

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah perkembangan zaman yang begitu cepat, kebutuhan manusia untuk memenuhi berbagai aspek kehidupan juga mengalami transformasi yang signifikan. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan berbelanja. Masyarakat kini lebih mengutamakan efisiensi dan kenyamanan dalam setiap aktivitas, termasuk dalam berbelanja. Dengan adanya internet, akses terhadap berbagai produk dan layanan menjadi lebih mudah, yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan tanpa harus keluar rumah. Salah satunya platform yang berhasil menjawab kebutuhan ini adalah *e-commerce* Shopee, yang telah menjadi salah satu *e-commerce* di Indonesia.

Dalam kemajuan digital yang terus berkembang, kemudahan membeli keperluan melalui *e-commerce* menggunakan fitur Shopee Paylater telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, sehingga manusia memiliki minat membeli dan mengonsumsi produk yang beragam. Platform *e-commerce* telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia, Shopee sebagai salah satu *e-commerce* yang menduduki peringkat pertama dengan pengunjung terbanyak di Indonesia. Shopee memiliki kunjungan terbanyak dengan jumlah 2,3 miliar melampaui *e-commerce* Tokopedia, Lazada, Blibli dan Bukalapak (Ahdiat, 2024).

Shopee didefinisikan sebagai salah satu *e-commerce* terdepan di Asia tenggara dan Taiwan. Yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan belanja secara *online* yang memiliki berbagai macam fitur pembayaran, salah satunya fitur Shopee Paylater (Shopee Karier, n.d.). Fenomena tersebut membuat pola perilaku berbelanja semakin beragam. Jika sebelumnya masyarakat Indonesia dapat berbelanja di *e-commerce* wajib membayar terlebih dahulu barang yang

mereka ingin beli, kini masyarakat dapat membeli barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari dengan menggunakan fitur Shopee Paylater (Setiawan, 2024).

Berdasarkan produk *fintech* terpopuler di Indonesia, fitur bayar nanti atau Shopee Paylater berada di posisi kedua setelah uang digital dengan persentase 72,5% (Pahlevi. 2021). Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang menerapkan pembayaran Shopee Paylater pada transaksi pembelian produk di *e-commerce* shopee untuk memudahkan masyarakat guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Terdapat sepuluh provinsi dengan jumlah pengguna Shopee Paylater terbanyak berdasarkan jenis transaksi *online*, yaitu Jawa Barat sebesar 34,5%, DKI Jakarta 18,9%, Banten 11,8%, Jawa Timur 11,2%, Jawa Tengah 5,9%, Sumatera Utara 2,8%, Sumatera Selatan 1,9%, Bali 1,3% dan Riau 1,1% (Santika. 2024). Shopee Paylater didefinisikan sebagai fitur pembayaran pada pembelian produk atau barang dengan mengaktifkan akun dan mendaftarkan limit kredit dengan memilih limit cicilan yang diinginkan dengan pengantian pembayaran setiap bulan beserta bunga atau pajak yang sudah ditetapkan (Setiawan, 2024).

Dengan adanya Shopee Paylater masyarakat dapat berbelanja produk, membayar tagihan, dan melakukan transaksi *online* atau *offline* hingga cicilan 12 bulan dengan ketentuan biaya cicilan mulai dari 2,95% biaya penanganan 1% dan biaya keterlambatan 5% (Setiawan, 2024). Berdasarkan survei kolaborasi Kredivo bersama Kata data *Insight*, dari 6.403 orang Indonesia, mayoritas atau 60,9% menggunakan layanan *paylater* dengan dana di atas Rp.500 ribu pada tahun dengan jumlah persentase sebanyak 28,5%, lalu Rp.1juta-2,5juta dengan sumlah persentase 20,2%, dan di atas Rp.2,5 juta meningkat dengan persentase sebesar 12,2 % (Annur, 2023). Menurut *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending dan Paylater Adoption edisi Oktober 2023*, metode pembayaran Shopee Paylater yang memiliki *brand awareness* tertinggi adalah Shopee Paylater yang diketahui oleh 89% partisipan, sebagai *e-commerce* paling populer dibanding platform

GoPay Later, Kredivo, Akulaku Paylater, Traveloka Paylater, Home Credit, Indodana PayLater dan Atome. Shopee Paylater juga paling banyak digunakan, dari 45% partisipan yang pernah menggunakan *paylater*, 77% di antaranya mengatakan pernah menikmati layanan Shopee Paylater. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa Shopee sebagai salah satu platform *e-commerce* yang beroperasi di Indonesia yang menawarkan kemudahan akses dalam metode pembayaran, termasuk fitur metode pembayaran Shopee Paylater (Muhamad, 2023). Terdapat 45,9% pada metode *paylater* terhadap pembayaran dalam berbelanja *online* di *e-commerce*, yang menjadikan Shopee Paylater menjadi metode pembayaran urutan ke empat dari tujuh metode pembayaran yaitu, metode pembayaran *e-wallet* sebanyak 84,3%, tunai atau *COD* 61,4%, transfer bank 47,8%, Shopee Paylater 45,9%, Alfamaret atau Indomaret 28,7%, kartu debit 15,9 %, dan kartu kredit 6,6% (Muhamad, 2023).

Dari fenomena yang terjadi terdapat berbagai dampak negatif yang timbul akibat penggunaan Shopee Paylater. Menurut Pradika (2023), terdapat lima dampak buruk dari penggunaan *paylater* yaitu, berpotensi terjebak dalam hutang, menimbulkan ketergantungan, menyebabkan stres finansial, mengurangi nilai kredit, dan memiliki manajemen keuangan yang buruk. Menurut Alvida Dzattadini et al. (2024), penggunaan *paylater* secara berlebihan dalam perilaku pembelian impulsif dikarenakan kemudahan akses *paylater* dapat mendorong perilaku pembelian impulsif yang tidak direncanakan serta membawa dampak negatif bagi gaya hidup dan keuangan masyarakat.

Verplanken dan Herabadi (2001) menyatakan *impulsive buying* atau yang biasa di kenal perilaku pembelian impulsif mengacu pada perilaku membeli barang atau jasa secara spontan yang di lakukan tanpa adanya perencanaan. Perilaku pembelian impulsif didefinisikan sebagai sebuah perilaku membeli yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kognitif dan afektif (Verplanken & Herabadi, 2001). Metode pembayaran *paylater* memfasilitasi perilaku pembelian impulsif dengan menyajikan akses instan

kepada konsumen tanpa memikirkan risiko jangka panjang (Sari, 2020). Menurut Muhamad (2024), jumlah pengguna *paylater* di Indonesia terdapat 43,9% pengguna *paylater* pada generasi milenial, disusul oleh generasi gen Z yang terdapat 26,5% pengguna *paylater*. Data tersebut diperoleh dari data transaksi *online* dari lima *e-commerce* yang beroperasi di Indonesia.

Perilaku pembelian impulsif merupakan fenomena yang umum terjadi di kalangan konsumen, di mana keputusan untuk membeli suatu barang diambil secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan. Menurut Verplanken dan Herabadi (2001), karakteristik perilaku pembelian impulsif sering kali dipicu oleh faktor emosional dan situasional, seperti iklan yang menarik, suasana hati yang baik, atau bahkan tekanan sosial. Shopee Paylater semakin memperburuk kecenderungan ini, karena konsumen dapat dengan mudah melakukan pembelian tanpa adanya pertimbangan jangka panjang, hal ini menunjukkan pentingnya perilaku kontrol diri dalam mengatur perilaku pembelian impulsif dalam menentukan keputusan pembelian tetap terkendali demi mencegah dampak negatif di masa depan.

Self-control atau perilaku kontrol diri diduga memiliki peran penting dalam mengendalikan perilaku pembelian impulsif, terutama dalam konteks konsumen yang sering menggunakan layanan fitur seperti Shopee Paylater. Perilaku kontrol diri didefinisikan sebagai sebuah perilaku yang memiliki kemampuan untuk mengatur dan mengendalikan perilaku, emosi, dan pikiran individu untuk mencapai tujuan jangka panjang yang melibatkan proses pengendalian dorongan, impulsif dan kemampuan untuk menunda keputusan demi mencapai hasil yang lebih baik di masa depan (De Ridder et al., 2012).

Menurut Putri dan Magistarina (2023), perilaku kontrol diri dapat menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan bagaimana seseorang mengendalikan keinginannya untuk membeli barang atau produk sesuai dengan perencanaan yang matang dan sesuai dengan kebutuhan. Perilaku kontrol diri memainkan salah satu peran penting dalam pengelolaan keuangan individu. Menurut Putri et al. (2024), individu yang memiliki perilaku kontrol diri yang

tinggi mampu membuat keputusan yang pasti dalam menentukan langkah apa yang akan dilakukan ketika melakukan belanja *online*, terdapat 17,7% partisipan yang memiliki perilaku kontrol diri yang sedang dan 44,3% yang memiliki perilaku kontrol diri yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku kontrol diri yang dimiliki individu maka semakin rendah terjadinya perilaku pembelian impulsif. Menurut Putri dan Magistarina (2023), terdapat 351 partisipan yang memenuhi kriteria dari katagori 18-25 tahun dan berdomisili di Kota Padang, terdapat 75,5% memiliki perilaku kontrol diri sedang dan 18,2% berada ditingkat tinggi, yang menunjukkan hasil penelitian bahwa perilaku kontrol diri dapat memoderator secara tidak langsung pada perilaku pembelian impulsif.

Menurut Ardiva et al. (2024), setiap individu memiliki kebiasaan belanja di platform *e-commerce*, penawaran seperti *flash sale* dan diskon dapat sangat efektif dalam meningkatkan aktivitas belanja *online* di *e-commerce* yang menyebabkan perilaku pembelian impulsif yang tidak terkontrol. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi penawaran dan promosi yang disajikan maka semakin sulit bagi individu untuk mengontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif

Hubungan antara perilaku kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif juga memiliki hubungan yang signifikan, hal ini dibuktikan oleh beberapa penelitian. Menurut Muzammil et al. (2023), dalam penelitian hubungan antara perilaku kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif menunjukkan bahwa hasil analisis data pada penelitian perilaku kontrol diri dengan perilaku pembelian impulsif memiliki hubungan yang signifikan terhadap dewasa awal. Hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* sebesar 0,865 yang dapat diartikan, semakin tinggi perilaku kontrol diri seseorang, maka semakin rendah perilaku pembelian impulsif seseorang. Menurut Putri et al. (2024), menyatakan terdapat hubungan antara perilaku kontrol diri dengan perilaku pembelian impulsif pada karyawan pengguna *online shop*.

Perilaku pembelian impulsif pada pengguna Shopee Paylater menjadi topik yang sangat perlu untuk diteliti mengingat masyarakat dari tahun-ketahun sering menggunakan Shopee Paylater sebagai alternatif instan untuk bertransaksi. Dengan demikian, peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang “Hubungan Perilaku Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pengguna Shopee Paylater” Dengan fokus pada penerapan metode kuantitatif guna mencari tahu apakah terdapat hubungan dalam variabel perilaku kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna fitur pembayaran Shopee Paylater.

2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka adapun identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu:

- a. Shopee Paylater digunakan oleh berbagai kelompok usia, dari remaja hingga dewasa.
- b. Shopee Paylater memudahkan transaksi, mendorong pembelian tanpa pembayaran di muka.
- c. Pengguna, terutama yang lebih muda, cenderung memiliki tingkat perilaku kontrol diri yang rendah saat berbelanja.
- d. Perilaku kontrol diri diduga dapat mengurangi perilaku pembelian impulsif di kalangan pengguna Shopee Paylater.
- e. Perilaku pembelian impulsif pada pengguna Shopee Paylater cenderung mengakibatkan kerugian finansial, serta berpotensi menyebabkan kesulitan dalam membayar tagihan sesuai dengan jatuh tempo.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini membatasi pembahasan masalah, hal ini dilakukan agar penelitian ini dapat lebih fokus dalam permasalahan yang diteliti, berdasarkan hal tersebut batasan masalah pada penelitian ini adalah hubungan perilaku

kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna fitur pembayaran Shopee Paylater.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini memfokuskan rumusan masalah penelitian yaitu “Apakah terdapat hubungan perilaku kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna Shopee Paylater?”

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam dan empiris mengenai hubungan perilaku kontrol diri pada pengguna Paylater terhadap perilaku pembelian impulsif.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta literatur penuh mengenai hubungan perilaku kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif, terutama fokus dalam konteks fitur pembayaran Shopee Paylater.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi subjek, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan penuh mengenai hubungan perilaku kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna fitur pembayaran Shopee Paylater.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dalam mengenai hubungan perilaku kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna fitur Shopee

Paylater, sehingga pengguna dapat lebih bijak dalam menggunakan Shopee Paylater sesuai kebutuhan dan mengurangi perilaku pembelian impulsif yang dapat berdampak negatif.

- c. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat dalam mengkaji lebih dalam hubungan perilaku kontrol diri terhadap perilaku impulsif

