis melalui persepsi risiko, yang mencakup dua dimensi: persepsi terhadap ketidakpastian atau kemungkinan

terjadinya suatu peristiwa, dan tingkat keseriusan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi akibat konsumsi produk tersebut. Dalam konteks perilaku konsumen, risiko merupakan faktor penting dalam proses pengambilan keputusan karena setiap pembelian produk tertentu dapat membawa risiko tertentu, yang dapat bervariasi dalam tingkatannya (Pennings et al., 2002).

Dalam industri fintech, berbagai potensi risiko yang dapat merugikan kedua belah pihak seharusnya dapat diatasi oleh pengelola fintech melalui peningkatan keamanan sistem dan penyediaan edukasi bagi calon pengguna. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kesalahan yang dapat merugikan pengguna karena penggunaan fintech dilakukan secara mandiri oleh pengguna. Setiap risiko dapat dikelola dengan kebijakan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, yang dapat mencegah atau mengurangi kerugian. Dalam konteks penggunaan SPaylater, salah satu produk fintech payment, risiko juga menjadi faktor yang perlu diperhatikan. Risiko di sini merupakan ketidakpastian yang dapat menyebabkan kerugian bagi pengguna. Salah satu risiko utama yang dirasakan oleh pengguna adalah risiko kejahatan atau cyber risk, yang dapat mengancam setiap transaksi dan keamanan data pribadi pengguna. Kebocoran atau penyalahgunaan data pribadi dapat merugikan pengguna, dan ini dapat merusak kepercayaan antara pengguna dan pengembang fintech. Dalam bisnis fintech, kepercayaan antara pengguna dan pengembang sangat penting, terutama karena interaksi mereka dilakukan secara jarak jauh. Oleh karena itu, upaya untuk menjaga keamanan dan kepercayaan menjadi prioritas dalam industri fintech (Aini, 2020; Nizar, 2020; Wildan, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat khususnya mahasiswa terhadap penggunaan *SpayLater* pada aplikasi Shopee dan pengaruh penggunaannya terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan penggunaan fitur *SPayLater* pada aplikasi Shopee sebagai *variable intervening* karena kemudahan yang diberikan *SPaylater* dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan tanpa harus menunggu memiliki uang yang cukup. Penggunaan SpayLater dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang digunakan dalam penelitian ini sebagai *variable independent* yaitu literasi keuangan dan risiko.

METODE

Data penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Responden yang menjadi sumber data dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura dan yang memiliki dan menggunakan SPayLater. Sampel yang diambil diharapkan akan bisa representatif sehingga hasil penelitian akan mampu mewakili seluruh populasi yang ditetapkan dalam penelitian. Untuk penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Yamane dan Isaac and Michael. Rumus Yamane ditunjukkan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error). Dalam penentuan sampel penulis menggunakan tingkat toleransi ketidakteelitian sebesar 10%, sebagai acuan dalam menentukan kesalahan minimum.

Jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 2926,

$$n = 2926 : 1 + 2926(0,1)^2 \quad n = (96,6)$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97.

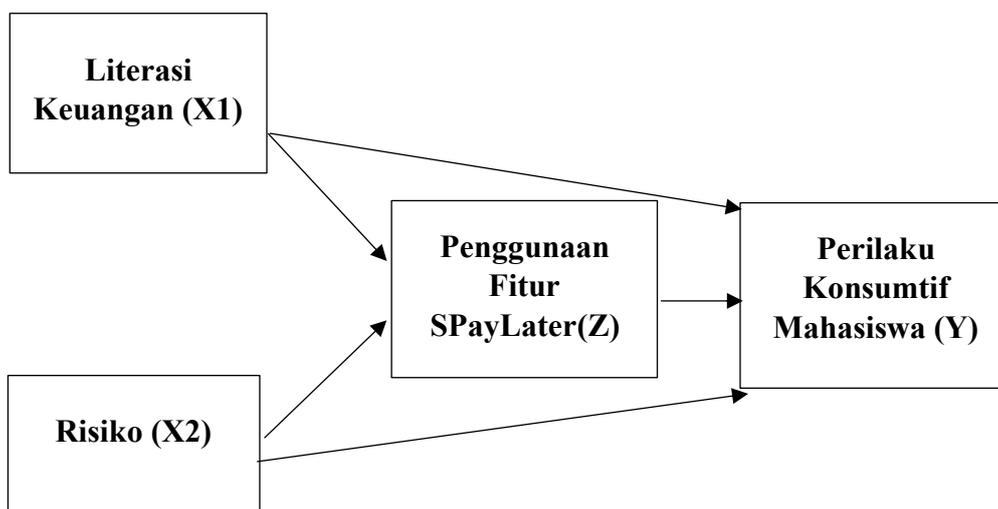
Tabel 1: Definisi operasional variabel

No	Variabel	Definisi operasional Variabel	Indikator	Pengukuran
1	Perilaku konsumtif	Sikap konsumtif mahasiswa FEB terhadap bagaimana membelajakan uangnya	1. Hadiah 2. kemasan 3. Gengsi 4. Potongan harga 5. Iklan 6. Status social 7. Kualitas 8. Percaya diri	Skala likert
2	Fitur shopeepayLater	Penguunaan fitur shopeepayLater oleh mahasiswa FEB dalam melakukan transaksi secara online	1. Lama penggunaan 2. Intensitas 3. Durasi 4. Kemudahan 5. Kepuasan 6. Disain	Skala likert

Sheilla Emilia Sholehah, Evaluati Amaniyah, Pengaruh Literasi Keuangan Dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dengan Penggunaan *Fintech Payment (Paylater)* Pada Shopee Sebagai Variabel Intervening

3.	Literasi Keuangan	Kemampuan yang dimiliki mahasiswa FEB untuk membuat penilaian berdasarkan informasi yang diperoleh dan mengambil keputusan yang efektif mengenaicara menggunakan dan mengolah keuangan	1. Pengetahuan matematis 2. Pemahaman keuangan 3. Kompetensi keuangan 4. Resiko 5. Tanggung jawab keuangan	Skala likert
4.	Risiko	Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang akan diterima mahasiswa FEB dalam menggunakan fintech	1. Risiko keuangan 2. Risiko kinerja 3. Risiko psikologi 4. Risiko fisik	Skala likert

Penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis) yang merupakan alat analisis untuk menjawab rumusan masalah dan sekaligus membuktikan model penelitian. Model yang dikembangkan pada dasarnya variabel independen dapat mempengaruhi variabel bebas dengan melalui variabel antara. Model penelitian ini seperti pada gambar 1.



Gambar 1: Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian hipotesa dalam penelitian ini yaitu:

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan fintech payment paylater pada Shopee.

H2: Risiko berpengaruh terhadap penggunaan fintech payment paylater pada Shopee.

H3: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H4: Risiko berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

H5: Penggunaan fintech payment paylater pada Shopee berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H6: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui penggunaan fintech payment paylater pada Shopee sebagai variable intervening.

H7: Risiko berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui penggunaan fintech payment paylater pada Shopee sebagai variable intervening.

Sesuai model yang dikembangkan pada penelitian ini, akan terdapat dua model regresi ganda, yaitu :

Persamaan regresi model I:

$$Z = a + b_{11}X_1 + b_{12}X_2 + e_1$$

Keterangan:

Z: Variabel Penggunaan Fitur SPayLater

a: Konstanta

X₁ : Literasi Keuangan

X₂ : Risiko

b₁₁, b₁₂, : Koefisien regresi

Persamaan Regresi Model II :

$$Y = a + b_{21}X_1 + b_{22}X_2 + b_{23}Z + e_2$$

Keterangan:

Y : Variabel Perilaku Konsumtif

a : Konstanta

X₁ : Literasi Keuangan

X₂ : Risiko

Z : Variabel Penggunaan Fitur SPayLater

b₂₁, b₂₂, b₂₃: Koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil uji regresi regresi linear berganda seperti pada tabel 1 didapat persamaan regresi model 1, $Z = 8,140 + 0,364X_1 + 0,320X_2 + e_1$

Tabel 2: Hasil Uji Regresi model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.140	1.741		4.675	.000
	X1	.364	.090	.387	4.028	.000
	X2	.320	.105	.292	3.041	.003

a. Dependent Variable: Z

Berdasarkan hasil uji regresi regresi linear berganda seperti pada tabel 2 didapat persamaan regresi model 2 yaitu:

$$Y = 15,249 - 0,405X_1 + 0,415X_2 + 0,530Z + e_2$$

Tabel 3: Hasil uji regresi model 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.249	3.232		4.718	.000
	Z	.530	.172	.357	3.073	.003
	X1	-.405	.164	-.289	-2.474	.015
	X2	.415	.184	.255	2.248	.027

a. Dependent Variable: Y

Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel independen dan dependen. Berdasarkan tabel 1 dan 2 didapatkan hasil nilai *Standardized Coefficients* untuk melihat nilai pengaruh langsung masing-masing variabel independen. Berdasarkan hasil uji T pada tabel 2 diketahui bahwa pengaruh langsung X_1 terhadap Z sebesar 0,289. Sedangkan pengaruh tidak langsung X_1 melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X_1 terhadap Z (tabel 3) dengan nilai beta Z terhadap Y yaitu: $0,387 \times 0,357 = 0,138$. Maka pengaruh total yang diberikan terhadap yang diberikan X_1 terhadap Y melalui pengaruh tidak langsung dan langsung variabel Z yaitu: $0,289 + 0,138 = 0,427$. Sedangkan berdasarkan hasil uji T pada tabel 2

diketahui bahwa pengaruh langsung X_2 terhadap Z sebesar 0,255. Sedangkan pengaruh tidak langsung X_2 melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X_2 terhadap Z (tabel 3) dengan nilai beta Z terhadap Y yaitu: $0,292 \times 0,357 = 0,104$. Maka pengaruh total yang diberikan terhadap yang diberikan X_1 terhadap Y melalui pengaruh tidak langsung dan langsung variabel Z yaitu: $0,255 + 0,104 = 0,359$.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Fitur SPayLater

Berdasarkan hasil uji hipotesis 1, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap penggunaan fitur SPayLater. Literasi keuangan mencakup keterlibatan kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat guna mencapai kesejahteraan finansial individu. Dalam menerapkan literasi keuangan, seseorang perlu melatih keterampilan keuangan dan memahami penggunaan alat keuangan. Konsumen yang memiliki literasi keuangan cenderung lebih selektif dalam menggunakan uang mereka. Mereka membuat keputusan untuk menggunakan fitur SPayLater dengan lebih rasional, sementara konsumen yang kurang memiliki literasi keuangan cenderung terpengaruh oleh emosi dalam penggunaan fitur tersebut. Hal ini dapat berdampak buruk pada keuangan mereka di masa depan. Oleh karena itu, meningkatkan literasi keuangan di kalangan konsumen dapat membantu mereka membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan mengurangi risiko perilaku keuangan yang tidak sehat.

Mahasiswa saat ini telah memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sehingga dapat membantu terhindar dari adanya masalah keuangan. Artinya apabila mahasiswa meningkatkan literasi keuangannya tentu penggunaan ShopeePayLater akan bisa implementasikan sesuai dengan kebutuhan.

Pengaruh Risiko terhadap Penggunaan Fitur SPayLater

Berdasarkan hasil uji hipotesis 2, dapat disimpulkan bahwa risiko memiliki pengaruh terhadap penggunaan fitur SPayLater. Penelitian menunjukkan bahwa

meskipun terdapat berbagai macam risiko, mahasiswa cenderung tetap menggunakan fitur SPayLater. Hal ini mungkin disebabkan karena fitur SPayLater dijamin oleh Otoritas Jasa Keuangan dan berada di bawah naungan SEA Grup yang bekerja sama dengan PT Lentera Dana Nusantara yang telah memiliki legalitas, sehingga dampak dari risiko dapat diminimalisir atau solusinya dapat ditemukan. Risiko yang terjadi dapat mencakup berbagai faktor seperti risiko keuangan, risiko kinerja, risiko psikologis, risiko fisik, dan risiko sosial. Meskipun terdapat risiko, mahasiswa masih merasa mendapatkan keuntungan dalam penggunaan fitur SPayLater, seperti merasa bebas dari masalah keuangan, merasa mendapatkan manfaat, merasa senang dan puas, serta merasa bangga. Keuntungan-keuntungan ini mendorong mahasiswa untuk lebih sering menggunakan fitur SPayLater. Sebaliknya, jika risiko rendah, tingkat penggunaan fitur SPayLater pada mahasiswa kemungkinan akan menurun. Hal ini karena mahasiswa mungkin merasa tidak mendapatkan keuntungan yang cukup ketika menggunakan fitur SPayLater, sehingga mereka memilih untuk tidak menggunakan fitur tersebut lagi.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian oleh Leksani Dwi Rahayu menunjukkan persepsi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis 3, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan dan mengelola keuangan mereka untuk mencapai kesejahteraan finansial. Tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung membuat mahasiswa bertanggung jawab terhadap keuangan mereka, memilih untuk menabung, dan menghindari pembelian barang-barang yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan literasi keuangan yang baik akan lebih mampu mengelola pendapatan mereka dengan bijaksana untuk kepentingan konsumsi, sehingga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya perilaku konsumtif. Dengan kata lain, literasi keuangan

memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana cara mengelola keuangan secara efektif, sehingga individu dapat membuat keputusan keuangan yang lebih rasional dan terhindar dari perilaku konsumtif.

Pengaruh Risiko terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil analisis hipotesis 4, diperoleh kesimpulan bahwa adanya pengaruh positif antara risiko dan perilaku konsumtif mahasiswa. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi risiko, maka kemungkinan perilaku konsumtif mahasiswa juga semakin tinggi. Faktor ini dapat dijelaskan oleh keberadaan garansi dalam pembelian barang atau jasa di platform seperti Shopee, yang membuat mahasiswa merasa lebih percaya diri dan tidak khawatir dalam melakukan pembelian. Dalam penelitian ini, beberapa aspek risiko telah diidentifikasi, termasuk risiko keuangan yang berkaitan dengan kemungkinan gagal bayar. Mahasiswa dapat mengantisipasi risiko ini dengan mengumpulkan dana atau menabung untuk membayar tagihan SPayLater. Risiko kinerja (functional risk) muncul ketika produk tidak berfungsi sesuai harapan. Dalam hal ini, pengembalian barang atau retur dapat dilakukan melalui proses yang disediakan oleh Shopee. Risiko psikologis (psychological risk) berkaitan dengan perasaan dan emosi individu setelah melakukan pembelian. Jika barang tidak sesuai dengan ekspektasi, pengembalian atau pertukaran barang dapat dilakukan. Risiko fisik (physical risk) muncul ketika produk tidak cocok dengan pengguna. Pengguna dapat memilih untuk menjual kembali produk tersebut. Risiko sosial (social risk) timbul ketika penggunaan suatu produk dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Meskipun barang yang dibeli serupa dengan orang lain, pengguna tetap merasa bangga karena popularitas barang tersebut.

Pengaruh Penggunaan Fitur SPayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil analisis hipotesis 5, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur SPayLater berhubungan secara positif dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan adanya korelasi positif antara variabel penggunaan fitur SPayLater dan perilaku konsumtif mahasiswa, menunjukkan bahwa praktek penggunaan fitur ini dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan ShopeePayLater bisa memiliki dampak negatif jika tidak

dipertimbangkan dengan matang. Terutama karena banyak mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap. Jika penggunaan fitur ini meningkat, kemungkinan perilaku berhutang dalam transaksi pembelian akan meningkat pula. Sebaliknya, jika penggunaan fitur ini menurun, kecenderungan perilaku konsumtif juga akan menurun karena transaksi pembelian dapat dilakukan tanpa mengandalkan cicilan atau hutang. Perlu diingat bahwa peningkatan penggunaan fitur ShopeePayLater dapat berdampak buruk jika dilakukan tanpa pertimbangan yang matang, terutama karena mahasiswa umumnya belum memiliki penghasilan tetap. Perilaku konsumtif dapat menyebabkan ketidakmampuan dalam membayar tagihan SPayLater, mengakibatkan terjerat hutang dan kesulitan keuangan di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih bijak, termasuk dengan lebih giat menabung atau melakukan investasi untuk masa depan yang lebih baik.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Penggunaan Fitur SPayLater sebagai Variabel Intervening

Hasil uji hipotesis 6 menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara penggunaan fitur SPayLater dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan kata lain, semakin sering mahasiswa menggunakan fitur SPayLater, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk bersikap konsumtif. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan ShopeePayLater bisa berdampak negatif jika tidak dipertimbangkan dengan matang, terutama karena mayoritas mahasiswa belum memiliki penghasilan tetap. Jika penggunaan fitur ini meningkat, risiko perilaku berhutang juga meningkat. Sebaliknya, jika penggunaan fitur ini menurun, kecenderungan perilaku konsumtif juga akan menurun karena transaksi pembelian dapat dilakukan tanpa ketergantungan pada cicilan atau hutang. Dengan demikian, penting bagi mahasiswa untuk mengelola keuangan mereka secara bijaksana, termasuk dengan lebih aktif menabung atau berinvestasi untuk masa depan yang lebih stabil secara finansial.

Literasi keuangan sangat penting bagi konsumen yang menggunakan layanan e-commerce. Menurut Putri dkk (2016), mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang keuangan cenderung dapat mengelola perilaku konsumtif mereka dengan lebih baik. Selain itu, Imawati dkk (2013) menjelaskan bahwa kemampuan literasi

keuangan dapat membantu konsumen dalam pemilihan produk dan layanan yang bijaksana, serta memberikan keluhan dengan lebih efektif. Pemahaman tentang literasi keuangan juga memungkinkan konsumen untuk lebih mudah mengelola keuangan pribadi mereka dan membuat perencanaan untuk masa depan. Dengan memiliki literasi keuangan yang cukup, konsumen dapat mengurangi perilaku konsumtif mereka terhadap pembelian barang dan jasa melalui platform e-commerce.

Pengaruh Risiko terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Penggunaan Fitur SPayLater sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil uji hipotesis 7, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh risiko terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui penggunaan fitur SPayLater. Hasil pengujian hipotesis juga menemukan bahwa risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada platform Shopee. Risiko merupakan ketidakpastian yang dihadapi pengguna dalam menggunakan layanan fintech, sebagaimana dijelaskan oleh Nizar (2020). Risiko penggunaan produk fintech dapat memiliki dampak negatif yang merugikan pengguna. Penggunaan fitur SPayLater memang dapat memberikan bantuan dalam situasi mendesak, tetapi perlu dipahami bahwa ada beberapa risiko yang terkait. Risiko-risiko tersebut meliputi risiko keuangan, seperti potensi gagal bayar atau kesulitan untuk melunasi tagihan SPayLater, risiko kinerja yang terjadi ketika produk atau layanan yang dibeli tidak berfungsi sebagaimana diharapkan, risiko psikologis yang muncul ketika pengguna merasa puas atau kecewa terhadap pembelian, risiko fisik ketika barang atau layanan tidak sesuai dengan harapan, dan risiko sosial ketika pengguna merasa bangga dengan pembelian mereka namun menemukan bahwa barang tersebut juga dimiliki oleh orang lain. Keterbatasan keuangan merupakan motif utama di balik penggunaan SPayLater. Mahasiswa sering mengalami situasi di mana mereka membutuhkan atau menginginkan barang atau layanan secara mendesak tetapi tidak memiliki cukup dana pada saat itu. Layanan SPayLater memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan ini tanpa mengalami kesulitan keuangan yang berlebihan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Muhammad Wildan (2019) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech. Selain itu, penelitian oleh Marisa (2020) juga menemukan bahwa risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian terhadap mahasiswa FEB Universitas Trunojoyo diperoleh kesimpulan bahwa literasi keuangan dan risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan fintech payment paylater pada Shopee. Begitu juga Literasi Keuangan dan penggunaan fintech payment paylater pada Shopee berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa namun risiko berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selanjutnya terdapat pengaruh literasi keuangan dan resiko terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui penggunaan fitur Spay Later.

Penelitian ini merekomendasikan bagi pengguna SpayLater khususnya mahasiswa sebaiknya meningkatkan literasi keuangan dan memperhatikan rasio risiko, karena hal tersebut memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif sedangkan untuk penelitian selanjutnya diharapkan membahas faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani M, Zulhawati. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Line Pay*. Prosiding Conference on Management and Behavioral Studies
- Arianti, B.F dan Khoirunnisa A. 2020. “*Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan: Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan*”. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. (Online), Vol.9, No.2, (<https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/download/2635/2069/>)
- Arifudin, Opan, dkk. 2020. *Manajemen Resiko*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Hasna, Vita. 2021. Skripsi. *Faktor-Faktor yang mempengaruhi penggunaan fitur spaylater pada aplikasi shopee dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif*.
- Hidayati, Afifah dkk. 2020. *Jurnal. E-commerce Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa*. IKIP PGRI Bojonegoro.
- Mikael, J., & Rahadi, R.A.(2022). *The relationship between financial literacy, perceived usefulness, and perceived ease of use on paylater usag*. *International Journal of Business and Economy*, 4(3), 276-289.
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. 2019. *Jurnal. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Kota Bandung*. JMM Online.
- Adyastuti, N. A., & Khafid, M. (2022). *Pengaruh Risiko, Leverage dan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Fitur SPayLater dengan Kompensasi Bonus sebagai Variabel Moderating*. *Riset & Jurnal Akuntansi*.
- Agustia & Suryani. (2018). *Pengaruh Risiko, Umur Responden/mahasiswa, Leverage, dan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Fitur SPayLater (Studi pada Responden/mahasiswa Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)*. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 10(1), 2018, 63-74
- Anggraeni, M. D. P., & Sulhan, M. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Leverage Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 11(1), 100–112.
- Bagaskara, R. S., & Titisari, K. H. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan, leverage, Risiko dan kepemilikan manajerial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *FORUM EKONOMI*, 23 (1) 2021, 29-38.
- Darmawan, A., Putragita, Y., Purnadi, P., & Sunardi, S. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Leverage Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Dan Risiko Sebagai Variabel Kontrol*. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 83. <https://doi.org/10.32502/jab.v5i1.2461>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyani, E. (2017). *Pengaruh Risiko dan Literasi Keuangan Terhadap Nilai Responden/mahasiswa*. *Akuntabilitas*, 10(2), 333–348. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Joe, S., & Ginting, S. (2022). *Pengaruh Risiko, Leverage, dan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Fitur SPayLater*. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*.

- Kartika, A. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan, struktur aset, pertumbuhan penjualan dan Risiko terhadap struktur modal responden/mahasiswa manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Infokam*, 49–58.
- Kodriyah, K., & Putri, R. F. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Kecakapan Manajerial Terhadap Penggunaan Fitur SPayLater. *Jurnal Akuntansi: Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.930>
- Kosimpang, A. D., Andini, R., & Oemar, A. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Variabel Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2012-2016. *Jurnal Universitas Pandanaran*, 1–15.
- Lana, T. M., Ponto, H. R., & Rasyid, A. (2017). *Pengaruh Kecakapan Manajerial, Rasio Leverage, Dan Risiko*. 5(September), 8–19.
- Lestari, K. C., & Wulandari, S. O. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1). <https://doi.org/10.22219/jaa.v2i1.787>
- Nurminda, A., Isyuardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Leverage, dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Responden/mahasiswa Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *E-Proceeding of Management*, 4(1), 542–549.
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh Literasi Keuangan, Leverage Dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Equity*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.34209/v>

