

**PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN DALAM PENGGUNAAN  
PINJAMAN ONLINE PADA E-COMMERCE SHOPEE PAYLATER  
(Studi pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam  
Samarinda)**



**OLEH :**  
**SILVIA ANANDA**  
**NPM: 2162201121**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIDYAGAMA MAHAKAM SAMARINDA  
2025**



# UNIVERSITAS WIDYA GAMA MAHAKAM SAMARINDA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI (KOMPREHENSIF)

Panitia Ujian Skripsi (Komprehensif) Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Program Studi Akuntansi, telah melaksanakan Ujian Skripsi (Komprehensif) pada hari ini tanggal 26 Juni 2025 bertempat di Kampus Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

- Mengingat** :
1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional.
  2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
  3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi.
  4. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan tentang Status, Peningkat dan Hasil Akreditasi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor : 146/SK/BAN-PT/AK-ISKPT/VI/2022, Terakreditasi Baik Sekali
  5. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan tentang Status, Peningkat dan Hasil Akreditasi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor : 7742/SK/BAN-PT/AK.KP/SIX/2022, Terakreditasi Baik.
  6. Surat Keputusan Yayasan Pembina Pendidikan Mahakam Samarinda No.22.a/SK/YPPW/VI/2017 tentang Pengesahan Status Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
  7. Surat Keputusan Rektor Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor 424.237/H8/UWGM-AK/02012 Tentang Pedoman Penunjukkan Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi peserta didik.
- Memperhatikan** :
1. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi tentang Penunjukkan Dosen Pembimbing Mahasiswa dalam Penelitian dan Penyusunan Skripsi;
  2. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi tentang Penunjukkan Tim Penguji Ujian Skripsi (Komprehensif) Mahasiswa;
  3. Hasil Rekapitulasi Nilai Ujian Skripsi (Komprehensif) mahasiswa yang bersangkutan;

| No. | Nama Penguji                                     | Tanda Tangan | Keterangan |
|-----|--|--------------|------------|
| 1.  | Dr. Dr. Martinus Robert Hutauruk, SE, MM, Ak, CA | 1.           | Ketua      |
| 2.  | Siti Rohmah, SE, M.Ak                            | 2.           | Anggota    |
| 3.  | Umar Hi Salim, SE, MM                            | 3.           | Anggota    |

### MEMUTUSKAN

Nama Mahasiswa : SILVIA ANANDA  
 NPM : 21.111007.62201.121  
 Judul Skripsi : Pemahaman literasi keuangan dalam penggunaan pinjaman online pada E-Commerce Shopee Paylater (Studi pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda)  
 Nilai Angka/Huruf : 80,35/A

- Catatan :
1. LULUS / TIDAK LULUS
  2. REVISI / TIDAK REVISI

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Martinus Robert Hutauruk, SE, MM, Ak, CA

Siti Rohmah, SE, M.Ak

: (0541) 4121117

: (0541) 736572

: uwigama@uwgm.ac.id

te : uwgm.ac.id

Kampus unggul, widyakewirausahaan, gemilang, dan mulia.

Kampus Biru UWGM

Rektorat - Gedung B

Jl. K.H. Wahid Hasyim, No 28 Rt.08

Samarinda 75119

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul :PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN DALAM  
PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE PADA E-  
COMMERCE SHOPEE PAYLATER (Studi pada  
Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama  
Mahakam Samarinda)

Diajukan Oleh : Silvia Ananda  
NPM : 2162201121  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan/Prog. Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Martinus Robert H., SE, Ak, MM  
NIDN.1120037001

Pembimbing II,



Siti Rohmah, SE, M. Ak  
NIDN. 1104058402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Widyagama Mahakam Samarinda,



  
Dekan, Astin Yulidar Abbas, S.E., M.M.  
NIP. 19730704 200501 1 002

Lulus Ujian Komprehensif Tanggal : 26 Juni 2025

HALAMAN PENGUJI

SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS PADA :

Hari : Kamis  
Tanggal : 26 Juni 2025

Dosen Penguji,

1. Dr. Martinus Robert H., SE,Ak, MM

1. 

2. Siti Rohmah, SE, M. Ak

2. 

3. Umar Hi Salim, SE, MM

3. 

## LEMBAR PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa :

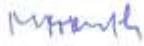


Nama : Silvia Ananda

NPM : 2162201121

Telah melakukan revisi yang berjudul :

**PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN DALAM PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE PADA E-COMMERCE SHOPEE PAYLATER (Studi pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda)**

Sebagaimana telah disarankan oleh dosen penguji, sebagai berikut :

| No | Dose Penguji                       | Bagian yang di revisi   | Tanda Tangan  |
|----|------------------------------------|---|---|
| 1  | Dr.Martinus Robret.H,<br>SE.,AK.MM | 1. Ringkasan Peneliti ?<br>2. Triangulasi data ?<br>3. Berikan argument yang kuat atas pengambilan sampel responden !<br>4. Perhatikan saran penguji<br>5. Permasalahan diperjelas/diperdalam |  |
| 2  | Siti Rohmah, SE., M.Ak             |   |  |
| 3  | Umar Hi Salim,SE. MM               | 1. Tujuan peneliti di perbaiki<br>2. Analisis dan pembahasan di perbaiki<br>3. Kesimpulan di perbaiki   |  |

## RIWAYAT HIDUP



**Silvia Ananda**, lahir di Sebulu, 13 Oktober 2001. Ayahanda bernama Sutrisno dan Ibunda bernama Fitriyah. Penulis merupakan anak pertama dalam status kandung dari dua bersaudara. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis memulai pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 018 Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur. Setelah menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar selama 6 tahun (2008-2014), penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengan Pertama di SMP Negeri 02 Sebulu, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur. Setelah menyelesaikan pendidikan SMPN selama 3 tahun (2014-2017), penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 02 Sebulu, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur. Kemudian setelah 3 tahun (2017-2020) menyelesaikan pendidikan SMA, penulis melanjutkan pendidikan Stara 1 (S1) di Universitas Widyagama Mahakam Samarinda, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, dengan mengambil Program Studi Akuntansi, Konsentrasi Keuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Samarinda, 1 Juli 2025

Silvia Ananda

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala karunia dan rahmatNya, serta junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai panutan kita sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater (Studi pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyagama Mahakam Samarinda. Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari peran dan bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Secara khusus ungkapan terima kasih dan penghargaan spesial penulis haturkan dengan rendah hati dan rasa hormat kepada orang tua penulis yang tercinta, Ayahanda Sutrisno, Ibunda Fitriyah, kakek Solihin serta adik tercinta penulis Arya Dwika Ananda yang selalu memberikan dukungan, motivasi, finansial, kasih sayang serta doa yang tak kunjung putus kepada penulis yang membuat setiap langkah penulis di penuhi dengan keberkahan dan keridhoan dalam menuntun ilmu. Terima kasih kepada orang tua penulis telah membiayai seluruh kebutuhan penulis hingga lulus.
2. Bapak Prof. Dr. Husaini Usman, M.Pd., M.T., selaku Rektor Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
3. Bapak Dr. M. Astri Yulidar Abbas, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

4. Ibu Erni Setiawan, S.E., M.E., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
5. Ibu Siti Rohmah, S.E., M.Ak., selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda dan selaku Dosen Pembimbing II saya yang juga selalu sabar memberikan bimbingan, motivasi dan koreksi dalam penulisan skripsi.
6. Bapak Dr. Martinus Robert Hutauruk, SE, Ak, MM, CPA selaku Dosen Pembimbing 1 yang sabar meluangkan waktu memberikan bimbingan, motivasi dan koreksi dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan bermanfaat.
8. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyagama Mahakam Samarinda.
9. Teman-teman seperjuangan, teman yang selalu satu kelas dari semester awal hingga semester akhir, teman-teman penulis dari Sebulu sp. Terima kasih atas pertemuan, kesenangan, dan pertemanannya selama ini.
10. Kepada penulis atau diri sendiri terima kasih telah kuat, terima kasih telah mau bersabar dan mau berjuang sampai ketahap ini, terima kasih telah sayang kepada diri sendiri, dan selalu berpikir positif, terima kasih untuk selalu berdoa kepada Allah agar dipermudahkan untuk sampai ke tahap ini.

Samarinda, 13 Juni 2025  
Peneliti,

Silvia Ananda  
2162201121

## DAFTAR ISI

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>  | <b>i</b>                            |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>vi</b>                           |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>ix</b>                           |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>xi</b>                           |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>xii</b>                          |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>  | <b>xiii</b>                         |
| 1.1. Latar Belakang .....   | 1                                   |
| 1.2. Rumusan Masalah.....   | 9                                   |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....  | 9                                   |
| 1.4. Batasan Masalah .....  | 9                                   |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....   | 10                                  |
| 1.6. Sistematika Penulisan .....  | 11                                  |
| <b>BAB II DASAR TEORI.....</b>  | <b>13</b>                           |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....  | 13                                  |
| 2.2 Dasar Teori.....  | 16                                  |
| 2.2.1 Teori Perilaku Terencana<br>( <i>Theory of Planned Behavior Theory, TPB</i> ) ..... | 16                                  |
| 2.3 Definisi Literasi Keuangan .....  | 16                                  |
| 2.3.1 Otoritas Jasa Keuangan (OJK).....   | 17                                  |
| 2.4 Pinjaman Online.....  | 19                                  |
| 2.4.1 Pengertian Pinjaman Online ( <i>Fintech Lending</i> ) .....                         | 19                                  |
| 2.5 Perilaku Konsumtif .....  | 26                                  |
| 2.5.1 Definisi Perilaku Konsumtif .....   | 26                                  |
| 2.5.2 Pengaruh Media Sosial terhadap perilaku konsumen.....                               | 33                                  |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>  | <b>36</b>                           |
| 3.1 Metode Penelitian .....   | 36                                  |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 3.2  | Definisi Operasional .....                              | 37        |
| 3.3  | Waktu Penelitian.....                                   | 37        |
| 3.4  | Informan.....   | 37        |
| 3.5  | Tehnik Pengumpulan Data.....                            | 38        |
| 3.6  | Metode Analisa .....                                    | 39        |
| <b>BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN.....</b>       |   | <b>42</b> |
| 4.1  | Objek Penelitian .....                                  | 42        |
| 4.1.1  | Mahasiswa Universitas Widyagama Mahakam Samarinda ..... | 42        |
| 4.1.2  | Kriteria Responden.....                                 | 43        |
| <b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> |   | <b>45</b> |
| 5.1  | Hasil Penelitian.....                                   | 45        |
| 5.2  | Pembahasan .....  | 73        |
| <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>           |   | <b>88</b> |
| 6.1  | Kesimpulan.....   | 88        |
| 6.2  | Saran.....  | 89        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                         |   | <b>92</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu ..... | 13 |
|---------------------------------------|----|

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1Pengunjung <i>e – commerce</i> terbanyak di Indonesia 2023 ..... | 2  |
| Gambar 1. 2 Total Unduhan Google Play Store .....                           | 3  |
| Gambar 2. 1Kerangka Konseptual .....  | 34 |
| Gambar 5. 1 Hasil Survey .....  | 46 |
| Gambar 5. 2 Hasil Survey .....  | 46 |
| Gambar 5. 3 Hasil Survey .....  | 47 |
| Gambar 5. 4 Hasil Survey .....  | 47 |
| Gambar 5. 5 Hasil Survey .....  | 48 |
| Gambar 5. 6 Hasil Survey .....  | 50 |
| Gambar 5. 7 Hasil Survey .....  | 50 |
| Gambar 5. 8 Hasil Survey .....  | 51 |
| Gambar 5. 9 Hasil Survey .....  | 52 |
| Gambar 5. 10 Hasil Survey .....   | 52 |
| Gambar 5. 11 Hasil Survey .....   | 54 |
| Gambar 5. 12 Hasil Survey .....   | 54 |
| Gambar 5. 13 Hasil Survey .....   | 56 |
| Gambar 5. 14 Hasil Survey .....   | 56 |
| Gambar 5. 15 Hasil Survey .....   | 57 |
| Gambar 5. 16 Hasil Survey .....   | 58 |
| Gambar 5. 17 Hasil Survey .....   | 59 |
| Gambar 5. 18 Hasil Survey .....   | 59 |
| Gambar 5. 19 Hasil Survey .....   | 61 |
| Gambar 5. 20 Hasil Survey .....   | 61 |
| Gambar 5. 21 Hasil Survey .....   | 62 |

## ABSTRAK

Silvia Ananda (2025), “Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online pada *E-Commerce* Shopee Paylater (Studi pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda)”. Dengan Dosen Pembimbing I, Bapak Dr. Martinus Robert H., SE, Ak, MM dan Dosen Pembimbing II, Ibu Siti Rohmah, SE, M.Ak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman literasi keuangan dan faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan pinjaman online, serta sejauh mana pengetahuan mereka tentang risiko dan pengelolaan keuangan pribadi berkaitan dengan penggunaan fitur pembayaran tunda seperti Shopee PayLater. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi antara pendekatan kuantitatif melalui survei kuesioner dan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan beberapa informan terpilih.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memahami sistem Shopee PayLater, termasuk bunga dan denda. Mereka tertarik karena kemudahan cicilan, namun cenderung menggunakannya untuk keinginan, bukan kebutuhan. Pengaruh teman, media sosial, dan kemudahan akses turut mendorong penggunaan. Oleh karena itu, literasi keuangan perlu ditingkatkan agar penggunaan layanan ini lebih bijak dan bertanggung jawab.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, Shopee PayLater, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif, Pinjaman Online

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital semakin besar dan pesat. Di bidang ekonomi, pekerjaan, perdagangan, industri, pendidikan dan hiburan, penerapan teknologi digital di semua aspek kini menjadi lini kehidupan. Hal ini mendorong penggunaan teknologi digital terus berinovasi dan bertransformasi serta semakin canggih, dan dengan kecanggihannya memberikan banyak kemudahan bagi kehidupan masyarakat. Kemudahan tersebut juga dirasakan oleh aktivitas masyarakat yang bergantung pada teknologi digital, yang hampir seluruh aktivitas masyarakat menggunakan teknologi digital terutama dalam ekonomi. Beberapa contoh bisnis dalam ekonomi digital yaitu pemasaran dan pengembangan berbasis online/internet, aplikasi berbasis website dan smartphone, permainan digital atau games, edukasi digital, e-commerce, marketplace, financial technology (fintech), dan masih banyak lagi.

Teknologi digital yang populer saat ini yaitu layanan internet yang dimanfaatkan untuk jual beli yang sering disebut dengan nama e-commerce. E-commerce merupakan wadah baru dalam berbelanja atau berbisnis secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dan dapat memangkas biaya operasional kegiatan trading (perdagangan) (Iswiyanti, 2021). Dengan e-commerce telah banyak merubah dalam proses jual-beli. Jika dalam suatu jual-beli penjual dan pembeli bertemu, namun jika dengan e-commerce tidak perlu bertemu, mereka berinteraksi melalui internet maupun komunikasi melalui

telepon. Dalam proses ini kepercayaanlah yang menjadi modal utama, karena tanpa kepercayaan kedua belah pihak, maka proses jualbeli e-commerce tidak bisa terjadi dan terlaksana. Dengan perkembangan yang semakin pesat, maka banyak toko online/e-commerce bermunculan, baik dengan memanfaatkan blog, social media, website maupun marketplace.



**Gambar 1.1** Pengunjung *e-commerce* terbanyak di Indonesia 2023

**Sumber:** databoks

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwasannya Shopee tercatat sebagai platform belanja online nomor 1 di Indonesia dengan jumlah total 100 juta unduhan terbanyak di *Google Play Store*. Pengunjung *e-commerce* terbanyak di Indonesia pada tahun 2023 sebanyak 158 juta, urutan ke 2 Tokopedia dengan pengunjung terbanyak 117 juta, Lazada 83,2 juta, Blibli 25,4 juta, Bukalapak 18,1 juta. Shopee hadir dengan memberikan penawaran – penawaran yang menarik bagi konsumen yaitu dengan banyak promo – promo metode pembayaran yang memudahkan konsumen, gratis ongkir, harga barang yang lebih mudah, dan memberikan fitur layanan baru seperti ShopeePaylater dan Spinjam. Pemanfaatan fintech semakin diminati, terutama ketika muncul layanna cicilan tanpa credit card atau kartu kredit yang dibuat secara memikat.



**Gambar 1. 2 Total Unduhan Google Play Store**

**Sumber: *Google Play Store***

Kehadiran platform Shopee ini memberikan banyaknya penawaran – penawaran yang menarik bagi konsumen yaitu banyaknya promo – promo, gratis ongkir, harga yang lebih murah, ditambahkan dengan adanya fitur terbaru dari Shopee yaitu Shopee Paylater dan Spinjam yang memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran dan peminjaman uang. Dengan adanya ini tentu akan mendorong pembelian produk yang akan menjadikan masyarakat lebih bersikap konsumtif, mereka akan rela menghabiskan uang hanya demi memenuhi hasrat keinginan melainkan bukan kebutuhan mereka. Menurut Sumartono, gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan yang menggunakan suatu produk secara tidak tuntas yang artinya seseorang telah menggunakan produk dengan fungsi yang sama namun berbeda merk brand saja. Perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah, berlebihan dalam penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar – besarnya. Budaya konsumtif merupakan salah satu budaya turun temurun dan secara tidak sadar telah bertahan di Indonesia. Meskipun tidak semua masyarakat berperilaku

konsumtif, tetapi mayoritas dari masyarakat berperilaku demikian. Karakteristik perilaku konsumtif serta perkembangan teknologi sangat melekat pada generasi saat ini, sehingga dianggap paling mudah terpengaruh oleh pola konsumsi yang berlebihan.

Jual beli online melalui marketplace menjadi layanan yang sangat diminati di kalangan masyarakat khususnya mahasiswa, marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Wahyuni dan Mutaqin S, 2019). Marketplace merupakan media online berbasis internet tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier dengan kriteria yang diinginkan sehingga dapat memperoleh harga yang sesuai dengan pasar, sedangkan bagi penjual (supplier) dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan mereka.

Fungsi marketplace sama dengan pasar tradisional, namun marketplace lebih menggunakan bantuan sebuah jaringan dalam jual beli yang lebih efisien. Pada umumnya ada dua jenis marketplace yaitu marketplace murni yang hanya menyediakan lapak untuk berjualan beserta fasilitas pembayaran seperti Tokopedia, Bukalapak, Elevenia, Blanja, BliBli dan marketplace dari luar negeri yang populer di Indonesia adalah Shopee (Singapura), Lazada (Singapura), JD.ID (Tiongkok), Amazon (Amerika Serikat), dan Rakuten (Jepang) dan marketplace konsinyasi dengan sistem titip barang seperti Zalora dan Berrybenka. Hasil riset pasar dunia Ipsos terkait persaingan dalam industri e-commerce yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia pada urutan paling atas yaitu shopee

disusul oleh Tokopedia urutan kedua dan Lazada di urutan ketiga (Darmawan, 2022). Berdasarkan umur pengguna shopee disukai oleh anak muda yang berumur 19-24 tahun, Tokopedia lebih disukai kelompok umur 35 tahun keatas dan Lazada lebih disukai kelompok umur kurang dari 19 tahun (Catriana, 2020). Pada umur 19-24 tahun tersebut merupakan rata-rata umur pada mahasiswa, oleh karena itu banyaknya pengguna shopee di kalangan mahasiswa, peneliti memilih shopee untuk objek penelitian. Shopee merupakan aplikasi mobile sebagai wadah belanja online yang lebih fokus pada platform mobile sehingga masyarakat dapat lebih mudah untuk berbelanja melalui ponsel saja. Platform ini menawarkan berbagai macam produk dengan metode pembayaran yang praktis (Kurnia, 2021)

Platform yang menarik dari shopee salah satunya yaitu Shopee PayLater. Shopee Paylater yang disediakan oleh PT Lentera Dana Nusantara merupakan metode pembayaran menggunakan talangan dari perusahaan aplikasi terkait, kemudian pengguna membayar tagihan ke perusahaan aplikasi. Shopee Paylater mempunyai kelebihan yaitu menawarkan produk pinjaman dana dengan pinjaman awal nol persen, sedangkan kekurangan Shopee Paylater yaitu tidak ada toleransi keterlambatan pembayaran, jika sudah terkena keterlambatan dalam pembayaran maka diharuskan untuk membayar denda. Besaran bunga Shopee Paylater sendiri antara 0% hingga 2,95% per bulannya. Ketentuan besaran bunga tersebut adalah cicilan 20 hari bunganya 0%, cicilan Shopee Paylater 2-3 bulan dikenakan bunga 2,95% per bulan (Isparwati, 2021).

Kehadiran pinjaman online sebagai salah satu bentuk financial technology (fintech) merupakan imbas dari kemajuan teknologi yang banyak menawarkan

pinjaman dengan syarat yang lebih mudah dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional seperti bank. Penggunaan internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 202,6 juta jiwa, tingkat penetrasi mencapai 73,7%. Jumlah tersebut meningkat 15,5% atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 (Riyanto, 2021). Berdasarkan data tersebut, maka tidak diherankan apabila pertumbuhan pinjaman online di Indonesia semakin pesat. Hal ini juga dapat ditunjukkan dari data di OJK (Otoritas Jasa Keuangan) bahwa perusahaan sampai dengan 6 Oktober 2021, total jumlah penyelenggara fintech lending berizin dan terdaftar sebanyak 106 penyelenggara. Banyaknya perusahaan pinjaman online tersebut menjadikan masyarakat semakin tergiur dengan program yang ditawarkan walaupun bunga pinjaman online tersebut lebih tinggi dibandingkan bank. Hal ini menimbulkan permasalahan bagi pengguna layanan pinjaman online terutama pada saat penagihan pembayaran.

Literasi keuangan menjadi penunjang stabilitas ekonomi dan keuangan dalam individu maupun ekonomi global yang sangat penting. Hingga tahun 2020 kepedulian masyarakat dunia dalam meningkatkan literasi keuangan meningkat seiring dengan berkembangnya pasar keuangan (Lubis, 2020), oleh karena itu dalam meningkatkan literasi keuangan dibutuhkan kemampuan finansial sebagai modal utama untuk meningkatkan kemampuan dan keamanan ekonomi pada diri seseorang. Salah satu penyebab kegagalan finansial dalam mengelola keuangan disebabkan karena rendahnya pemahaman tentang literasi keuangan. Munculnya korelasi antara tingkat pemahaman pengelolaan keuangan yang baik dengan tingkat literasi keuangan.

Tujuan literasi keuangan adalah meningkatkan kualitas seseorang dalam berpikir dan mengambil keputusan untuk mencapai kesejahteraan pada keuangan. Dilansir dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) yang dikeluarkan oleh OJK tahun 2017, survey yang dilakukan OJK tahun 2013 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang memiliki pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang dalam menggunakan produk dan jasa keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Hal ini juga tercatat pada hasil survei OJK tahun 2019 yang menyatakan bahwa indeks literasi keuangan mencapai 38,03%, artinya dari 100 orang hanya sekitar 38 orang yang memiliki pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan yang menandai mengenai produk layanan keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) yang dikeluarkan oleh OJK tahun 2017, kebijakan konvensional tentang advokasi literasi keuangan dimulai dari masa sekolah. Namun hal ini dirasa kurang tepat sasaran, masa di Perguruan Tinggi merupakan waktu terbaik untuk memulai belajar secara mendalam mengenai keuangan. Oleh karena itu peranan perguruan tinggi sebagai pembentuk literasi keuangan mahasiswa sangat penting karena berkaitan dengan masalah keuangan dan dapat dijadikan sebagai sumber bagi mahasiswa untuk mengambil keputusan keuangan selama menjadi mahasiswa dan menghadapi dunia kerja yang akan mendatang, selain itu pentingnya literasi keuangan mahasiswa untuk meningkatkan literasi keuangan dari awalnya less literate atau not literate menjadi well literate dengan begitu mahasiswa dapat menerapkan dan

mampu mengambil keputusan dengan tepat sekaligus mempertanggung jawabkan atas keputusan yang dibuat.

Permasalahan-permasalahan keuangan yang sering timbul pada mahasiswa adalah mereka belum memiliki pendapatan, sebagian dari mahasiswa masih bergantung kepada orang tua. Selain itu, sikap boros dari mahasiswa merupakan permasalahan yang sering dihadapi. Dan kehidupan mahasiswa tidaklah mudah, kebutuhan mahasiswa tidak sedikit dengan otomatis kebutuhan mahasiswa semakin beragam mulai dari kebutuhan mendasar atau kebutuhan gaya hidup. Mahasiswa tentu mengalami krisisnya akhir bulan. Shopee paylater salah satu menjadi penyelamat karena fitur ini membantu mahasiswa yang tidak memiliki uang cukup pada akhir bulan untuk bisa memenuhi kebutuhannya, tetapi tidak menutup kemungkinan fitur ini menjadi boomerang bagi penggunanya, karena kemudahan shopee paylater sebagai pilihan metode pembayaran di shopee berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Penggunaan yang berlebihan menimbulkan tumpukan utang karena membeli tanpa pikir panjang.

Diungkapkan oleh Rachmah dan Kurniawan (2019) Mahasiswa dihadapkan oleh berbagai keputusan dalam mengelola keuangannya, saat ini berbagai kemudahan penggunaan lembaga keuangan secara online seperti penggunaan produk layanan pinjaman online pada e-commerce shopee paylater yang sangat mudah digunakan. Banyaknya minat mahasiswa menggunakan aplikasi shopee dengan metode pembayaran beli sekarang bayar nanti atau biasa disebut shopee paylater dengan syarat yang sangat mudah.

Berangkat dari fenomena yang telah dipaparkan tersebut, dan mudahnya penggunaan produk layanan pinjaman online pada e-commerce shopee paylater yang banyak diminati di kalangan mahasiswa, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang bagaimana **“Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater (Studi pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda)”**.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah, maka dapat di rumuskan sebuah masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu:

Bagaimana Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dengan melakukan penelitian ini untuk mengetahui:

Untuk mengetahui Pemahaman Literasi Keuangan Terkait Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda ?

### **1.4. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, batasan masalah dibuat untuk memperjelas ruang lingkup kajian agar lebih fokus dan terarah. Batasan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

### 1. Objek Peneliti:

Penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda. Mahasiswa dari program studi lain tidak termasuk dalam cakupan penelitian.

### 2. Subjek Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda Angkatan 2020-2021.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penulisan ini sebagai berikut :

### 1. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Mahasiswa:

Meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang pentingnya literasi keuangan dalam penggunaan layanan kredit digital seperti Shopee PayLater, Membantu mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi secara lebih bijak dan menghindari risiko utang yang tidak terkontrol.

#### b. Bagi Universitas:

Memberikan wawasan bagi pihak kampus untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswa dan dapat menjadi dasar dalam merancang program edukasi finansial agar mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan layanan kredit digital.

#### c. Bagi Penyedia Layanan Keuangan:

Dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penyedia layanan dalam menyesuaikan kebijakan yang lebih baik bagi generasi muda.

## 2. Manfaat Teoris

- a. Menambah wawasan dan literatur tentang literasi keuangan khususnya dalam penggunaan pinjaman online di kalangan mahasiswa.
- b. Memberikan kontribusi akademik dalam bidang akuntansi dan keuangan terkait dengan perilaku konsumtif serta pengelolaan keuangan mahasiswa.
- c. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topic serupa dalam konteks yang lebih luas dengan variabel yang berbeda.

### 1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terbagi dalam tiga (3) bab dengan uraian sebagai berikut:

#### BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan Bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang akan digunakan.

#### BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang dasar teori yang mendukung kajian teori, hasil penelitian, uraian kerangka berfikir dan hipotesis.

#### BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian, variable dan pengukuran, populasi dan sampel, tehnik pengumpulan data, definisi operasional variable, metode analisis data serta pengujian hipotesis

**BAB 4 : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang objek penelitian yaitu Mahasiswa Universitas Widyagama Mahakam Samarinda yang menjadi sampel pada penelitian ini.

**BAB 5 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang data hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab akhir ini merupakan bagian paling akhir yang berisi kesimpulan dari pembahasan yang telah dipaparkan oleh peneliti pada bab sebelumnya. Selain itu, pada bab ini memberikan saran terhadap peneliti selanjutnya agar lebih baik lagi kedepannya.

**BAB II**  
**DASAR TEORI**

**2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini didukung oleh sejumlah penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang dibahas. Berikut adalah ringkasan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan dampak layanan keuangan digital dan perspektif akuntansi syariah:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

| <b>NO</b> | <b>Nama dan Judul penelitian</b>  | <b>Variable penelitian</b> | <b>Hasil penelitian</b>  | <b>Persamaan dan perbedaan</b>  |
|-----------|---|----------------------------|--|---|
| <b>1</b>  | Hoirum Saleh Lubis (2023)<br><br>Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Padangsidipuan Menggunakan Shopee Paylater | Kualitatif                 | Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Padangsidipuan Menggunakan shopee paylater Karena proses dan persyaratannya mudah bisa di cicil sampai lunas, promo atau diskon pada tanggal-tanggal tertentu gratis ongkos kirimnya, produk yang di jual di | Persamaan: sama-sama menggunakan layanan shopee paylater.<br>Perbedaan : objek penelitian |

|          |  |            |  |  |
|----------|--|------------|--|--|
|          |  |            | shopee paylater sangat lengkap.  |  |
| <b>2</b> | Cindi Amelia (2023)<br><br>Fenomena Penggunaan Pinjaman Online Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung | Kualitatif | Masyarakat memilih pinjaman online karena faktor internal, seperti kebutuhan finansial dan gaya hidup, serta faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi dan pengaruh lingkungan. Pinjaman ini digunakan untuk berbagai keperluan, dari kebutuhan pokok hingga membayar utang. Modal sosial yang longgar, rendahnya kepercayaan, dan jaringan sosial yang terbatas turut mendorong penggunaan pinjaman online. | Persamaan: Sama-sama membahas penggunaan kredit digital dan faktor yang memengaruhinya dan Menyoroti dampak finansial, termasuk risiko utang dan pengaruh ekonomi. Perbedaan: Fokus: Shopee PayLater vs. pinjaman online secara umum. Subjek: Mahasiswa vs. masyarakat luas. Tujuan: Evaluasi kepatuhan regulasi kredit vs. alasan penggunaan pinjaman online. |
| <b>3</b> | Nur Sinta dan Lia Ayu (2022)<br><br>PEMAHAMAN LITERASI   | Kualitatif | Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemahaman literasi keuangan mahasiswa manajemen angkatan   | Kedua penelitian membahas penggunaan Shopee  |

|   |  |                   |  |   |
|---|--|-------------------|--|---|
|   | <p>KEUANGAN<br/>DALAM<br/>PENGUNAAN<br/>PINJAMAN<br/>ONLINE PADA<br/>E-COMMERCE<br/>SHOPEE<br/>PAYLATER<br/>(Studi pada<br/>Mahasiswa<br/>Program Studi<br/>Manajemen<br/>Fakultas Ekonomi<br/>dan Bisnis<br/>Universitas<br/>Nusantara PGRI<br/>Kediri Angkatan<br/>2018)</p> |                   | <p>2018 dalam<br/>penggunaan Shopee<br/>PayLater tergolong<br/>baik pada aspek<br/>tabungan, pinjaman,<br/>dan pengelolaan<br/>keuangan (well<br/>literate), namun masih<br/>cukup pada aspek<br/>investasi dan asuransi<br/>(sufficient literate)</p>   | <p>PayLater oleh<br/>mahasiswa,<br/>tetapi yang<br/>satu fokus<br/>pada literasi<br/>keuangan,<br/>sementara<br/>yang lain<br/>meneliti<br/>kepatuhan<br/>terhadap<br/>regulasi kredit.</p>   |
| 4 | <p>Hasan Sazali dan<br/>Fakhrur Rozi<br/>(2020)</p> <p>Belanja Online<br/>dan Jebakan<br/>Budaya Hidup<br/>Digital pada<br/>Masyarakat<br/>Milenial</p>  | <p>kualitatif</p> | <p>Perkembangan<br/>teknologi telah<br/>mendorong<br/>ketergantungan pada<br/>belanja dan pinjaman<br/>online, menjadikannya<br/>bagian dari masa<br/>depan keuangan.<br/>Fintech menawarkan<br/>pinjaman tidak hanya<br/>untuk barang mewah,<br/>tetapi juga untuk<br/>kebutuhan sehari-hari.<br/>Budaya populer terus<br/>berubah dan<br/>berpengaruh terhadap<br/>pola konsumsi</p> | <p>Kedua kajian<br/>membahas<br/>pengaruh<br/>pinjaman<br/>online, tetapi<br/>penelitian<br/>Shopee<br/>PayLater lebih<br/>spesifik pada<br/>kepatuhan<br/>mahasiswa<br/>terhadap<br/>regulasi kredit,<br/>sedangkan<br/>artikel budaya<br/>populer<br/>menyoroti</p> |

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
|  |  |  | masyarakat, termasuk generasi milenial yang berisiko semakin terjebak dalam tren belanja online. | perubahan pola konsumsi masyarakat akibat tren digital. |
|--|--|--|--|---|

Sumber: Jurnal Nasional, dikala Peneliti 2025

## 2.2 Dasar Teori

### 2.2.1 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior Theory, TPB*)

Teori *Planned Behavior* adalah teori tindakan beralasan yang di kembangkan oleh Ajzen pada tahun 1980 untuk memprediksi intensi perilaku seseorang pada waktu dan tempat yang spesifik (Ariyani dan Ayu, 2023). kerangka teoritis yang sering digunakan untuk memahami dan memprediksi perilaku seseorang berdasarkan tiga faktor utama yang memengaruhi niat (*intention*).

### 2.3 Definisi Literasi Keuangan

Literasi keuangan sudah seharusnya diterapkan secara lebih luas guna membentuk masyarakat yang memiliki daya saing yang lebih tinggi dalam mewujudkan kesejahteraan keuangan, peningkatan literasi keuangan ini diharapkan mampu memberikan nilai produktivitas yang lebih tinggi lagi dikalangan masyarakat (Soetiono, 2018). Literasi keuangan dapat

menggambarkan bahwa seseorang memiliki kemampuan ataupun kapasitas diri dalam pengambilan keputusan keuangan.

Menurut Desiyanti (2020,5) definisi literasi keuangan adalah sebagai berikut: “Literasi Keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan individu dalam mengendalikan keuangan pribadi dan bisnis. Literasi keuangan juga adalah elemen penting untuk individu ataupun kelompok guna menghindar dari permasalahan keuangan”

### **2.3.1 Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam pengelolaan keuangan. Tujuannya adalah meningkatkan kemampuan individu untuk membuat keputusan yang bijak terhadap layanan dan produk keuangan.

#### **1. Tujuan Literasi Keuangan**

##### **a) Meningkatkan Kesadaran Finansial**

Membantu masyarakat memahami risiko dan manfaat produk keuangan.

##### **b) Menghindari Kesalahan Keuangan**

Membantu individu terhindar dari jebakan utang, investasi bodong, dan penawaran ilegal.

##### **c) Memperkuat Stabilitas Ekonomi**

Literasi keuangan yang baik mendukung pengelolaan keuangan yang lebih efisien, sehingga berkontribusi pada stabilitas ekonomi nasional.

## 2. Indikator Literasi Keuangan

Menurut OJK, ada empat indikator utama:

- a) Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*): Pemahaman dasar tentang konsep keuangan seperti inflasi, bunga, dan diversifikasi.
- b) Sikap Keuangan (*Financial Attitude*): Pandangan seseorang terhadap pentingnya pengelolaan keuangan.
- c) Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*): Praktik nyata dalam pengelolaan uang, seperti menyimpan dana darurat atau membayar tagihan tepat waktu.
- d) Keterampilan Keuangan (*Financial Skills*): Kemampuan mengelola uang, memilih produk keuangan, dan menyusun anggaran.

## 3. Strategi Literasi Keuangan OJK

OJK telah meluncurkan beberapa inisiatif untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, seperti:

- a) Edukasi Keuangan: Melalui kampanye Sikapi Uangmu, seminar, dan workshop.
- b) Peningkatan Inklusi Keuangan: Memberikan akses yang lebih luas ke layanan keuangan bagi masyarakat marginal.
- c) Pemberantasan Produk Ilegal: Melalui Satgas Waspada Investasi, OJK meningkatkan kesadaran tentang risiko produk keuangan ilegal seperti investasi bodong dan pinjaman online ilegal.

#### 4. Pentingnya Literasi Keuangan dalam Era Digital

Seiring berkembangnya teknologi finansial (*fintech*), literasi keuangan digital menjadi bagian penting. Hal ini mencakup kemampuan memahami layanan keuangan digital, seperti:

- a) Pinjaman online.
- b) Dompet digital (*e-wallet*).
- c) Investasi digital (seperti saham dan reksadana online).

Sumber Literasi Keuangan : Sikapi Uangmu (OJK)

### 2.4 Pinjaman Online

#### 2.4.1 Pengertian Pinjaman Online (*Fintech Lending*)

Menurut Jeremy Zefanya Yaka Arvante (2022:73-87) Fintech Lending atau pinjaman berbasis teknologi informasi adalah satu di antara inovasi pada bidang keuangan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa harus bertemu langsung. Fintech Lending disebut juga dengan pinjaman online dan peningkatan layanan dibidang industri keuangan merupakan salah satu bentuk dan fungsi dari fintech.

Pinjaman online merupakan salah satu bentuk pinjaman dana yang dilakukan secara online melalui aplikasi ataupun website tanpa ada pemberian jaminan asset. Adapun cara kerja pinjaman online ialah penyelenggara hanya berperan sebagai perantara yang mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman. Dari bermacam – macam layanan yang disediakan oleh penyelenggara fintech, salah satu layanan yang menarik banyak peminatnya yakni layanan pinjam meminjam duit dan

pengadaan modal berbasis teknologi informasi ataupun yang diucapkan dengan Peer to Peer Lending yang mana masyarakat lebih mengenal istilah ini dengan sebutan pinjaman online (pinjol). Jamaludin (2023)

#### 1. Jenis Pinjaman Online Shopee

Diah Pranasari (2021) Shopee merupakan salah satu industri *e-commerce* yang bergerak dibidang aplikasi pinjaman online. Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan mudah. Saat ini angka unduhan aplikasi Shopee telah mencapai 100 juta unduhan di *Google Playstore*.

Sasaran penggunaan Shopee adalah kalangan remaja muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan gadget termasuk kegiatan berbelanja untuk itu Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat. Kategori produk yang ditawarkan Shopee lebih mengarah pada produk dan perlengkapan rumah tangga. Shopee menghadirkan inovasi baru dalam fitur yaitu Shopee Paylater dan Spinjam. Rico Hardian Saputra (2022)

##### a. Shopee Paylater

Shopee Paylater adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data yang menyatukan pemberi kredit dan penerima kredit dalam hal pembelian kredit oleh pemberi kredit kepada peminjam dalam rupiah langsung melalui tahapan sebagaimana terutang dalam PJOK No. 77/2016. Jasa ini diberikan

oleh Shopee yang digunakan sebagai strategi cicilan saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi Shopee. Kehadiran Shopee Paylater yang mendasari dirasakan oleh penjual Shopee saja, namun saat ini juga dapat dirasakan oleh pengguna Shopee.

Yulistia Devi (2022:87) Shopee Paylater merupakan fitur dalam pinjaman berupa limit saldo yang yang tidak dapat ditransfer ke saldo Shopee Paylater maupun limit Spinjam, fitur yang berada di platform *e-commerce* Shopee, yang dianggap masih baru keberadaannya. Pengguna Shopee dapat menggunakan Paylater dengan sistem pembayaran secara kredit atau melalui cicilan dikemudian hari. Shoppe Paylater yang disediakan oleh *PT. Commerce Finance* dengan metode pembayaran Beli Sekarang, Bayar Nanti memberikan beberapa kali angsuran atau cicilan kepada pengguna dengan berbagai bunga yang diberikan. *PT. Commerce Finance* ini juga telah diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Untuk cicilan 1 kali, 3 kali, 6 kali sampai 12 kali, biaya suku Bunga 2,95% dari total pembelian dan jikalau ada keterlambatan dalam pembayaran maka akan dikenakan biaya keterlambatan sebesar 5% perbulan dari total tagihan yang telah jatuh tempo.

Mengenai keterlambatan pembayaran yang dilakukan oleh peminjam maka keterlambatan pembayaran tersebut dapat mengakibatkan sebagai berikut:

- 1) Denda berupa 5% dari total tagihan
- 2) Dapat mempengaruhi limit shopee paylater yang ada pada peminjam

- 3) Akun Shopee yang dimiliki peminjam dapat dibekukan.
  - 4) Pembatasan penggunaan voucher.
  - 5) Tercatat di SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan) OJK (Otoritas Jasa Keuangan).
  - 6) Penagihan lapangan (*field collector*).
- b. Mekanisme Penggunaan Shopee Paylater

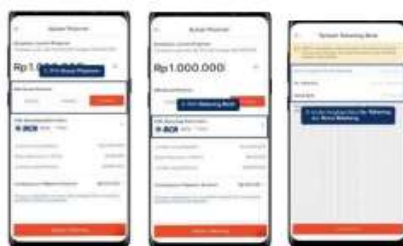
#### Metode Pinjaman Paylater



Klik tab saya, lalu pilih fitur sipinjam



Klik ajukan, lalu ketik nominal yang akan di ajukan



Selanjutnya pilih durasi berapa lama cicilan akan diambil, lalu pilih rekening Bank, selanjutnya isi nama lengkap dan nomor rekening.



Selanjutnya akan muncul tanda tangan perjanjian, pilih tanda tangan, lalu kirim. Batas mengajukan paylater minimal dan batas limit pinjaman terdapat di akun shopee masing-masing.

## 2. Kelebihan dan Kekurangan Pinjaman Online

Rodes Ober Adi Gunda (2020). Berikut merupakan kelebihan dan kekurangan pinjaman online yang dapat digunakan sebagai pertimbangan:

### a. Kelebihan

#### 1. Proses pencairan yang cepat

Salah satu hal yang menjadi daya tarik pengguna adalah proses pencairan yang cepat. Biasanya pencairan dana membutuhkan waktu sekitar 1 – 2 hari. Bahkan ada yang langsung cair di hari yang sama. Ini sangat cocok digunakan bagi yang membutuhkan dana darurat. Terlebih lagi pengajuan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.

## 2. Syarat Mudah

Selain pencairan dana yang cepat, syarat pengajuannya pun mudah. Tidak seperti pengajuan pinjaman ke bank konvensional atau lembaga keuangan lainnya yang membutuhkan banyak dokumen hingga jaminan. Pinjaman online pada umumnya hanya membutuhkan KTP, foto diri, serta slip gaji sebagai penunjang limit kredit.

## 3. Tanpa Jaminan

Tanpa jaminan merupakan salah satu kelebihan utama yang menjadi daya tarik konsumen. Karena mereka tidak perlu menjaminkan apapun untuk dana yang kecil sebagai dana darurat.

## 4. Dapat Digunakan Untuk Berbagai Kebutuhan

Pinjaman dari bank konvensional atau lembaga syariah biasanya harus jelas penggunaannya (untuk modal bisnis atau pembiayaan) saat pengajuan disertai dengan syarat – syarat khusus sesuai penggunaannya. Sedangkan dana dari pinjaman online dapat digunakan sebagai dana darurat atau kebutuhan konsumtif lainnya.

### b. Kekurangan

#### 1. Nominal pinjaman yang kecil

Pinjaman online terkenal dengan syaratnya yang lebih mudah, sehingga dengan pencairan dana yang cepat serta kelengkapan dokumen yang lebih sedikit, tentu saja limit kredit yang diberikan tidak sebesar meminjam di lembaga keuangan lain. Rata – rata dana pinjaman yang diberikan berkisar antara Rp500 ribu hingga Rp3 juta.

## 2. Bunga Tinggi

Pinjaman konvensional baik melalui perbankan atau lembaga lainnya, umumnya akan dikenakan bunga pinjaman. Hal ini juga berlaku dalam pinjaman online ilegal. Selain mempertimbangkan tenor pengembalian pinjaman, hal yang perlu diperhatikan adalah bunga pinjaman. Bunga yang ditetapkan biasanya berkisar antara 0,7% hingga 1% per hari, yang jika diakumulasikan mencapai 30% per bulan. Namun ada juga yang menerapkan bunga tetap berkisar 5-12% per bulan.

## 3. Resiko Pencurian Data

Mengakses aplikasi pinjaman online, calon nasabah pinjaman online ilegal akan diminta untuk mengizinkan akses ponsel mereka, meliputi galeri, kontak, dan lainnya. Inilah yang menjadi kemungkinan adanya kebocoran data atau bahkan data tersebut dijual. Selain itu, pelacakan ponsel meliputi kontak dan galeri biasanya digunakan oleh para debt collector ilegal sebagaisenjata untuk mempermalukan nasabahnya agar segera melunasi hutangnya. Walaupun OJK telah melindungi data nasabahnya, tidak mustahil jika masih ada kebocoran data.

## 3. Indikator Pinjaman Online

### a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah mutu layanan serta fasilitas yang digunakan platform pinjaman online, baik itu bagi peminjam maupun bagi pemberi pinjaman. Mutu yang dimaksud dapat berupa *reability*, *capability*, *integrity*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Pemberi pinjaman yang mendapatkan kepuasan dari kualitas layanan yang tinggi dan puas dengan pengalaman mereka meminjam di platform pinjaman online, mempunyai ekspektasi akan kepuasan yang sama, sehingga dalam hal ini setiap perusahaan akan berusaha menyediakan pelayanan terbaik pada platform mereka agar dapat menarik pengguna sebanyak mungkin.

b. Perlindungan Keamanan dan Legalitas

Susi Susanti (2020). Perlindungan Keamanan dan Legalitas merupakan suatu platform yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang mana telah terdaftar dan memiliki izin dalam menyelenggarakan kegiatan pinjam dan meminjam. Faktor ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan pinjaman online di mata para pengguna aplikasi, baik meminjam ataupun pemberi pinjaman, karena tingkat keamanan yang tinggi dapat memberikan rasa aman bagi pengguna dalam berinteraksi.

## **2.5 Perilaku Konsumtif**

### **2.5.1 Definisi Perilaku Konsumtif**

Menurut Kamus Besar Indonesia Perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap lingkungan. Perilaku konsumtif ialah seseorang yang selalu memakai atau menggunakan sesuatu tanpa menghasilkan atau menciptakan serta selalu bergantung pada produksi yang orang lain buat. Istilah perilaku konsumtif dicirikan sebagai perilaku yang ditunjukkan pembeli dalam mencari, membeli memanfaatkan, menilai, dan membeli barang yang mereka harapkan akan memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut Lubis (2022), perilaku konsumtif adalah suatu sikap yang tidak perlu pertimbangan melainkan hanya keinginan yang harus terpenuhi dan secara tidak sadar menyebabkan pemborosan dan menghabiskan banyak biaya Sumartono menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk. Lebih lanjut, perilaku konsumtif juga diartikan sebagai tindakan memakai suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, seseorang membeli produk bukan karena produk yang dipakai telah habis, melainkan karena adanya iming-iming hadiah yang ditawarkan atau bahkan produk tersebut sedang trend.

Dapat maknai bahwa perilaku konsumtif berarti suatu sikap yang berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang atau jasa sebenarnya kurang dibutuhkan dan lebih mengutamakan keinginan.

## 1. Jenis Jenis Perilaku Konsumtif

### a. Hedonisme

Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Sebagian besar orang yang menganut kepercayaan ini, percaya bahwa bersenang-senang, pesta, dan pelesiran adalah tujuan hidup, terlepas dari apakah itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak. Mereka beranggapan hidup ini hanya sekali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup.

Hedonisme berkembang di kalangan remaja dipengaruhi oleh faktor lingkungan, mereka ingin meniru gaya hidup orang terkenal, bahkan mereka

juga ingin terkenal. Berbagai reality show menawarkan program untuk mencapai popularitas dengan cara instan. Hedonisme sebagai fenomena sudah tercermin dari perilaku generasi muda sehari-hari. Mayoritas pelajar berlomba dan bermimpi untuk bisa hidup mewah.

1) Gaya hidup (*Life Style*)

Gaya hidup atau *lifestyle* merupakan pribadi yang berinteraksi dalam lingkungan. Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana, gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan. Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk. Dengan demikian, gaya hidup adalah aspek utama yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk.

Gaya hidup sering dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi dan menunjukkan citra seseorang. Gaya hidup yang ditunjukkan dalam variasi keputusan citra rasanya. Dalam hal merek, merek bukanlah sekedar nama. Di dalamnya terkandung sifat, makna, arti dan isi produk bersangkutan. Bahkan dalam perkembangannya lebih lanjut merek akan menandai simbol dan status dari produk tersebut. Gaya hidup adalah pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Seorang yang cenderung

berpenghasilan besar akan dengan mudah mengalokasikan uangnya untuk kesenangan dan kemewahan tanpa mamikirkan nominal.

## 2. Faktor Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Prima Aulia Delfia Wulandari (2022). Tingkat konsumtif seorang didasari dengan adanya perilaku konsumtif secara berlebihan. Munculnya perilaku konsumtif tentunya di sebabkan oleh beberapa faktor. Faktor tersebut diantaranya adalah:

### a. Faktor Eksternal

#### 1) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah perbedaan dalam tingkat keuangan individu, ada tingkat keuangan yang tinggi dan ada tingkat keuangan yang rendah. Kontras di kelas atau lapisan akan menggambarkan kontras dalam intruksi, gaji, tanggungjawab, cara hidup dan lain – lain yang di terima. Perbedaan upah akan mempengaruhi perilaku pemanfaat individu atau keluarga.

#### 2) Kelompok referensi

Kelompok referensi merupakan suatu pertemuan yang bermacam – macam dari dua individu atau lebih yang dikenal sebagai semacam perkumpulan perspektif yaitu individu atau kumpulan individu yang pada dasarnya mempengaruhi perilaku individu.

#### 3) Keluarga

Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi dengan kerabat lainnya. Bahwa Keluarga juga

merupakan lingkungan terdekat dengan pembeli sehingga sebagian besar keluarga mempengaruhi pembeli dalam memutuskan pembelian yang mereka pilih.

#### b. Faktor Internal

##### 1) Gaya Hidup

Kebanyakan dari manusia gaya hidup lah yang menjadi seseorang tersebut menjadi konsumtif. Gaya hidup sebagai contoh dimana individu hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Mereka akan berupaya mendapatkan uang untuk membeli barang – barang seperti tas dan pakaian untuk menutupi penampilannya sehingga kelihatan lebih menarik dan membuat mereka puas.

##### 2) Motivasi

Motivasi ialah suatu keinginan yang ada di dalam diri seseorang sehingga mendorong ia membeli sesuatu. Seperti ketika kita merasa lapar maka kita akan segera mencari makanan untuk menghilangkan rasa lapar tersebut nah ini yang dinamakan kondisi fisik seseorang yang mendorong ia membutuhkan makanan yang menghilangkan rasa lapar tersebut. Motivasi muncul dengan alasan adanya kebutuhan yang dirasakan oleh pembeli. Kebutuhan ini yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

##### 3) Kepribadian

Karakter diidentikkan dengan perbedaan dalam kualitas yang paling mendalam pada seseorang, perbedaan dalam hal ini

menggambarkan kualitas yang unik dari masing – masing individu. Kepribadian bisa berubah, sifatnya permanen dan tetap, namun bukan berarti bisa berubah. Keadaan dapat membuat seseorang mengubah karakternya. Seorang anak muda yang berkembang menjadi dewasa mungkin memiliki berbagai atribut dari ketika ia masih kecil. Raihanah Daulay (2021).

### 3. Indikator Perilaku Konsumtif

#### a. Membeli produk karena iming – iming hadiah

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

#### b. Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik, artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.

#### c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain.

- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Eni Nur Aini (2020).

## **2.5.2 Pengaruh Media Sosial terhadap perilaku konsumen**

### **1. Ulasan dan Rekomendasi Pengguna**

Ulasan dan rekomendasi pengguna di media sosial memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian. Konsumen sering mencari ulasan produk atau layanan sebelum memutuskan untuk membeli. Jika konsumen melihat banyak ulasan positif atau rekomendasi dari pengguna lain, maka konsumen cenderung merasa lebih percaya untuk melakukan pembelian.

### **2. Pengaruh Influencer**

Influencer di media sosial memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen saat ini. Ketika influencer yang diikuti oleh konsumen merekomendasikan atau mengulas suatu produk, konsumen cenderung mempertimbangkan produk tersebut. Konsumen dapat terinspirasi dari gaya hidup influencer dan ingin mencoba produk yang direkomendasikan oleh mereka.

### **3. Kehadiran Merek di Media Sosial**

Konsumen sering melihat keaslian dan kepercayaan merek melalui kehadiran mereka di media sosial. Merek yang aktif di media sosial, berinteraksi dengan pengguna, dan memberikan konten yang relevan, cenderung mendapatkan kepercayaan konsumen. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen cenderung memilih merek yang dapat dipercaya.

### **4. Iklan Berbayar**

Iklan berbayar di media sosial juga mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen melihat iklan produk secara terus-menerus di media sosial,

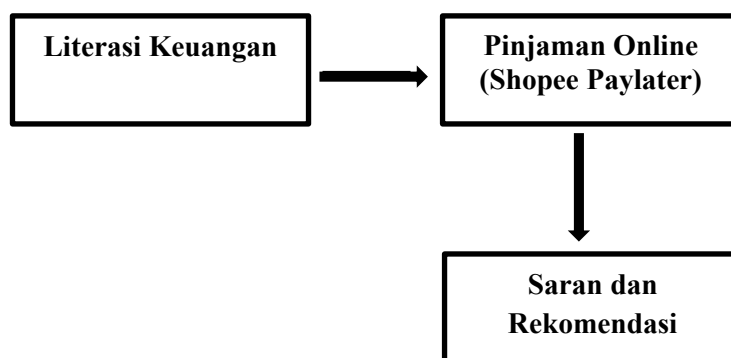
mereka mungkin tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut tentang produk tersebut dan akhirnya memutuskan untuk membelinya. Iklan yang dibuat dengan baik dapat mencapai audiens yang tepat dan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli.

## 5. Konten Visual

Konten visual yang menarik perhatian dan kreatif memiliki potensi untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Gambar produk yang menarik atau video unboxing dapat menciptakan ketertarikan visual pada konsumen sehingga mereka lebih cenderung untuk mempertimbangkan dan membeli produk tersebut.

## 2.6 Kerangka Konseptual

Penyusunan kerangka konseptual dimaksud agar pelaksanaan penelitian dan metode analisis dapat dilakukan secara sistematis, dan lebih terarah. Mengenai kerangka ini dapat diuraikan sebagai berikut :



**Gambar 2. 1Kerangka Konseptual**  
Sumber : Disusun oleh peneliti 2025

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah dijelaskan, penelitian ini difokuskan untuk memahami perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan Shopee PayLater ditinjau dari tingkat literasi keuangan dan teori Planned Behavior. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan tersebut, serta menganalisis sejauh mana literasi keuangan mahasiswa berperan dalam pengambilan keputusan finansial yang bijak. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai pola perilaku finansial mahasiswa di era digital.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2018) "Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Darmadi (2017) mengatakan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data ilmiah, artinya kegiatan penelitian harus didasarkan pada sifat ilmiah yang rasional, sistematis, dan empiris.

Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Jadi penelitian kualitatif ini sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

### **3.2 Definisi Operasional**

Berikut adalah definisi operasional yaitu:

1. Literasi Keuangan

Tingkat pemahaman mahasiswa tentang konsep keuangan, termasuk manajemen keuangan pribadi, pengelolaan utang, serta risiko dan manfaat penggunaan pinjaman online.

2. Penggunaan Shopee Paylater

Frekuensi dan cara mahasiswa menggunakan layanan Shopee PayLater dalam transaksi di e-commerce Shopee.

3. Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Shopee Paylater

Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan layanan pinjaman online Shopee PayLater.

### **3.3 Waktu Penelitian**

- a. Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Februari 2025
- b. Lokasi penelitian di Universitas Widyagama Mahakam Samarinda

### **3.4 Informan**

- a. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda Tahun 2020-2021 yang masih aktif terdaftar sebagai mahasiswa. Populasi ini dipilih karena relevansi dengan topik penelitian yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa terhadap layanan Shopee Paylater, khususnya karena mereka memiliki dasar pengetahuan keuangan yang memadai.

#### b. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi tersebut dalam penelitian. Pemilihan sampel dilakukan untuk mengatasi keterbatasan sumber daya dan waktu jika peneliti tidak dapat mengakses seluruh populasi. Dalam penelitian ini, sampel diambil menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pemilihan dengan pertimbangan tertentu.

Kriteria pemilihan sampel yaitu Mahasiswa aktif Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan tahun 2020-2021 berusia antara 19-24 tahun, memiliki pengetahuan tentang Shopee Paylater baik sebagai pengguna atau yang pernah mendengar layanan tersebut.

#### c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel yang diambil adalah 8 Mahasiswa.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1) Observasi

Observasi seluruh aktivitas yang dilihat di lapangan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian, gunanya mengumpulkan data untuk melengkapi data penelitian.

#### 2) Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur, yaitu wawancara yang memiliki daftar pertanyaan pokok sebagai panduan, namun tetap memberikan kebebasan bagi pewawancara untuk

mengeksplorasi jawaban responden lebih dalam. Metode ini digunakan agar peneliti dapat menggali informasi secara lebih fleksibel namun tetap terarah, khususnya terkait pemahaman literasi keuangan, perilaku penggunaan Shopee PayLater, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan tersebut.

### 3) Survey

Instrumen ini berisi pertanyaan tertutup dan terbuka untuk mengukur pemahaman, pengalaman, dan sikap mahasiswa terhadap layanan kredit digital.

### 4) Dokumentasi

Dokumentasi, berbagai dokumen atau arsip yang ada dimanfaatkan sebagai sumber data sekunder. Untuk melengkapi data-data yang telah digali melalui wawancara dengan para informan dan observasi tentang tempat dan berlangsungnya peristiwa. Dokumen dalam penelitian kualitatif digunakan sebagai penyempurna dari data wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Dokumen dalam penelitian kualitatif dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental dari obyek yang diteliti.

## **3.6 Metode Analisa**

Miles dan Huberman yang dikutip Sugiyono, menyatakan bahwa kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga datanya mencapai titik jenuh. Terdapat beberapa tahapan dalam menganalisis data model interaktif ini, yakni sebagai berikut:

#### a. Reduksi Data

Proses ini data yang telah diperoleh dari observasi, wawancara serta dokumentasi akan diseleksi dan memfokuskan sesuai dengan topic penelitian. Reduksi data adalah proses penyederhanaan, pemilihan, dan pemfokusan data agar lebih mudah dianalisis dan dipahami. Berikut adalah langkah-langkah dalam reduksi data:

##### 1. Mengumpulkan Data

Mengambil data dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, mengorganisir data agar lebih mudah diakses.

##### 2. Menyortir dan Memilih Data yang Relevan

Menyeleksi data yang sesuai dengan tujuan penelitian, menghilangkan data yang tidak relevan atau redundan.

##### 3. Membuat Rangkuman

Menyusun data dalam bentuk ringkasan atau poin-poin utama, menyederhanakan informasi tanpa menghilangkan makna inti.

##### 4. Mengelompokkan Data

Mengategorikan data berdasarkan tema atau variabel penelitian, menyusun pola hubungan antar data agar lebih terstruktur.

##### 5. Menganalisis Pola dan Hubungan

Mengidentifikasi pola, tren, atau hubungan yang muncul dari data, menyesuaikan dengan teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian.

## 6. Menyajikan Data yang Sudah Direduksi

Data yang sudah diringkas dan dikategorikan disusun dalam bentuk narasi, tabel, atau bagan, memastikan bahwa data tetap akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Langkah-langkah ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam memahami inti dari data yang dikumpulkan, sehingga mempermudah proses analisis dan penyimpulan.

### b. Display Data

Display Data merupakan proses penyajian data setelah dilakukan reduksi data. penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk ikhtisar, bagan, hubungan antar kategori, pola dan lain-lain sehingga mudah dipahami pembaca.

### c. Kesimpulan

Tahapan ketiga dalam penelitian kualitatif adalah keputusan dan verifikasi. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan awal yang diambil masih bersifat sementara, sehingga dapat berubah setiap saat apabila tidak didukung bukti yang kuat.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

#### **4.1 Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Mahasiswa Universitas Widyagama Mahakam Samarinda**

Gambaran objek penelitian dalam studi ini adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan tahun 2020–2021. Mahasiswa dari angkatan ini dipilih sebagai subjek karena mereka berada pada jenjang pendidikan yang sudah cukup matang dalam hal pengetahuan ekonomi, serta berada dalam usia produktif yang mulai aktif dalam kegiatan konsumtif dan pengambilan keputusan keuangan pribadi.

Mayoritas dari mereka berada pada rentang usia 20–25 tahun, dan sebagian besar sedang menempuh semester 7 ke atas, yang berarti telah cukup lama berinteraksi dengan lingkungan kampus maupun kehidupan sosial digital. Hal ini menjadikan mereka kelompok yang relevan untuk diteliti, khususnya terkait pemahaman literasi keuangan dan perilaku dalam menggunakan layanan keuangan berbasis digital seperti Shopee PayLater.

Selain itu, mahasiswa akuntansi juga dianggap memiliki dasar pengetahuan dalam bidang keuangan dan pengelolaan uang, sehingga dapat memberikan pandangan yang lebih kritis terhadap penggunaan fasilitas kredit digital. Keberagaman latar belakang pendapatan, status pekerjaan, dan akses terhadap informasi digital turut memperkaya hasil penelitian yang

bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan paylater.

#### **4.1.2 Keriteria Responden**

Dalam penelitian ini, terdapat dua kriteria utama yang digunakan untuk menentukan responden, yaitu:

1. Mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan Tahun 2020–2021  
Responden yang dilibatkan merupakan mahasiswa aktif dari Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda, khususnya dari angkatan tahun 2020 dan 2021 yang menggunakan Shopee Paylater maupun tidak menggunakan. Jumlah responden yang terlibat dalam penyebaran kuesioner sebanyak 90 mahasiswa. Pemilihan angkatan ini didasarkan pada asumsi bahwa mereka telah menempuh perkuliahan dalam waktu yang cukup lama dan memiliki pengetahuan dasar tentang keuangan serta telah terpapar pada penggunaan teknologi keuangan digital.
2. Mahasiswa yang telah menggunakan Shopee PayLater  
Selain sebagai mahasiswa Akuntansi, sebagian dari responden juga memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan Shopee PayLater. Kriteria ini penting karena penelitian ini berfokus untuk mengeksplorasi pemahaman, sikap, serta perilaku penggunaan pinjaman digital melalui fitur paylater. Pengalaman nyata sebagai pengguna diharapkan dapat memberikan data yang lebih valid dan

mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan tersebut.

Dengan kriteria tersebut, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dianggap dapat merepresentasikan kelompok mahasiswa yang relevan terhadap topik penelitian dan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa.

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

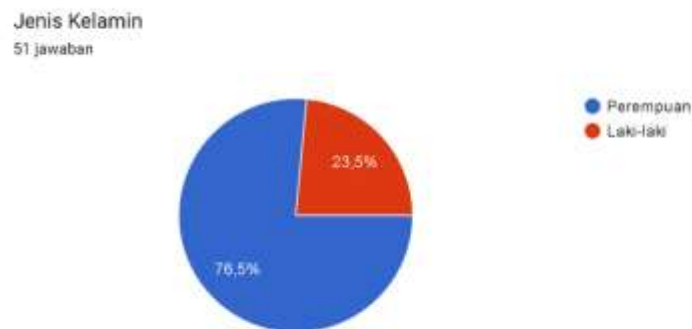
#### **5.1 Hasil Penelitian**

##### **5.1.1 Hasil Survey**

###### **a. Data Penelitian**

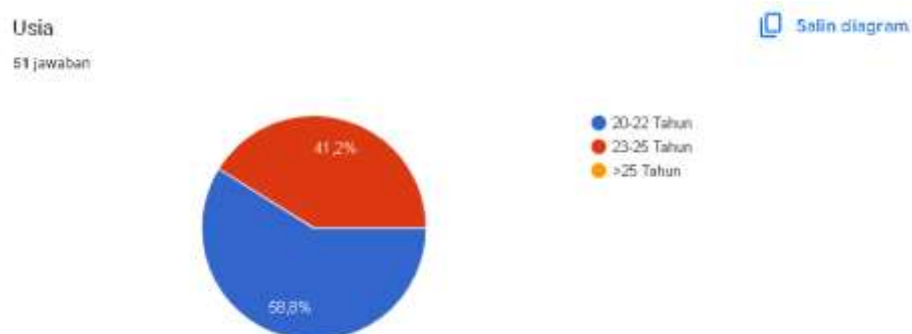
Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan sampel sebanyak 90 mahasiswa, namun hanya 51 mahasiswa yang mengisi dan mengembalikan kuesioner. Meskipun tidak seluruh sampel merespons, responden tersebut telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Dengan demikian, data dari 51 responden ini dianggap valid dan dapat digunakan untuk dianalisis lebih lanjut dalam penelitian.

Sebelum memasuki pembahasan lebih lanjut, peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021. Hasil dari kuesioner ini menjadi dasar untuk menganalisis pemahaman literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan tersebut. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dijadikan sebagai bahan untuk menarik kesimpulan serta memberikan rekomendasi dalam penelitian ini.



**Gambar 5. 1 Hasil Survey**

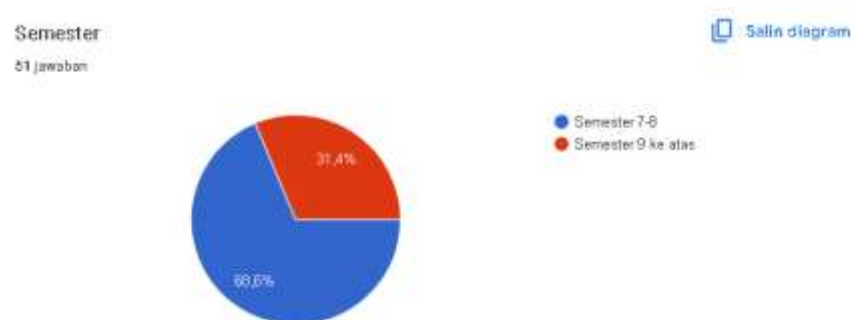
Berdasarkan data hasil kuesioner yang disebarikan kepada mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021, diperoleh informasi bahwa partisipasi responden didominasi oleh mahasiswa perempuan sebesar 76,5%. Sedangkan mahasiswa laki-laki yang mengisi kuesioner berjumlah 23,5%. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari mahasiswa perempuan, sejalan dengan komposisi jumlah mahasiswa aktif pada angkatan tersebut yang memang lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki.



**Gambar 5. 2 Hasil Survey**

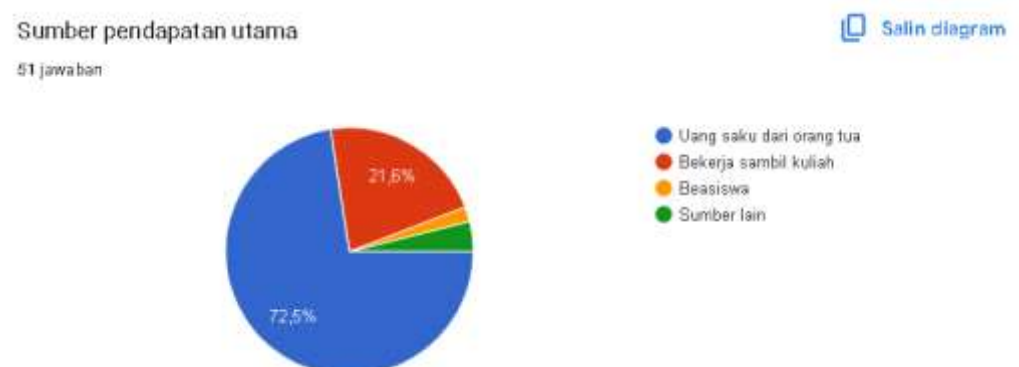
Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarikan, diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 20–22 tahun, yaitu sebanyak

58,8%. Sedangkan responden yang berusia 23–25 tahun berjumlah 41,2%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden masih berada pada usia awal menuju akhir masa studi perkuliahan, sesuai dengan angkatan 2020–2021 yang umumnya sedang dalam tahap akhir menyelesaikan pendidikan sarjana mereka.



**Gambar 5. 3 Hasil Survey**

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan, diperoleh data bahwa sebanyak 68,6% responden berada pada semester 7–8, sedangkan 31,4% responden sudah berada di semester 9 ke atas.

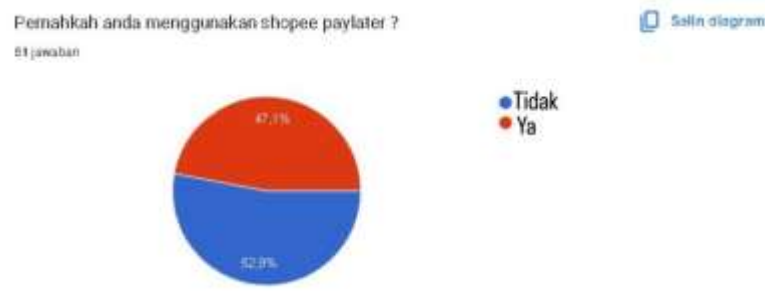


**Gambar 5. 4 Hasil Survey**

Berdasarkan hasil kuesioner, diketahui bahwa mayoritas responden, yaitu sebesar 72,5%, memperoleh sumber pendapatan utama dari

uang saku yang diberikan oleh orang tua. Sebanyak 21,6% responden menyatakan bahwa mereka bekerja sambil kuliah untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka. Sementara itu, 2% responden mendapatkan sumber pendapatan utama dari beasiswa, dan sisanya 3,9% berasal dari sumberlain.

Data ini menggambarkan bahwa sebagian besar mahasiswa masih bergantung pada dukungan finansial orang tua untuk membiayai kebutuhan hidup dan studinya. Namun, terdapat juga sebagian mahasiswa yang mulai mandiri secara finansial melalui pekerjaan sambilan atau memanfaatkan peluang beasiswa, menunjukkan adanya variasi dalam kemampuan manajemen keuangan di kalangan mahasiswa.



**Gambar 5. 5 Hasil Survey**

Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 47,1% responden menyatakan bahwa mereka pernah menggunakan layanan Shopee PayLater, sedangkan 52,9% responden lainnya belum pernah menggunakannya.

Data ini menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa cukup seimbang, dengan sedikit lebih banyak mahasiswa yang belum pernah mencoba layanan ini. Hal ini bisa disebabkan

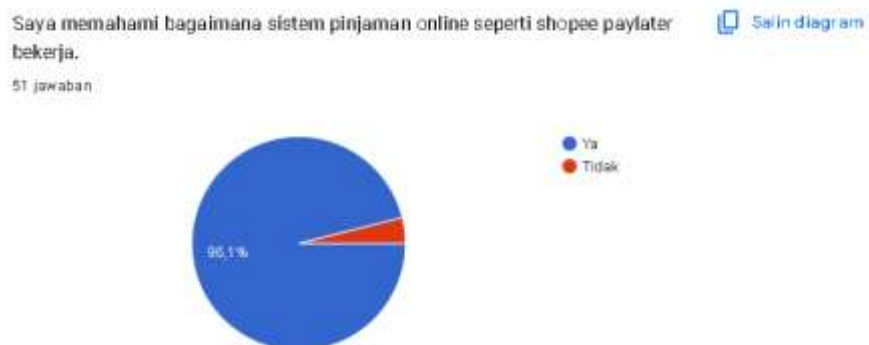
oleh berbagai faktor, seperti kesadaran akan risiko penggunaan layanan pinjaman, preferensi untuk pembayaran tunai, atau keterbatasan akses terhadap fitur tersebut. Namun, hampir separuh mahasiswa sudah mulai familiar dan menggunakan layanan PayLater, menandakan bahwa tren transaksi berbasis kredit digital cukup diminati di kalangan mahasiswa.

Sebelum memasuki pembahasan hasil survei, perlu dijelaskan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disusun dengan format pertanyaan tertutup, di mana responden diminta untuk memberikan jawaban 'Ya' atau 'Tidak' terhadap sejumlah pernyataan. Jawaban tersebut bertujuan untuk mengukur tingkat persetujuan, pemahaman, serta sikap responden terhadap topik yang diteliti.

## **b. Pemahaman dan sikap Mahasiswa Terkait Literasi Keuangan dan Pinjaman Online**

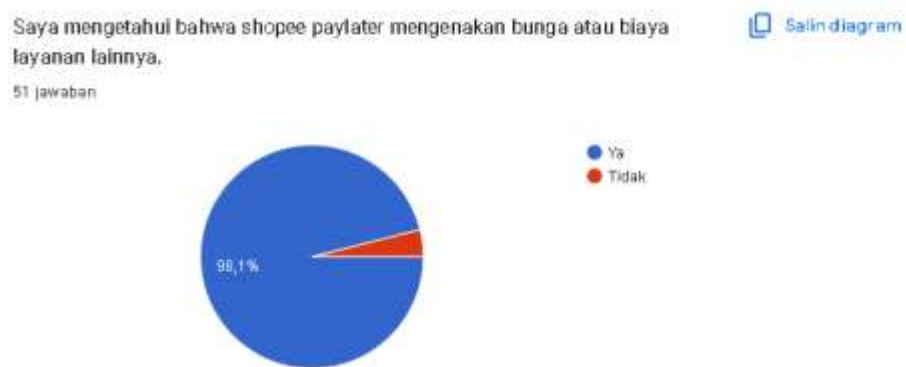
### **1. Tingkat Pemahaman Terhadap Pinjaman Online**

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021,



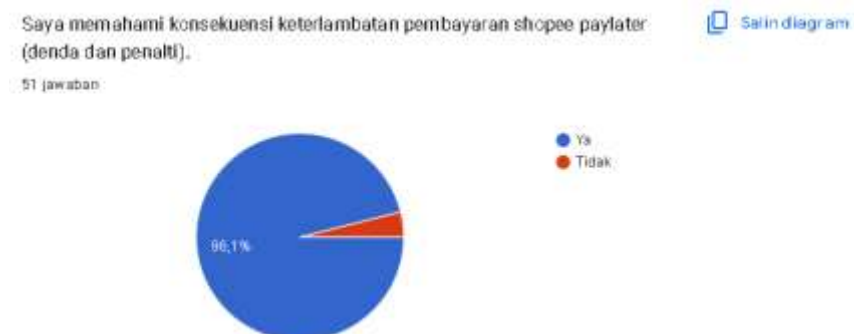
### Gambar 5. 6 Hasil Survey

Sebanyak 96,1% responden menyatakan bahwa mereka memahami bagaimana sistem pinjaman online seperti Shopee PayLater bekerja, sedangkan hanya 3,9% responden yang mengaku tidak memahaminya.



### Gambar 5. 7 Hasil Survey

Selanjutnya, pada pernyataan mengenai pemahaman terhadap biaya tambahan atau bunga layanan Shopee PayLater, hasil survei menunjukkan angka yang sama, yaitu 96,1% responden mengetahui bahwa layanan ini mengenakan bunga atau biaya layanan, dan 3,9% lainnya tidak mengetahuinya.



### **Gambar 5. 8 Hasil Survey**

Terkait konsekuensi keterlambatan pembayaran, seperti denda dan penalti, kembali diperoleh hasil yang serupa, yakni 96,1% responden menjawab "Ya" dan 3,9% menjawab "Tidak".

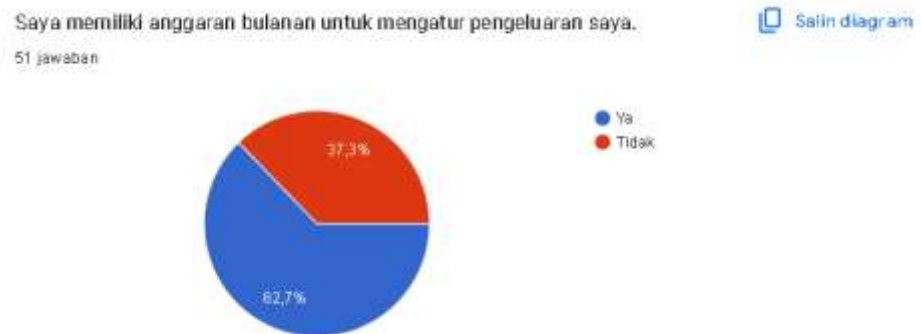
Berdasarkan hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021 memiliki pemahaman yang cukup baik terkait penggunaan layanan pinjaman online seperti Shopee PayLater. Sebagian besar responden tidak hanya memahami sistem kerja layanan ini, tetapi juga mengetahui adanya biaya tambahan seperti bunga atau biaya layanan, serta menyadari risiko keterlambatan pembayaran yang dapat menimbulkan denda dan penalti.

Tingginya tingkat pemahaman ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki literasi keuangan dasar yang baik dalam hal penggunaan layanan keuangan digital. Hal ini dapat menjadi bekal penting dalam pengambilan keputusan finansial yang bijak, khususnya dalam mengelola utang dan menghindari risiko finansial jangka panjang.

Dengan demikian, pemahaman terhadap aspek-aspek dasar penggunaan Shopee PayLater seperti sistem kerja, biaya layanan, dan risiko keterlambatan pembayaran menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa sudah cukup siap dan sadar dalam memanfaatkan layanan pinjaman online secara lebih bertanggung jawab.

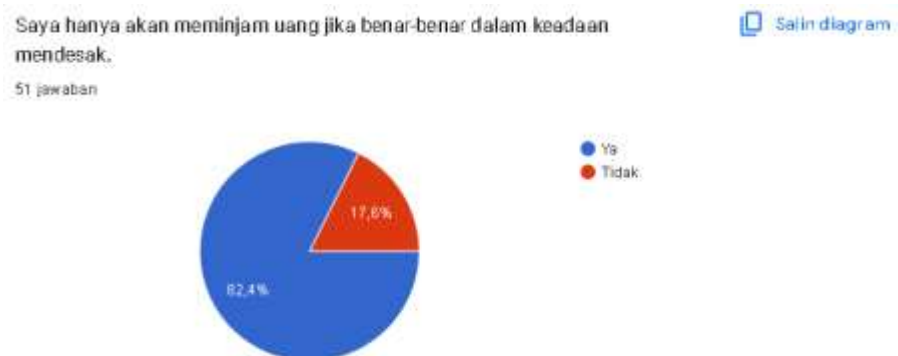
## 2. Keuangan Pribadi

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021



**Gambar 5. 9 Hasil Survey**

Pada pernyataan "Saya memiliki anggaran bulanan untuk mengatur pengeluaran saya", sebanyak 62,7% responden menyatakan "Ya" dan 37,3% menjawab "Tidak".



**Gambar 5. 10 Hasil Survey**

Sementara itu, pada pernyataan "Saya hanya akan meminjam uang jika benar-benar dalam keadaan mendesak", tercatat 82,4% responden menjawab "Ya", dan 17,6% menjawab "Tidak".

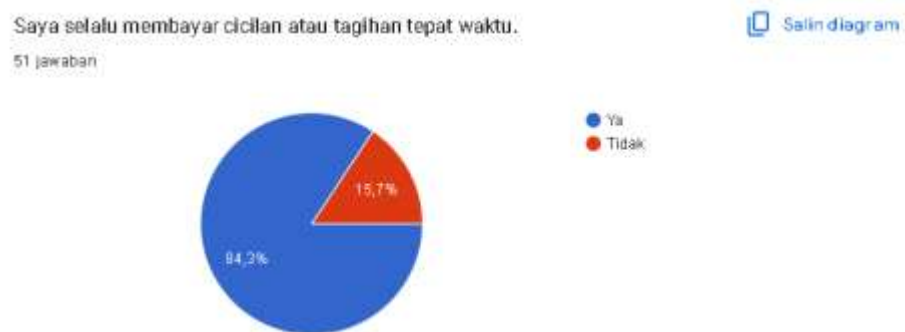
Berdasarkan hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021 menunjukkan perilaku keuangan yang cukup bertanggung jawab, khususnya dalam hal manajemen utang. Tingginya persentase responden yang selalu membayar cicilan tepat waktu dan membatasi jumlah utang sesuai dengan kemampuan finansial mencerminkan adanya kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat.

Sikap disiplin dalam membayar cicilan dan kehati-hatian dalam mengambil utang menjadi indikator bahwa sebagian besar mahasiswa telah memiliki kontrol terhadap keuangan pribadi serta memahami risiko yang ditimbulkan dari pengelolaan utang yang buruk. Meskipun masih terdapat sebagian kecil responden yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip tersebut, secara umum hasil ini menunjukkan tren positif dalam literasi keuangan mahasiswa terkait tanggung jawab dan batasan dalam berutang.

Dengan demikian, kesimpulan dari data ini menguatkan pentingnya edukasi keuangan yang terus ditanamkan sejak dini, agar mahasiswa tidak hanya memahami secara teoritis tetapi juga mampu menerapkan prinsip-prinsip keuangan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam konteks penggunaan layanan pinjaman digital seperti Shopee PayLater.

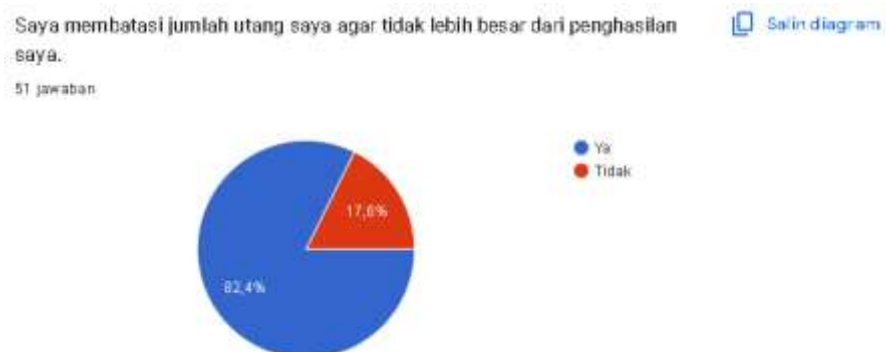
### 3. Pengelolaan Utang

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021



**Gambar 5. 11 Hasil Survey**

Pada pernyataan "Saya selalu membayar cicilan atau tagihan tepat waktu", sebanyak 84,3% responden menjawab "Ya", sedangkan 15,7% menjawab "Tidak".



**Gambar 5. 12 Hasil Survey**

Selanjutnya, dalam pernyataan "Saya membatasi jumlah utang saya agar tidak lebih besar dari penghasilan saya", sebanyak 82,4% responden menyatakan "Ya" dan 17,6% menjawab "Tidak".

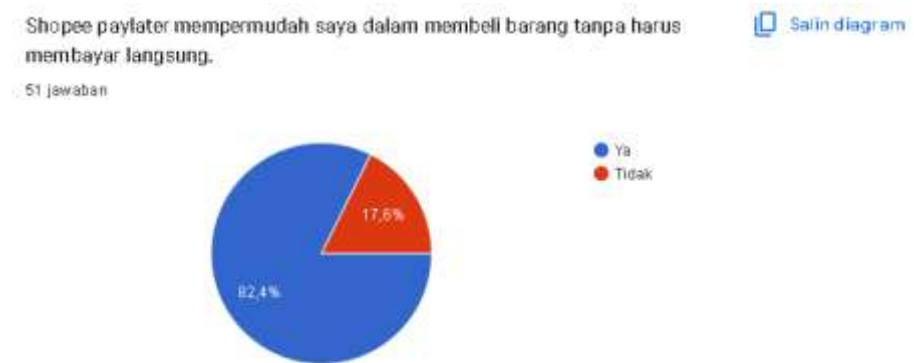
Berdasarkan hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021 telah menunjukkan sikap keuangan yang bertanggung jawab, khususnya dalam hal pembayaran cicilan dan pengelolaan utang. Tingginya persentase responden yang membayar tagihan tepat waktu serta menjaga agar jumlah utang tidak melebihi penghasilan menunjukkan bahwa mereka memiliki kesadaran dan kedisiplinan dalam mengatur kewajiban finansial.

Kebiasaan ini mencerminkan pemahaman mahasiswa terhadap pentingnya menjaga reputasi kredit serta menghindari beban keuangan yang tidak terkendali. Meskipun masih terdapat sebagian kecil responden yang belum menerapkan prinsip-prinsip tersebut secara optimal, secara keseluruhan hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa telah memiliki landasan literasi keuangan yang baik dalam menghadapi kemudahan akses layanan pinjaman digital seperti Shopee PayLater.

Dengan demikian, upaya peningkatan edukasi keuangan tetap perlu dilakukan untuk memperkuat kesadaran dan kemampuan mahasiswa dalam mengambil keputusan finansial yang bijak, serta mendorong mereka untuk senantiasa menjaga keseimbangan antara kebutuhan, kemampuan, dan tanggung jawab keuangan pribadi.

#### 4. Risiko dan Manfaat Penggunaan Pinjaman Online

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021



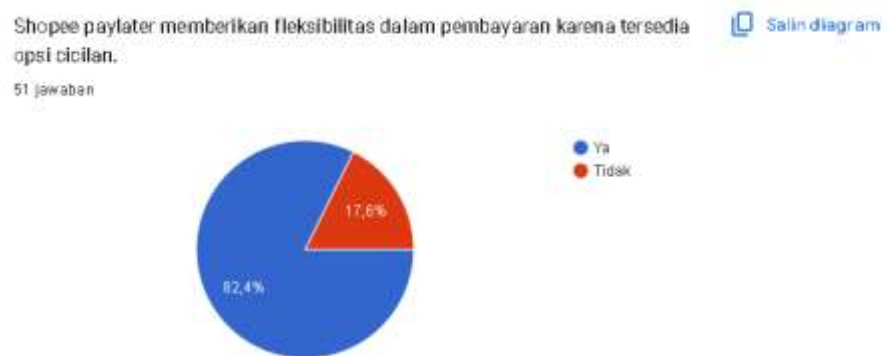
**Gambar 5. 13 Hasil Survey**

Mayoritas responden menyatakan bahwa Shopee PayLater mempermudah mereka dalam membeli barang tanpa harus membayar secara langsung, dengan 82,4% responden menjawab "Ya", sementara 17,6% menyatakan "Tidak".



**Gambar 5. 14 Hasil Survey**

Selanjutnya, dalam pernyataan "Saya menyadari bahwa penggunaan Shopee PayLater secara berlebihan dapat menyebabkan kesulitan keuangan", sebanyak 82,4% responden juga menjawab "Ya", dan 17,6% menjawab "Tidak".



**Gambar 5. 15 Hasil Survey**

Pada pernyataan "Shopee PayLater memberikan fleksibilitas dalam pembayaran karena tersedia opsi cicilan", 82,4% responden kembali menjawab "Ya", dan 17,6% menjawab "Tidak".

Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa Shopee PayLater dipandang sebagai solusi pembayaran yang praktis dan fleksibel oleh mayoritas mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda. Tingginya persentase responden yang menyatakan kemudahan dalam membeli barang tanpa harus membayar langsung menunjukkan bahwa layanan ini sangat diminati karena kemampuannya menjawab kebutuhan mendesak maupun keinginan konsumtif.

Meskipun demikian, sebagian besar responden juga menunjukkan tingkat kesadaran yang baik terhadap risiko penggunaan Shopee PayLater secara berlebihan. Mereka memahami bahwa layanan ini dapat menimbulkan kesulitan keuangan jika tidak digunakan secara bijak, sehingga menunjukkan adanya pemahaman terhadap pentingnya pengelolaan keuangan pribadi.

Fleksibilitas pembayaran melalui opsi cicilan menjadi faktor penarik utama bagi mahasiswa dalam menggunakan Shopee PayLater. Namun, dengan tetap mempertimbangkan risiko dan konsekuensi finansial, hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa pada umumnya mampu menyeimbangkan antara pemanfaatan kemudahan teknologi keuangan dan kehati-hatian dalam mengelola utang.

#### a. Prilaku Pengguna Shopee Paylater

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021



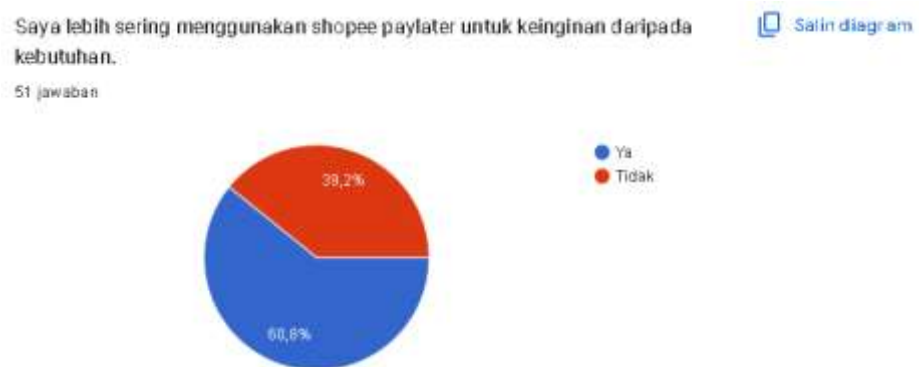
**Gambar 5. 16 Hasil Survey**

Mayoritas responden, yaitu 60,8%, menyatakan bahwa mereka menggunakan Shopee PayLater karena kemudahan dalam pembayaran cicilan, sementara 39,2% menyatakan tidak.



**Gambar 5. 17 Hasil Survey**

Selanjutnya, dalam pernyataan "Saya pernah mengalami keterlambatan pembayaran tagihan Shopee PayLater", sebanyak 43,1% responden menjawab "Ya", sedangkan 56,9% menjawab "Tidak".



**Gambar 5. 18 Hasil Survey**

Pernyataan "Saya lebih sering menggunakan Shopee PayLater untuk keinginan daripada kebutuhan" juga memperoleh persentase

60,8% responden yang menjawab "Ya", dan 39,2% yang menjawab "Tidak".

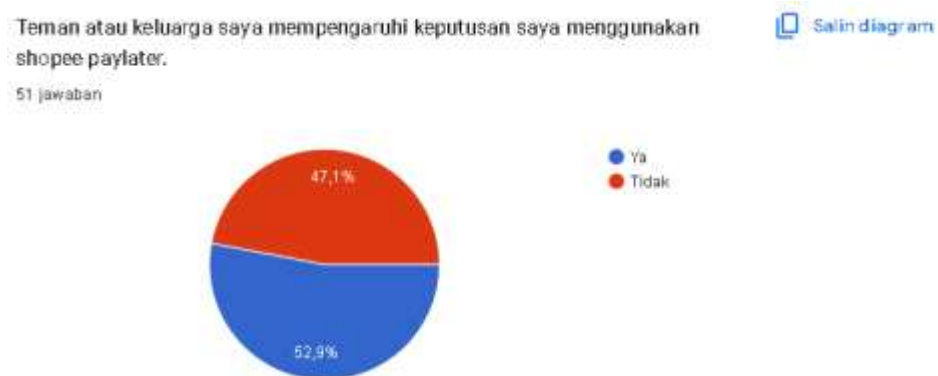
Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam sistem pembayaran cicilan menjadi alasan utama mahasiswa menggunakan Shopee PayLater. Fleksibilitas ini dianggap membantu memenuhi kebutuhan konsumsi tanpa harus mengeluarkan dana secara langsung dalam jumlah besar, sehingga sangat sesuai dengan kondisi keuangan mahasiswa yang cenderung terbatas.

Namun, tingginya persentase responden yang pernah mengalami keterlambatan pembayaran menunjukkan bahwa penggunaan layanan ini juga menimbulkan tantangan, terutama dalam hal pengelolaan pembayaran yang tepat waktu. Hal ini menandakan bahwa meskipun layanan ini memberikan kemudahan, tetap dibutuhkan perencanaan keuangan yang matang agar tidak menimbulkan beban di kemudian hari.

Selain itu, temuan bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan Shopee PayLater lebih untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif. Jika tidak diiringi dengan literasi keuangan yang baik, hal ini dapat meningkatkan risiko terjadinya masalah keuangan di masa depan. Oleh karena itu, penggunaan layanan keuangan digital seperti Shopee PayLater perlu disertai dengan sikap bijak dan tanggung jawab finansial.

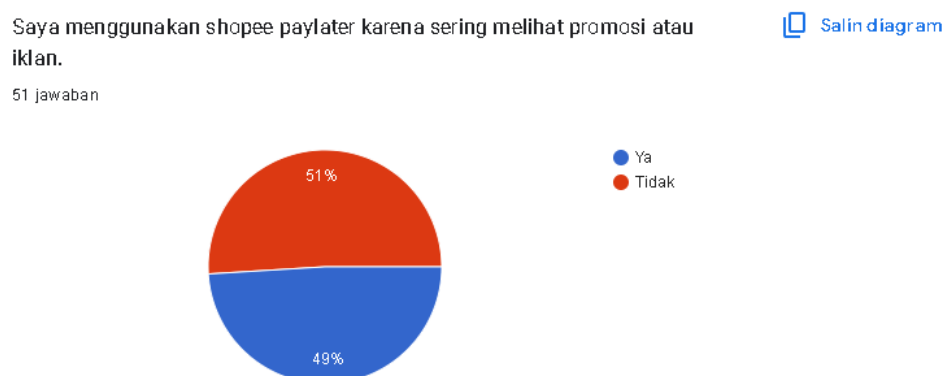
### b. Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Shopee Paylater

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan 2020–2021



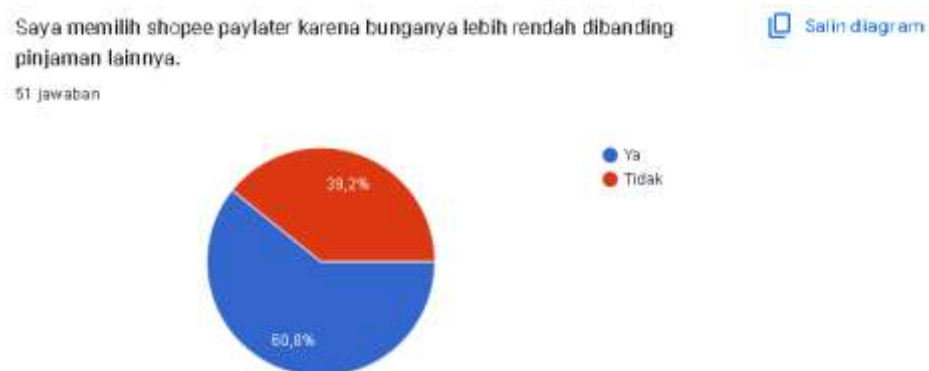
**Gambar 5. 19 Hasil Survey**

Sebanyak 52,9% responden menyatakan bahwa teman atau keluarga mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan Shopee PayLater, sementara 47,1% menyatakan tidak.



**Gambar 5. 20 Hasil Survey**

Kemudian, dalam pernyataan “Saya menggunakan Shopee PayLater karena sering melihat promosi atau iklan,” hasilnya cukup seimbang, dengan 49% responden menjawab "Ya" dan 51% menjawab "Tidak".



**Gambar 5. 21 Hasil Survey**

Selanjutnya, sebanyak 60,8% responden menyatakan bahwa mereka memilih Shopee PayLater karena bunganya lebih rendah dibanding pinjaman lainnya, dan 39,2% menyatakan tidak.

Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial dari teman dan keluarga memiliki peran yang cukup penting dalam mendorong mahasiswa menggunakan Shopee PayLater. Rekomendasi atau pengalaman dari orang-orang terdekat tampaknya memberikan keyakinan tambahan bagi mahasiswa dalam mengambil keputusan finansial, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan digital.

Meskipun promosi dan iklan dari Shopee cukup sering muncul, hasil survei menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak terlalu dominan. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung lebih dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi dan faktor lingkungan sosial daripada dorongan iklan semata dalam menggunakan Shopee PayLater.

Selain itu, pertimbangan rasional seperti tingkat bunga yang lebih rendah juga menjadi faktor yang cukup menentukan. Sebagian besar mahasiswa memilih layanan ini karena menilai bahwa biaya tambahan yang dikenakan lebih ringan dibandingkan dengan pinjaman lain. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mulai menunjukkan kesadaran dan pertimbangan logis dalam mengambil keputusan finansial, meskipun kemudahan akses dan pengaruh sosial juga tetap memainkan peran penting.

### **5.1.2 Hasil Wawancara**

#### **a. Pemahaman Literasi Keuangan**

Hasil wawancara mengenai pemahaman literasi keuangan di kalangan mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda angkatan tahun 2020-2021 menunjukkan bahwa para mahasiswa memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai literasi keuangan, terutama dalam konteks penggunaan pinjaman online seperti Shopee PayLater. Sebagian besar mahasiswa yang diwawancarai menyadari pentingnya literasi

keuangan sebagai sarana untuk mengelola keuangan pribadi mereka dengan bijak. Mereka juga memahami berbagai risiko yang terkait dengan penggunaan layanan keuangan digital, seperti pinjaman online.

Hasil wawancara dengan informan NM menyatakan bahwa literasi keuangan sangat penting, terutama dalam konteks penggunaan pinjaman online. Ia menyampaikan bahwa:

“Menurut saya, literasi keuangan itu sangat penting, terutama terkait pinjaman online. Saat ini, banyak aplikasi yang menawarkan dana cepat, namun jika kita tidak memahami cara mengelola keuangan dengan baik, hal tersebut bisa membawa dampak negatif. Literasi keuangan membantu kita lebih bijak dalam mengambil keputusan, mengetahui bunga, denda, serta risiko yang mungkin timbul.”

Informan EJS berbagi pengalamannya dalam menggunakan Shopee PayLater dan menekankan pentingnya pemahaman sebelum menggunakan layanan pinjaman:

“Saya pernah menggunakan layanan paylater. Awalnya sangat membantu karena barang bisa diterima dulu dan dibayar belakangan. Namun seiring waktu, saya merasa kesulitan memenuhi pembayaran karena tidak memiliki penghasilan tetap dan hanya mengandalkan kiriman dari orang tua. Dari situ saya sadar bahwa penting sekali mencari tahu terlebih dahulu bagaimana sistem pinjaman online bekerja dan tidak asal menggunakannya. Sekarang saya lebih berhati-hati.”

Menurut HT, literasi keuangan penting untuk menghindari jeratan pinjaman ilegal:

“Bagi saya, literasi keuangan itu sangat penting agar kita tidak mudah tertipu atau terjebak dengan pinjaman online ilegal.

Banyak orang meminjam tanpa memahami perjanjian dan ketentuannya. Padahal sangat penting membaca dan memahami semua aturan sebelum menyetujui pinjaman, agar tidak menyesal di kemudian hari.”

Secara keseluruhan, wawancara dengan mahasiswa ini mengungkapkan bahwa meskipun banyak dari mereka yang sudah memiliki pemahaman dasar tentang literasi keuangan, masih ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, seperti pengelolaan utang, risiko pinjaman online, dan pengaturan keuangan pribadi. Meskipun mereka tahu pentingnya literasi keuangan, pengalaman pribadi dan paparan terhadap promosi atau tawaran layanan keuangan digital terkadang dapat mempengaruhi keputusan mereka. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa sangat diperlukan, terutama dalam mengelola penggunaan pinjaman online dan memahami risiko-risiko yang menyertainya.

Hasil wawancara dengan informan SM dan DP semakin memperjelas pentingnya literasi keuangan dalam kehidupan mahasiswa, terutama dalam penggunaan pinjaman online dan layanan seperti PayLater.

Informan SM juga menyatakan bahwa di era digital, pemahaman keuangan menjadi kebutuhan utama:

“Menurut saya, literasi keuangan sangat penting, apalagi di era digital seperti sekarang. Segala sesuatu bisa dilakukan secara instan, termasuk meminjam uang. Dengan paylater, kita bisa membeli barang mahal dan membayarnya secara mencicil. Jika kita

tidak memahami cara mengatur keuangan dan kemampuan membayar, maka kita bisa terjebak utang. Literasi keuangan diperlukan agar kita tidak bertindak gegabah.”

Terakhir, DP menyampaikan pentingnya memperbanyak informasi sebelum menggunakan pinjaman online:

“Literasi keuangan sangat penting, terutama tentang pinjaman online. Banyak mahasiswa menggunakan pinjaman digital, walaupun saya pribadi belum pernah mencobanya. Namun jika dalam kondisi terdesak, bisa saja saya pertimbangkan. Banyak orang menggunakan pinjaman karena gengsi, padahal seharusnya kita mencari informasi dan contoh kasus agar tidak mengalami kesulitan akibat salah dalam mengambil keputusan finansial.”

Kedua wawancara ini menggarisbawahi pentingnya literasi keuangan dalam mengelola penggunaan pinjaman online dan layanan cicilan. Mahasiswa perlu memahami tidak hanya cara kerja layanan ini, tetapi juga risiko dan dampaknya terhadap kondisi keuangan mereka. Dengan memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang literasi keuangan, mahasiswa dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan menghindari kesalahan finansial yang dapat membebani mereka di masa depan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2020–2021 Universitas Widyagama Mahakam Samarinda, dapat disimpulkan bahwa pemahaman mereka terhadap literasi keuangan, khususnya dalam penggunaan pinjaman online, tergolong cukup baik. Para mahasiswa menyadari bahwa kemudahan akses pinjaman online

seperti PayLater membawa risiko tersendiri apabila tidak diimbangi dengan pengetahuan dan manajemen keuangan yang baik. Mereka mengakui bahwa literasi keuangan sangat penting agar tidak terjebak dalam utang, memahami bunga dan denda, serta mampu mengukur kemampuan diri dalam membayar cicilan. Pengalaman pribadi menggunakan fitur paylater juga menjadi pembelajaran langsung bagi sebagian mahasiswa untuk lebih berhati-hati dan bijak dalam bertransaksi. Selain itu, faktor lingkungan seperti pengaruh teman, tekanan sosial, hingga kemudahan dan promosi dari aplikasi pinjaman turut mempengaruhi keputusan mereka. Keseluruhan wawancara menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa sudah memiliki kesadaran akan pentingnya literasi keuangan, masih diperlukan pemahaman yang lebih mendalam agar mereka dapat menghindari risiko finansial yang merugikan di masa depan.

#### **b. Penggunaan Shopee Paylater**

Hasil wawancara dengan mahasiswa pengguna Shopee PayLater menunjukkan bahwa penggunaan layanan ini sebagian besar didorong oleh kebutuhan mendesak dan kemudahan pembayaran cicilan.

Informan AS menyampaikan bahwa ia mulai menggunakan Shopee PayLater saat ada promo besar:

“Saya pertama kali menggunakan Shopee PayLater saat promo 11.11 tahun lalu. Saat itu, saya membeli sepasang sepatu

sneakers dengan harga asli sekitar Rp800.000. Saya memilih opsi cicilan selama enam bulan agar pembayaran terasa lebih ringan. Total yang saya bayarkan mencapai kurang lebih Rp950.000, dan per bulannya saya membayar sekitar Rp159.000. Menurut saya, fasilitas cicilan ini cukup membantu.”

Informan EJS mengungkapkan bahwa ia menggunakan Shopee PayLater karena kebutuhan mendesak dan mengalami tantangan dalam proses pelunasannya:

“Saya mulai menggunakan Shopee PayLater di awal tahun ini karena kebutuhan mendesak. Saat itu, ponsel saya rusak dan saya perlu membeli yang baru. Harganya sekitar Rp3.500.000, dan saya mengambil cicilan selama 12 bulan. Cicilan per bulan sebesar Rp395.000, sehingga total pembayaran menjadi Rp4.740.000. Dengan demikian, bunga yang saya bayarkan mencapai Rp1.240.000. Jujur, saya sempat kesulitan memenuhi cicilan di akhir-akhir bulan karena tidak memiliki penghasilan tetap. Namun, saya bersyukur karena sekarang cicilannya telah lunas.”

Informan FRD juga pernah menggunakan layanan ini untuk pembelian barang yang sedang tren:

“Saya pernah membeli kamera digital yang sempat viral, dan saya menggunakan Shopee PayLater untuk pembayarannya. Harga kameranya sekitar Rp700.000, dan saya memilih cicilan enam bulan. Cicilan per bulannya kurang lebih sebesar Rp138.000.”

Sementara itu, informan SJ memutuskan untuk menggunakan Shopee PayLater karena memiliki penghasilan tetap dari pekerjaannya:

“Saat ini saya masih menggunakan Shopee PayLater. Saya mulai menggunakan layanan ini sejak bulan Februari. Saya berani menggunakan paylater karena saya memiliki pekerjaan. Saya membeli ponsel dan memilih cicilan selama enam bulan. Setiap

bulannya, saya membayar sebesar Rp588.500. Besaran cicilan ini masih sesuai dengan gaji saya dan cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup saya di Samarinda.”

Secara keseluruhan, wawancara ini menggambarkan bahwa mahasiswa menggunakan Shopee PayLater untuk memenuhi kebutuhan mendesak atau membeli barang yang mereka inginkan dengan cara mencicil. Meskipun ada kemudahan yang ditawarkan, beberapa mahasiswa juga menyadari adanya risiko finansial, seperti pembayaran yang lebih tinggi dari harga barang asli atau keteteran dalam membayar cicilan jika perencanaan keuangan tidak matang. Namun, dengan pengelolaan yang hati-hati, layanan ini bisa menjadi pilihan yang praktis bagi mahasiswa dalam mengatur pengeluaran mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat mahasiswa yang menggunakan Shopee PayLater, dapat disimpulkan bahwa alasan utama mereka menggunakan layanan ini adalah karena kondisi keuangan yang mendesak, kemudahan cicilan, serta adanya promo atau kebutuhan mendadak seperti kerusakan barang pribadi. Mahasiswa merasa terbantu dengan adanya fitur cicilan yang memungkinkan pembelian barang bernilai besar seperti handphone, kamera, atau sepatu tanpa harus membayar secara tunai sekaligus. Rentang cicilan yang dipilih bervariasi antara 6 hingga 12 bulan, dengan nominal cicilan per bulan disesuaikan dengan kemampuan keuangan masing-masing. Meskipun begitu, beberapa mahasiswa

mengaku sempat mengalami kesulitan keuangan di tengah masa cicilan, terutama saat jangka waktunya cukup panjang. Di sisi lain, ada juga mahasiswa yang merasa lebih percaya diri menggunakan paylater karena memiliki penghasilan sendiri, sehingga merasa lebih aman dalam mengelola pembayaran bulannya. Secara umum, Shopee PayLater dinilai sebagai solusi praktis oleh mahasiswa, namun tetap memerlukan perencanaan keuangan yang matang agar tidak menimbulkan beban finansial di kemudian hari.

**c. Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Shopee Paylater**

Hasil wawancara tentang faktor yang mempengaruhi penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda menunjukkan adanya berbagai pengaruh yang berbeda, baik dari faktor internal maupun eksternal.

Informan AS menyatakan bahwa keputusan untuk menggunakan Shopee PayLater muncul secara mandiri, tanpa adanya pengaruh dari orang lain. Ia mengatakan:

“Tidak ada pihak yang secara langsung memengaruhi saya. Saya mengetahui fitur Shopee PayLater dari media sosial, dan tertarik mencobanya. Untuk pembayaran cicilan, saya tidak terlalu terbebani karena mendapatkan uang saku mingguan dari orang tua. Dari jatah tersebut, saya bisa menyisihkan sebagian untuk membayar cicilan.”

Berbeda dengan AS, informan EJS mengungkapkan bahwa teman-teman di sekitarnya memiliki pengaruh besar dalam mendorongnya menggunakan layanan tersebut. Ia menyampaikan:

“Pengaruh teman sangat besar, karena mereka sering menyarankan untuk menggunakan paylater saja agar cepat, yang penting barang bisa segera dimiliki. Namun, saya sempat mengalami kendala keuangan karena waktu pembayaran cicilan tidak selalu selaras dengan waktu transfer dari orang tua. Akibatnya, saya harus bekerja selama empat bulan untuk membantu memenuhi kebutuhan tersebut. Meskipun begitu, saya selalu berusaha membayar cicilan tepat waktu agar tidak dikenakan denda atau bunga tambahan.”

Informan FRD menyebut bahwa pengaruh utama yang mendorong dirinya menggunakan Shopee PayLater adalah media sosial dan tren yang sedang berlangsung. Ia mengatakan:

“Saya merasa terpengaruh oleh media sosial, karena banyak barang viral yang membuat saya ingin ikut membeli. Untungnya, saya tidak mengalami kesulitan dalam pembayaran cicilan karena sudah menikah, sehingga pembayaran ditanggung oleh suami. Alhamdulillah, saya tidak pernah terlambat membayar cicilan.”

Sementara itu, informan SJ menggunakan Shopee PayLater karena dorongan kebutuhan pribadi dan kemudahan akses layanan tersebut. Ia menyampaikan:

“Saya menggunakan Shopee PayLater karena memang sedang membutuhkan barang tersebut dan saya juga sudah bekerja, sehingga merasa mampu untuk mencicil. Saya melihat bahwa layanan ini mudah digunakan, hanya perlu KTP dan barang bisa langsung dikirim. Saya memilih tenor cicilan enam bulan karena menyesuaikan dengan penghasilan saya.”

Secara keseluruhan, faktor yang mempengaruhi penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa ini cukup beragam. Beberapa faktor eksternal seperti pengaruh teman, media sosial, dan iklan memainkan peran penting dalam keputusan mahasiswa, sementara faktor internal seperti pengelolaan keuangan pribadi dan penghasilan juga turut memengaruhi penggunaan layanan ini. Mahasiswa cenderung menggunakan paylater ketika mereka merasa mampu untuk mengelola cicilan tanpa mengalami kesulitan finansial.

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi penggunaan Shopee PayLater cukup beragam, baik dari internal maupun eksternal. Beberapa mahasiswa mengaku mulai menggunakan PayLater karena pengaruh media sosial dan rasa penasaran pribadi setelah melihat fitur tersebut secara langsung di aplikasi atau dari konten-konten online. Ada pula yang terpengaruh oleh teman, terutama karena dorongan untuk segera memiliki barang tanpa harus menunggu uang terkumpul. Selain itu, kemudahan fitur PayLater, seperti hanya membutuhkan KTP dan proses yang cepat, menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa. Dari sisi kondisi keuangan, sebagian mahasiswa merasa tidak terbebani karena memiliki penghasilan sendiri atau mendapat dukungan finansial rutin dari orang tua atau pasangan. Namun, ada juga yang sempat

mengalami kesulitan mengatur keuangan karena perbedaan waktu antara jatuh tempo cicilan dan tanggal menerima uang kiriman, sehingga harus mencari solusi dengan bekerja paruh waktu. Keseluruhan wawancara menunjukkan bahwa keputusan menggunakan Shopee PayLater tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan semata, tetapi juga oleh lingkungan sosial, gaya hidup digital, serta persepsi terhadap kemudahan layanan finansial berbasis teknologi.

## **5.2 Pembahasan**

### **1. Pemahaman Literasi Keuangan**

Berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner dan wawancara, ditemukan bahwa sebagian besar mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda memiliki tingkat pemahaman yang sangat tinggi terhadap sistem pinjaman online, khususnya layanan Shopee PayLater. Sebanyak 96,1% responden menyatakan bahwa mereka memahami cara kerja sistem ini, termasuk adanya bunga, biaya layanan tambahan, serta risiko keterlambatan pembayaran yang dapat menimbulkan denda. Temuan ini memperlihatkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik dalam aspek pengenalan produk dan layanan keuangan digital. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Nur Sinta dan Lia Ayu (2022) yang menyebutkan bahwa mahasiswa tergolong baik dalam aspek pengelolaan keuangan dan pinjaman, meskipun masih

cukup pada aspek investasi dan asuransi. Pengetahuan mahasiswa ini juga mencerminkan pengaruh dari aspek "perceived behavioral control" dalam Teori Planned Behavior (Ajzen), yang menunjukkan bahwa individu cenderung melakukan suatu tindakan jika mereka merasa mampu mengendalikan dampaknya.

Meski pemahaman dasar terhadap produk pinjaman digital tergolong baik, kemampuan mahasiswa dalam pengelolaan keuangan pribadi masih perlu ditingkatkan. Hanya 62,7% mahasiswa yang menyatakan memiliki anggaran bulanan untuk mengatur pengeluaran. Artinya, lebih dari sepertiga responden belum menerapkan prinsip pengelolaan keuangan yang terencana. Padahal, salah satu aspek penting dalam literasi keuangan menurut OJK adalah kemampuan mengatur keuangan secara sistematis. Wawancara dengan informan EJS menguatkan kondisi ini. Ia menyampaikan bahwa meskipun pada awalnya penggunaan Shopee PayLater membantu, namun pada akhirnya ia mengalami kesulitan dalam pembayaran karena tidak memiliki penghasilan tetap dan belum memahami sepenuhnya cara mengelola keuangan. Ini menunjukkan bahwa pemahaman saja tidak cukup jika tidak diiringi dengan perilaku finansial yang disiplin.

Selanjutnya, dari aspek pengelolaan utang, sebagian besar mahasiswa (84,3%) menyatakan membayar cicilan tepat waktu dan membatasi jumlah utang agar tidak melebihi penghasilan. Ini mencerminkan adanya kesadaran dan sikap yang bertanggung jawab

dalam penggunaan layanan keuangan. Dalam konteks Teori Planned Behavior, hal ini mencerminkan adanya niat dan sikap positif yang diperkuat oleh kontrol perilaku serta norma sosial yang mendukung pengelolaan keuangan yang baik. Namun, wawancara dengan informan DP menunjukkan bahwa norma sosial atau tekanan lingkungan, seperti gengsi dan tren digital, masih berpengaruh terhadap keputusan finansial mahasiswa. Dari indikasi ini menyatakan bahwa terkait dengan penggunaan Shopee PayLater didukung oleh faktor eksternal di luar dari faktor internal. Hal ini sejalan dengan temuan Cindi Amelia (2023) yang menyoroti bahwa gaya hidup dan pengaruh eksternal turut mendorong masyarakat, termasuk mahasiswa, dalam menggunakan pinjaman online tanpa pertimbangan matang.

Dari sisi risiko dan manfaat, sebagian besar responden mengakui bahwa Shopee PayLater memberikan kemudahan dalam pembelian barang serta fleksibilitas pembayaran. Namun, mereka juga sadar bahwa penggunaan berlebihan dapat menimbulkan kesulitan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran risiko yang tinggi terhadap layanan keuangan digital. Wawancara dengan informan NM dan HT juga memperjelas bahwa pemahaman mengenai bunga, denda, serta risiko jeratan pinjaman ilegal sangat penting agar tidak terjebak dalam masalah finansial di kemudian hari. Kesadaran ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mahasiswa sudah cukup berkembang dalam hal identifikasi risiko dan pengambilan

keputusan. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Hasan Sazali dan Fakhrur Rozi (2020) yang menjelaskan bahwa budaya konsumtif digital telah menjadi tantangan besar dalam menjaga stabilitas keuangan generasi milenial.

Seluruh hasil kuesioner dan wawancara juga memperlihatkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki niat finansial yang rasional, misalnya dengan menyatakan hanya akan meminjam dalam keadaan mendesak. Niat ini merupakan refleksi dari komponen niat dalam Teori Planned Behavior, yang terbentuk oleh kombinasi sikap terhadap perilaku, norma sosial, dan kontrol perilaku. Namun demikian, wawancara menunjukkan bahwa masih ada mahasiswa yang belum memiliki keterampilan mengambil keputusan berdasarkan informasi yang mendalam. Misalnya, informan SM dan DP menekankan pentingnya memperbanyak informasi terlebih dahulu sebelum menggunakan layanan pinjaman online. Ini menunjukkan bahwa upaya literasi finansial yang bersifat praktis dan berkelanjutan masih sangat diperlukan.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki sejumlah kesamaan dan perbedaan. Misalnya, hasil ini mendukung temuan Hoirum Saleh Lubis (2023) bahwa masyarakat memilih Shopee PayLater karena kemudahan proses dan fleksibilitas. Namun, penelitian ini memperdalam aspek perilaku dan kesadaran mahasiswa terhadap risiko penggunaan. Sementara itu, temuan ini juga

melengkapi hasil penelitian Cindi Amelia (2023) dengan menyoroti pengaruh eksternal dan tekanan lingkungan sosial dalam penggunaan pinjaman digital oleh mahasiswa. Selain itu, seperti penelitian Nur Sinta dan Lia Ayu (2022), studi ini juga mengonfirmasi bahwa mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, namun masih perlu penguatan pada perilaku finansial sehari-hari.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memahami sistem kerja layanan Shopee PayLater dan memiliki sikap yang cukup bijak terhadap penggunaannya, masih terdapat celah dalam pengelolaan keuangan pribadi, pengambilan keputusan, dan pengaruh lingkungan. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan yang tidak hanya menekankan pada pengetahuan, tetapi juga pembentukan sikap dan kebiasaan finansial yang sehat, menjadi sangat penting. Dalam konteks pendidikan tinggi, diperlukan kurikulum atau kegiatan edukatif yang berfokus pada penguatan kemampuan mengambil keputusan keuangan, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memahami risiko penggunaan layanan pinjaman digital. Dengan pendekatan ini, mahasiswa diharapkan tidak hanya menjadi pengguna layanan keuangan digital yang aktif, tetapi juga cerdas dan bijak dalam setiap keputusan finansial yang mereka ambil.

## **2. Penggunaan Shopee Paylater**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku penggunaan Shopee PayLater oleh mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Hasil yang diperoleh menunjukkan hubungan yang signifikan antara pemahaman literasi keuangan, intensi perilaku, dan faktor eksternal dalam membentuk perilaku finansial mahasiswa. Dalam mengkaji hasil ini, peneliti mengaitkannya dengan teori yang relevan, yaitu Teori Planned Behavior dari Ajzen dan literatur penelitian terdahulu.

Dari hasil kuesioner, sebanyak 60,8% mahasiswa mengakui menggunakan Shopee PayLater karena kemudahan dalam pembayaran cicilan. Temuan ini sejalan dengan teori Planned Behavior yang menyebutkan bahwa persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control) mempengaruhi intensi untuk melakukan suatu tindakan. Mahasiswa merasa dapat mengendalikan penggunaan layanan ini karena prosesnya mudah, cicilan ringan, dan sistem pembayaran yang fleksibel. Hal ini juga diperkuat oleh temuan wawancara, di mana informan AS menyatakan menggunakan Shopee PayLater saat promo besar dan memilih cicilan agar lebih ringan. Ini mencerminkan adanya sikap positif terhadap layanan serta dorongan dari stimulus promosi eksternal.

Namun, terdapat juga risiko yang dirasakan oleh pengguna. Dari hasil survei, 43,1% mahasiswa pernah mengalami keterlambatan

pembayaran tagihan. Informan EJS menjelaskan bahwa kesulitan dalam pelunasan terjadi karena tidak memiliki penghasilan tetap. Di sini, kontrol perilaku berkurang, dan niat baik dalam penggunaan layanan menjadi tantangan akibat kondisi eksternal seperti penghasilan yang tidak stabil. Temuan ini menunjukkan pentingnya pemahaman keuangan pribadi agar penggunaan Shopee PayLater tidak menimbulkan beban finansial.

Jika ditinjau dari aspek literasi keuangan, banyak mahasiswa yang memahami konsekuensi penggunaan paylater. Berdasarkan wawancara dan pengakuan informan seperti SJ, adanya penghasilan tetap menjadi salah satu dasar kepercayaan diri dalam menggunakan cicilan. Ini mendukung pandangan OJK (2022) bahwa literasi keuangan bukan hanya tentang pengetahuan, tetapi juga menyangkut keyakinan dan keterampilan dalam mengelola keuangan. Namun, hasil survei juga memperlihatkan bahwa 60,8% mahasiswa menggunakan Shopee PayLater untuk memenuhi keinginan, bukan kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman literasi belum sepenuhnya diterapkan dalam perilaku nyata, sehingga masih ada celah antara niat dan tindakan aktual.

Dalam konteks Teori Planned Behavior, niat (intention) mahasiswa untuk menggunakan Shopee PayLater dibentuk oleh tiga faktor: sikap terhadap perilaku (kemudahan, promo, fleksibilitas cicilan), norma subjektif (pengaruh sosial dari tren atau teman sebaya), dan kontrol

perilaku (kemampuan membayar). Wawancara dengan informan FRD dan SJ menegaskan bahwa penggunaan layanan ini tidak hanya didorong oleh kebutuhan mendesak, tetapi juga keinginan untuk mengikuti tren atau memanfaatkan promo. Dengan demikian, dari indikasi ini menyatakan bahwa terkait dengan penggunaan Shopee PayLater didukung oleh faktor eksternal di luar dari faktor internal, seperti pengaruh promosi, diskon, media sosial, dan tekanan lingkungan.

Pembahasan ini diperkuat dengan perbandingan terhadap hasil penelitian terdahulu. Penelitian Hoirum Saleh Lubis (2023) menemukan bahwa masyarakat menggunakan Shopee PayLater karena kemudahan proses, cicilan ringan, dan promo menarik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah keduanya sama-sama menggunakan objek Shopee PayLater sebagai fokus utama. Namun, perbedaannya terletak pada subjek penelitian, yaitu masyarakat umum versus mahasiswa, serta tujuan penelitiannya.

Sementara itu, penelitian Cindi Amelia (2023) mengungkap bahwa masyarakat memilih pinjaman online karena faktor internal seperti kebutuhan finansial dan gaya hidup, serta faktor eksternal seperti tekanan ekonomi dan lingkungan sosial. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian saat ini, yang menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater oleh mahasiswa juga dipengaruhi oleh kebutuhan mendesak dan faktor eksternal seperti promosi dan gaya hidup digital. Persamaan

lainnya adalah keduanya menyoroti risiko finansial dan pengaruh sosial sebagai aspek penting dalam penggunaan layanan keuangan digital.

Penelitian Nur Sinta dan Lia Ayu (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan mahasiswa tergolong baik dalam aspek pengelolaan keuangan dan pinjaman, tetapi masih cukup dalam investasi dan asuransi. Hal ini selaras dengan temuan dari penelitian ini, di mana mahasiswa telah menunjukkan pemahaman yang baik terhadap sistem kerja *paylater*, namun implementasi pengelolaan keuangan belum sepenuhnya merata, mengingat masih banyak yang menggunakan layanan untuk keinginan konsumtif. Ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat pengetahuan tinggi, perilaku finansial masih dipengaruhi oleh tekanan eksternal dan keinginan sesaat.

Penelitian Hasan Sazali dan Fakhrur Rozi (2020) mengangkat isu budaya konsumtif digital dan pergeseran pola konsumsi masyarakat milenial. Ini sangat relevan dengan temuan penelitian saat ini, di mana mahasiswa cenderung menggunakan layanan Shopee PayLater tidak hanya untuk kebutuhan, tetapi juga untuk memenuhi gaya hidup digital dan mengikuti tren viral. Hasil wawancara dengan informan FRD yang membeli kamera viral menunjukkan adanya pengaruh budaya digital dalam perilaku konsumsi. Hal ini mendukung pandangan bahwa generasi muda sangat rentan terhadap pengaruh tren online, yang bisa

berdampak pada pengambilan keputusan finansial yang kurang bijak jika tidak dibarengi dengan literasi keuangan yang kuat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan Shopee PayLater oleh mahasiswa sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara literasi keuangan, faktor internal seperti kebutuhan pribadi, serta faktor eksternal seperti promosi, tekanan sosial, dan gaya hidup. Teori Planned Behavior memberikan kerangka yang jelas dalam memahami bagaimana sikap, norma sosial, dan kontrol perilaku membentuk niat mahasiswa dalam menggunakan layanan keuangan digital ini. Sementara itu, literatur sebelumnya memberikan dasar empiris yang kuat bahwa kemudahan layanan, rendahnya pengawasan sosial, dan budaya konsumtif merupakan faktor dominan yang mendorong generasi muda untuk menggunakan paylater.

Dengan demikian, upaya peningkatan literasi keuangan mahasiswa perlu difokuskan tidak hanya pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada pembentukan sikap kritis, kemampuan mengelola keuangan pribadi, dan keterampilan dalam menghadapi tekanan eksternal. Pendidikan keuangan yang komprehensif dan kontekstual sangat penting untuk membekali mahasiswa agar dapat mengambil keputusan keuangan yang bijak di tengah arus digitalisasi layanan finansial yang semakin cepat berkembang.

### 3. Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Shopee Paylater

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner dan wawancara mendalam terhadap mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda, diperoleh temuan bahwa penggunaan Shopee PayLater dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Temuan ini sejalan dengan teori *Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen (1980), yang menjelaskan bahwa niat untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh tiga komponen utama, yakni sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penggunaan Shopee PayLater, sikap positif mahasiswa terhadap layanan ini tercermin dari data kuesioner, di mana 60,8% responden menyatakan bahwa mereka memilih Shopee PayLater karena bunganya lebih rendah dibandingkan dengan pinjaman lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pandangan positif terhadap layanan ini karena menawarkan keuntungan finansial, kemudahan akses, dan efisiensi waktu. Wawancara juga mendukung hal ini; informan seperti SJ dan AS menyatakan bahwa kemudahan proses serta fleksibilitas tenor cicilan menjadi alasan mereka menggunakan layanan ini tanpa merasa terbebani secara finansial. Sikap positif ini tentu berkontribusi terhadap intensi untuk terus menggunakan layanan Shopee PayLater dalam transaksi digital mereka.

Di sisi lain, norma subjektif atau tekanan sosial dari lingkungan sekitar juga menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan mahasiswa. Berdasarkan hasil kuesioner, 52,9% responden mengakui bahwa keputusan mereka untuk menggunakan Shopee PayLater dipengaruhi oleh teman atau keluarga. Hal ini diperkuat melalui wawancara dengan informan EJS, yang mengaku bahwa ia terdorong menggunakan layanan tersebut karena teman-temannya menyarankan dan mempraktikkan hal serupa. Informan FRD juga menyatakan bahwa media sosial dan tren barang viral menjadi pemicu dirinya untuk menggunakan Shopee PayLater agar bisa mengikuti gaya hidup yang sedang populer. Kondisi ini menggambarkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh besar terhadap keputusan penggunaan layanan keuangan digital, terutama di kalangan mahasiswa yang rentan terhadap tekanan sosial dan ingin menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Cindi Amelia (2023), yang mengungkap bahwa pinjaman online digunakan bukan hanya karena kebutuhan, tetapi juga karena pengaruh sosial dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, norma subjektif dalam teori Planned Behavior sangat relevan dalam menjelaskan perilaku penggunaan Shopee PayLater oleh mahasiswa.

Komponen ketiga dalam teori Planned Behavior, yakni persepsi kontrol perilaku, juga terlihat jelas dalam temuan penelitian ini. Persepsi mahasiswa terhadap kemampuan mereka dalam

mengendalikan penggunaan dan pembayaran Shopee PayLater menjadi pertimbangan utama sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut. Informan SJ, misalnya, menyampaikan bahwa ia sudah bekerja dan memiliki penghasilan tetap, sehingga merasa mampu untuk mencicil barang yang dibutuhkan. Sementara itu, informan AS mengaku tidak terbebani karena mendapatkan uang saku mingguan dari orang tua. Namun, kondisi berbeda dialami oleh informan EJS yang sempat mengalami kesulitan keuangan karena waktu pembayaran cicilan tidak sesuai dengan jadwal kiriman uang dari orang tua, sehingga ia harus bekerja sambil selama empat bulan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa merasa memiliki kendali terhadap keuangan mereka, ada kalanya situasi tak terduga dapat menyebabkan tekanan finansial. Hal ini memperkuat pentingnya literasi keuangan dalam membentuk persepsi kontrol perilaku yang realistis. Penelitian Nur Sinta dan Lia Ayu (2022) juga menyoroti pentingnya pemahaman literasi keuangan dalam penggunaan layanan seperti Shopee PayLater. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik akan lebih mampu menyesuaikan keputusan finansial dengan kondisi keuangan pribadi mereka.

Faktor eksternal seperti media sosial, iklan promosi, dan budaya digital juga menjadi pengaruh kuat dalam keputusan penggunaan Shopee PayLater. Berdasarkan kuesioner, respon terhadap pengaruh

promosi atau iklan cukup seimbang (49% menjawab "Ya", 51% menjawab "Tidak"), namun wawancara menunjukkan bahwa eksposur terhadap tren digital sangat memengaruhi mahasiswa. Informan FRD, misalnya, menyatakan bahwa media sosial memainkan peran besar dalam memunculkan keinginan untuk membeli barang-barang yang sedang viral. Hal ini memperlihatkan bagaimana gaya hidup digital dan arus budaya populer mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif dengan menggunakan kredit digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hasan Sazali dan Fakhur Rozi (2020), yang menyoroti bahwa budaya hidup digital telah mendorong generasi milenial ke arah ketergantungan terhadap belanja dan pinjaman online. Shopee PayLater menjadi salah satu produk fintech yang sangat diminati karena kemudahan aksesnya dan kemampuannya menjawab kebutuhan konsumtif masyarakat muda yang terhubung erat dengan tren digital.

Dalam konteks literasi keuangan, hasil penelitian ini menunjukkan adanya variasi tingkat pemahaman mahasiswa. Beberapa informan mampu mengatur pembayaran cicilan karena memiliki penghasilan sendiri atau bantuan dari keluarga. Namun, ada pula mahasiswa yang mengalami kesulitan ketika arus kas tidak sesuai dengan jadwal pembayaran, menunjukkan bahwa belum semua mahasiswa memiliki perencanaan keuangan yang matang. Literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan mahasiswa terjebak dalam utang konsumtif jika

tidak diimbangi dengan kontrol perilaku yang kuat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan mencakup kemampuan untuk membuat keputusan bijak dalam penggunaan produk dan layanan keuangan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pendidikan literasi keuangan yang lebih intensif di kalangan mahasiswa agar mereka tidak hanya memahami fitur layanan digital seperti Shopee PayLater, tetapi juga mampu mempertimbangkan risiko finansial yang menyertainya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater oleh mahasiswa bukan hanya didorong oleh kebutuhan, tetapi juga oleh pengaruh sosial, persepsi terhadap kemudahan, dan ekspektasi gaya hidup. Temuan ini mendukung kerangka teoritis Planned Behavior yang menjelaskan bahwa sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol berperan dalam membentuk niat dan perilaku seseorang. Temuan ini juga sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang mengungkap bahwa faktor-faktor seperti kemudahan layanan, pengaruh lingkungan, literasi keuangan, dan budaya digital sangat memengaruhi perilaku konsumen, khususnya di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, edukasi literasi keuangan yang lebih menyeluruh serta regulasi yang memperkuat perlindungan konsumen perlu terus dikembangkan untuk memastikan bahwa penggunaan layanan kredit digital seperti Shopee PayLater dilakukan secara bijak dan bertanggung jawab.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Mahasiswa menggunakan Shopee PayLater karena faktor kemudahan dan fleksibilitas pembayaran. Mayoritas responden menyatakan bahwa kemudahan dalam sistem cicilan, bunga yang lebih rendah dibanding pinjaman lain, serta fitur akses cepat hanya dengan KTP menjadi daya tarik utama. Layanan ini dianggap mampu membantu mahasiswa memenuhi kebutuhan atau keinginan tanpa harus membayar secara langsung, sehingga lebih sesuai dengan kondisi keuangan mereka yang terbatas.
2. Pengaruh sosial dan gaya hidup digital turut mendorong penggunaan layanan keuangan digital. Hasil wawancara dan survei menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan dalam mendorong mahasiswa mencoba Shopee PayLater. Rasa penasaran, tren di lingkungan sekitar, dan dorongan untuk segera memiliki barang tanpa harus menabung terlebih dahulu menjadi alasan yang sering disebutkan.
3. Mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik, namun masih perlu ditingkatkan. Sebagian besar mahasiswa memahami cara kerja, bunga, dan risiko keterlambatan pembayaran layanan paylater.

Mereka juga menunjukkan kesadaran untuk tidak menggunakan layanan ini secara berlebihan. Namun, masih ada yang menggunakan Shopee PayLater untuk keinginan konsumtif dan mengalami keterlambatan pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman dasar cukup baik, tetap dibutuhkan edukasi lanjutan agar mahasiswa lebih bijak dan bertanggung jawab dalam menggunakan layanan keuangan digital.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

### **1. Bagi Mahasiswa**

Mahasiswa disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan pribadi, terutama dalam hal manajemen utang dan penggunaan layanan keuangan digital. Mereka perlu lebih bijak membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memahami konsekuensi jangka panjang dari penggunaan paylater. Membuat anggaran bulanan dan disiplin dalam pembayaran cicilan adalah langkah penting untuk menjaga stabilitas finansial. Selain itu, mahasiswa juga perlu menghindari penggunaan paylater hanya karena pengaruh lingkungan sosial atau tren.

### **2. Bagi Pihak Universitas**

Universitas diharapkan dapat menyediakan program atau kegiatan edukatif terkait literasi keuangan bagi mahasiswa, seperti

seminar, workshop, atau mata kuliah tambahan yang membahas pengelolaan keuangan pribadi dan risiko layanan keuangan digital. Kampus juga bisa bekerja sama dengan OJK atau lembaga keuangan lainnya dalam memberikan edukasi yang tepat. Peran universitas sangat penting dalam membentuk pola pikir dan kebiasaan keuangan yang sehat sejak dini.

### 3. Bagi Penyedia Layanan Keuangan

Penyedia layanan seperti Shopee PayLater disarankan untuk meningkatkan transparansi informasi terkait bunga, denda, dan risiko penggunaan layanan secara berlebihan. Selain itu, penting bagi platform untuk menyediakan fitur edukasi keuangan di dalam aplikasinya, serta menyesuaikan limit kredit berdasarkan profil risiko pengguna, khususnya mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap. Penyedia juga perlu memperkuat fitur pengingat pembayaran untuk membantu pengguna menghindari keterlambatan.

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak responden lintas program studi, universitas, atau bahkan kota yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih representatif. Penelitian kualitatif mendalam juga dapat dilakukan untuk menggali lebih jauh dampak psikologis, sosial, dan ekonomi dari penggunaan paylater. Selain itu, topik-topik seperti keterkaitan antara literasi digital dan literasi keuangan dalam

penggunaan fintech dapat menjadi bahan kajian yang menarik dan relevan.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Nooriah Mujahidah, “Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar),” n.d.
- Aini, Eni Nur, Anik Lestari Andjarwati, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 2, no. 2 (2020).
- Aladin. “*Jurnal Riset Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya*” 2, no. 2 (July 2018).
- Andrean, Abror Fauzi W. Finaka, “Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia,” Diakses Pada 28 September 2023, n.d., <https://indonesiabaik.id>.
- Diah Pranitasari, Ahmad Nurafif Sidqi, “Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E - Service Quality Dan Kartesius,” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen (Jam)* 18, no. 2 (Oktober 2021).
- Dhany Yudha Pratama Widodo, Henny Prasetyani, “Pengguaan Shopee Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Jual Sebagai Naraahubung Sosial Marketing,” *Journal of System, Information Technology, and Electronic Engineering* 2, no. 2 (December 30, 2022), <https://doi.org/10.31331/jsitee.v1i1.kodeartikl>.
- Eni Nur Aini, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8, no. 1 (June 2020), <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>.
- Indrajit, Richardus Eko, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2015.
- Jeremy Zefanya Yaka Arvante, “Dampak Permasalahan Pinjaman Online dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pinjaman Online,” *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal* 2, no.1 (February 2, 2022): 73–87, <https://doi.org/10.15294/ipmhi.v2i1.53736>.
- Jamaludin, *Waspada Jeratan Pinjaman Online* (Mei, 2023, n.d.).

- Muhammad Basri Lutfiah, “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak” 11, no. 3 (2022), <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>.
- Naning Fatmawatie, “E - Commerce Dan Perilaku Konsumtif” (Kediri Jawa Timur: IAIN Kediri Press, 2022), 39–40.
- Nikijuluw, Gabriella Marysca Enjel, Ari Rorong, and Very Y Londa. “Perilaku Masyarakat Di Era Digital (Studi Di Desa Watutumou III Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara,” n.d.
- Ningsih, Wahyu Setyo & Ita Rahmawati. “Analisis Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Pada Online Shop ‘Shopee,’” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 3 (Agustus 2021).
- Oscar, Dony, Endang Retnoningsih. “Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E - Commerce Berpengaruh Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Online Dengan Metode Technology Acceptance Model,” *Indonesian Journal on Software Engineering* 4, no. 1 (2018).
- Putri, Inggrid Harisma. “Perlindungan Hukum Terhadap Debitur Dalam Perjanjian Pinjaman Online,” *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humanioral* 1, no. 2 (2023): 1–25, <https://doi.org/10.11111>.
- Prima Aulia Delfia Wulandari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Z Di Kota Padang,” *Jurnal Riset Psikologi* 5, no. 4 (2022), <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/14167/pdf>.
- Rodes Ober Adi Guna Pardosi, “Per;Lindungan Hak Penggguna Layanan Pinjaman Online Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia (Protection of the Rights of Online Loan Customers from a Human Rights Perspective),” *Jurnal HAM* 11, no. 3 (Desember 2020), <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.30641/ham.2020.11.353-368>.
- Ricco Herdiyan Saputra Wini Waziana, “Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu - Ibu PKK Pelaku Bisnis” 1, no. 2 (May 2022).

Ranti Tri Anggraini and Fauzan Heru Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja," *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 3, no. 3 (March 12, 2019): 131, <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>.

Raihanah Daulay, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepribadian Terhadap Minat Belanja Online Melalui Aplikasi Lazada," *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 1, 2021.

Silviana Meinawati Putr, "Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis Dan Kepribadian Ekstrovert Pada Wanita Dewasa Awal," *Jurnal Psikologi Perseptual* 7, no. 1 (2021).

[Sri Nurhayati](#), [Wasilah](#) Penerbit Salemba, 18 Agu 2023 - 354 halaman

Susi Susanti, "Persepsi Masyarakat Kota Pekanbaru Tentang Aplikasi Pinjaman Online" 7 (2020).

Tanya Choki, "Metode Penggunaan Spinjam," Diakses Pada 3 Desember 2023, Pukul 13.45 WIB, n.d., <https://help.shopee.co.id/portal/article/72562>.

Wijayanti, Sheila. "Dampak Aplikasi Pinjaman Online Terhadap Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumen Buruh Pabrik," *Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi* 2, no. 2 (2022): 234–233.

"Otoritas Jasa Keuangan, "Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor.77/PJOK.01/2016," n.d.

<https://www.kompasiana.com/hen12684/65cb3df7c57afb69cf72ee02/bagaimana-langkah-langkah-analisis-kualitatif-menurut-miles-dan-huberman>

<https://www.dbs.id/digibank/id/id/articles/apa-itu-5c-dan-7p-dalam-pemberian-kred>

## Lampiran 1

### Wawancara

**(Pertanyaan yang diajukan kepada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda)**

#### **A. Literasi Keuangan**

1. Apa yang anda pahami tentang literasi keuangan dalam penggunaan Shopee Paylater ?
2. Menurut Anda, apakah penting bagi mahasiswa untuk memiliki literasi keuangan?
3. Apakah Anda merasa telah memiliki literasi keuangan yang cukup dalam mengelola keuangan pribadi Anda?

#### **B. Penggunaan Shopee Paylater**

1. Sejak kapan Anda mulai menggunakan Shopee PayLater?
2. Apa saja jenis barang atau kebutuhan yang biasanya Anda beli menggunakan Shopee PayLater?
3. Apakah Anda selalu membayar tagihan SPayLater tepat waktu? Jika tidak, apa kendalanya?
4. Berapa bulan cicilan yang anda ambil dan berapa anda bayar perbulan ? ceritakan sedikit.

#### **C. Factor yang Mempengaruhi Penggunaan Shopee Paylater**

1. Apakah Anda pernah dipengaruhi oleh teman/keluarga untuk mencoba Shopee PayLater?
2. Apakah menurut Anda penggunaan Shopee PayLater dipengaruhi oleh gaya hidup mahasiswa saat ini?
3. Apakah promo, diskon, dan kemudahan cicilan berpengaruh terhadap keputusan Anda menggunakan Shopee PayLater?
4. Menurut Anda, apakah kondisi keuangan pribadi Anda juga menjadi faktor dalam keputusan menggunakan layanan ini?

## Lampiran 2

## Survey

## (Pertanyaan yang diajukan kepada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda)

Bagian 1 dari 5

### KUESIONER PENELITIAN: PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE MELALUI SHOPEE PAYLATER<sup>™</sup> (Studi pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Widyagama Mahakam Samarinda)

B I U E X

Formulir ini merupakan bagian dari penelitian berjudul "Pemahaman Literasi Keuangan dan Penggunaan Pinjaman Online melalui Shopee PayLater", yang bertujuan untuk memahami tingkat literasi keuangan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, penggunaan pinjaman online, serta kecaharian akan risiko dan manfaatnya.

Partisipasi Anda dalam penelitian ini sangat berharga dan bersifat sukarela. Semua jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Mohon isi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan pengalaman pribadi Anda.

Terima kasih atas waktu dan kecewaan Anda dalam mengisi formulir ini! 🙏

**Nama Lengkap \***

Tulis jawaban singkat

**Jenis Kelamin \***

Perempuan

Laki-laki

**Usia \***

20-22 Tahun

23-25 Tahun

>25 Tahun

**Semester \***

Semester 7-8

Semester 9 ke atas

**Sumber pendapatan utama \***

Uang saku dari orang tua

Bekerja sambil kuliah

Beasiswa

Sumber lain

**Pernahkah anda menggunakan shopee paylater? \***

Ya

Tidak

Selesai bagian 1 | Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 2 Pemahaman dan sikap mahasiswa terkait literasi keuangan dan pinjaman online

Tingkat pemahaman terkait pinjaman online, keuangan pribadi, pengelolaan utang, dan resiko dan manfaat penggunaan pinjaman online.

Saya memahami bagaimana sistem pinjaman online seperti shopee paylater \*  
bekerja.

- Ya  
 Tidak

Saya mengetahui bahwa shopee paylater mengenakan bunga atau biaya layanan lainnya. \*

- Ya  
 Tidak

Saya memahami konsekuensi keterlambatan pembayaran shopee paylater (denda dan penalti). \*

- Ya  
 Tidak

Saya memiliki anggaran bulanan untuk mengatur pengeluaran saya. \*

- Ya  
 Tidak

Saya hanya akan meminjam uang jika benar-benar dalam keadaan mendesak. \*

- Ya  
 Tidak

Saya selalu membayar cicilan atau tagihan tepat waktu. \*

- Ya  
 Tidak

Saya membatasi jumlah utang saya agar tidak lebih besar dari penghasilan saya. \*

- Ya  
 Tidak

Shopee paylater mempermudah saya dalam membeli barang tanpa harus membayar langsung. \*

Ya

Tidak

Saya menyadari bahwa penggunaan shopee paylater secara berlebihan dapat menyebabkan kesulitan keuangan. \*

Ya

Tidak

Shopee paylater memberikan fleksibilitas dalam pembayaran karena tersedia opsi cicilan. \*

Ya

Tidak

[Kembali](#) [Berikutnya](#) [Kosongkan for mufr](#)

### Bagian 3 Prilaku Pengguna Shopee Paylater

Saya menggunakan shopee paylater karena kemudahan pembayaran cicilan. \*

Ya

Tidak

Saya pernah mengalami keterlambatan pembayaran tagihan shopee paylater. \*

Ya

Tidak

Saya lebih sering menggunakan shopee paylater untuk keinginan daripada kebutuhan. \*

Ya

Tidak

[Kembali](#) [Berikutnya](#) [Kosongkan for mufr](#)

Bagian 4 Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Shopee Paylater

Teman atau keluarga saya mempengaruhi keputusan saya menggunakan shopee paylater. \*

Ya

Tidak

Saya menggunakan shopee paylater karena sering melihat promosi atau iklan. \*

Ya

Tidak

Saya memilih shopee paylater karena bunganya lebih rendah dibanding pinjaman lainnya. \*

Ya

Tidak

[Kembali](#) [Kirim](#) [Kosongkan for multi](#)

### Lampiran 3

#### Konversi Hasil Persentase Survei ke Jumlah Responden (N = 51 mahasiswa)

| No | Pernyataan   | Jawaban "Ya" (%) | Jumlah "Ya" (orang) | Jawaban "Tidak" (%) | Jumlah "Tidak" (orang) |
|----|--|------------------|---------------------|---------------------|------------------------|
| 1  | Jenis Kelamin: Perempuan   | 76,5%            | 39                  | 23,5%               | 12                     |
| 2  | Usia 20–22 tahun   | 58,8%            | 30                  | 41,2%               | 21                     |
| 3  | Semester 7–8   | 68,6%            | 35                  | 31,4%               | 16                     |
| 4  | Sumber pendapatan utama dari orang tua   | 72,5%            | 37                  | 27,5%               | 14                     |
| 5  | Sumber pendapatan dari bekerja sambil kuliah   | 21,6%            | 11                  | 78,4%               | 40                     |
| 6  | Sumber pendapatan dari beasiswa  | 2%               | 1                   | 98%                 | 50                     |
| 7  | Pernah menggunakan Shopee PayLater   | 47,1%            | 24                  | 52,9%               | 27                     |
| 8  | Memahami sistem kerja pinjaman online  | 96,1%            | 49                  | 3,9%                | 2                      |
| 9  | Mengetahui ada bunga/biaya layanan Shopee PayLater                                   | 96,1%            | 49                  | 3,9%                | 2                      |
| 10 | Mengetahui risiko denda/penalti jika telat bayar                                     | 96,1%            | 49                  | 3,9%                | 2                      |
| 11 | Memiliki anggaran bulanan  | 62,7%            | 32                  | 37,3%               | 19                     |
| 12 | Hanya meminjam dalam keadaan mendesak  | 82,4%            | 42                  | 17,6%               | 9                      |
| 13 | Selalu membayar cicilan/tagihan tepat waktu  | 84,3%            | 43                  | 15,7%               | 8                      |
| 14 | Membatasi utang agar tidak melebihi penghasilan                                      | 82,4%            | 42                  | 17,6%               | 9                      |
| 15 | Shopee PayLater memudahkan membeli barang tanpa bayar langsung                       | 82,4%            | 42                  | 17,6%               | 9                      |
| 16 | Menyadari bahwa penggunaan Shopee PayLater berlebihan bisa sebabkan masalah keuangan | 82,4%            | 42                  | 17,6%               | 9                      |
| 17 | Shopee PayLater memberikan fleksibilitas   | 82,4%            | 42                  | 17,6%               | 9                      |

| <b>No</b> | <b>Pernyataan</b>   | <b>Jawaban<br/>"Ya" (%)</b> | <b>Jumlah<br/>"Ya"<br/>(orang)</b> | <b>Jawaban<br/>"Tidak"<br/>(%)</b> | <b>Jumlah<br/>"Tidak"<br/>(orang)</b> |
|-----------|---|-----------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
|           | melalui opsi cicilan  |                             |                                    |                                    |                                       |
| 18        | Menggunakan Shopee PayLater karena cicilannya mudah                         | 60,8%                       | 31                                 | 39,2%                              | 20                                    |
| 19        | Pernah mengalami keterlambatan pembayaran tagihan Shopee PayLater           | 43,1%                       | 22                                 | 56,9%                              | 29                                    |
| 20        | Lebih sering menggunakan Shopee PayLater untuk keinginan daripada kebutuhan | 60,8%                       | 31                                 | 39,2%                              | 20                                    |
| 21        | Menggunakan Shopee PayLater karena pengaruh teman/keluarga                  | 52,9%                       | 27                                 | 47,1%                              | 24                                    |
| 22        | Menggunakan Shopee PayLater karena sering melihat promosi/iklan             | 49%                         | 25                                 | 51%                                | 26                                    |
| 23        | Memilih Shopee PayLater karena bunga lebih rendah dibanding pinjaman lain   | 60,8%                       | 31                                 | 39,2%                              | 20                                    |

**Lampiran 4**

**Dokumentasi Wawancara**







## Lampiran 5

## Lampiran Wawancara

| No | Inisial Narasumber | Hari, Tanggal           | Waktu         | Lokasi Wawancara                           |
|----|--------------------|-------------------------|---------------|--|
| 1  | NM                 | Kamis, 13<br>Maret 2025 | 11.00<br>WITA | Universitas Widyagama<br>Mahakam Samarinda |
| 2  | EJS                | Kamis, 13<br>Maret 2025 | 11.25<br>WITA | Universitas Widyagama<br>Mahakam Samarinda |
| 3  | HT                 | Kamis, 13<br>Maret 2025 | 11.45<br>WITA | Universitas Widyagama<br>Mahakam Samarinda |
| 4  | SM                 | Senin, 17 Maret<br>2025 | 15.00<br>WITA | Universitas Widyagama<br>Mahakam Samarinda |
| 5  | DP                 | Senin, 17 Maret<br>2025 | 15.40<br>WITA | Universitas Widyagama<br>Mahakam Samarinda |
| 6  | SJ                 | Senin, 17 Maret<br>2025 | 16.00<br>WITA | Universitas Widyagama<br>Mahakam Samarinda |
| 7  | AS                 | Rabu, 19 Maret<br>2025  | 14.00<br>WITA | Universitas Widyagama<br>Mahakam Samarinda |
| 8  | FRD                | Senin, 24 Maret<br>2025 | 10.00<br>WITA | Universitas Widyagama<br>Mahakam Samarinda |