

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi teknologi digital telah mendorong terjadinya perubahan yang cukup besar dalam perilaku keuangan masyarakat Indonesia. Inovasi di bidang *financial technology* (fintech) mendukung pelayanan jasa keuangan agar dapat lebih praktis dan efisien sehingga mendukung aktivitas perekonomian ke arah yang lebih modern (S. I. Putri & Priono, 2024). *Fintech* menghadirkan berbagai fitur sistem pembayaran seperti pembayaran tunai, transfer bank, dompet digital, hingga sistem *paylater* (Setiawati et al., 2024). Salah satu di antara inovasi yang mengalami perkembangan pesat adalah layanan *Buy Now, Pay Later* (BNPL) atau *Paylater*, yang memungkinkan konsumen belanja terlebih dahulu dan melunasi pembayaran pada periode berikutnya.

Penggunaan layanan *paylater* memberikan sejumlah kemudahan bagi konsumen dengan proses pendaftaran yang relatif mudah hanya dengan menggunakan KTP digital (Fitri & Adji, 2024). Dikutip dari laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dikutip oleh Katadata (2025), nilai pembiayaan *paylater* di Indonesia telah mencapai Rp21,89 triliun hingga Mei 2025 yang menunjukkan meningkatnya minat serta ketergantungan masyarakat terhadap layanan kredit digital. Perubahan preferensi masyarakat terhadap metode pembayaran digital juga tertera pada Laporan Perilaku Keuangan *Paylater* Indonesia 2024 terbitan Katadata Insight Center dan Kredivo.



Gambar 1. 1 Metode pembayaran yang digunakan belanja online 2024

Sumber: Laporan Riset Perilaku Pengguna *Paylater* Indonesia 2024 oleh Katadata Insight Center bersama Kredivo

Dari data tersebut menunjukkan bahwa metode pembayaran *paylater* berada pada posisi kedua dengan tingkat penggunaan sebesar 70,5%, mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini sejalan dengan kenaikan total transaksi *paylater* sebesar 21,66% hingga Rp5,54 triliun dalam satu tahun. Secara umum, tren pembayaran digital pada tahun 2024 didominasi oleh penggunaan dompet dan kredit digital. Sebaliknya, metode pembayaran konvensional seperti kartu debit atau kredit, transfer antar bank, serta pembayaran melalui minimarket justru mengalami penurunan. Hal ini menandakan adanya pergeseran perilaku konsumen menuju pemanfaatan teknologi keuangan digital.

Fenomena tersebut tercermin pada Shopee sebagai salah satu platform *marketplace* yang banyak dimanfaatkan oleh kelompok pengguna yang beragam, mulai dari usia remaja hingga dewasa. Shopee menyediakan berbagai fitur yang mempermudah proses transaksi penjual maupun konsumen (Fitri & Adji, 2024). Melalui aplikasi ini konsumen dapat berbelanja kapan pun dan dimana pun melalui gawai atau telepon seluler (Zuliyansah et al., 2024). Di samping itu Shopee juga memberikan tawaran layanan pembayaran gratis berupa *Shopee Paylater*.

Shopee Paylater merupakan sistem pembayaran yang diluncurkan oleh PT Commerce Finance Indonesia, anak perusahaan Shopee berada di bawah naungan Sea Group, serta telah memiliki izin dan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Layanan ini memungkinkan penggunanya untuk menerima barang dahulu serta melakukan pembayaran pada bulan berikutnya sesuai dengan konsep "beli sekarang, bayar nanti". Fleksibilitas dan kemudahan akses yang ditawarkan *Shopee Paylater* menjadikannya sebagai salah satu alternatif pembayaran *non cash* yang semakin diminati (Setiawati et al., 2024).



Gambar 1. 2 E-Commerce yang Sering Diakses di Indonesia Tahun 2025

Sumber: Survei APJII (2025)

Popularitas Shopee sebagai platform *e-commerce* memperkuat posisi Shopee *Paylater* sebagai salah satu layanan *paylater* yang terkenal di kalangan pengguna. Mengutip dari survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau (APJII), Shopee berada pada posisi pertama sebagai situs belanja daring paling sering dikunjungi pengguna internet Indonesia. Hasil dari grafik 1.2 menunjukkan bahwa sebesar 53,22% Shopee menjadi peringkat pertama sebagai *e-commerce* yang sering dikunjungi di Indonesia pada tahun 2025. Dominasi tersebut diperkuat oleh hasil survei Populix (2023) yang menunjukkan Shopee *Paylater* menjadi *top of mind* responden dengan persentase sebesar 89% dan paling sering digunakan oleh responden.

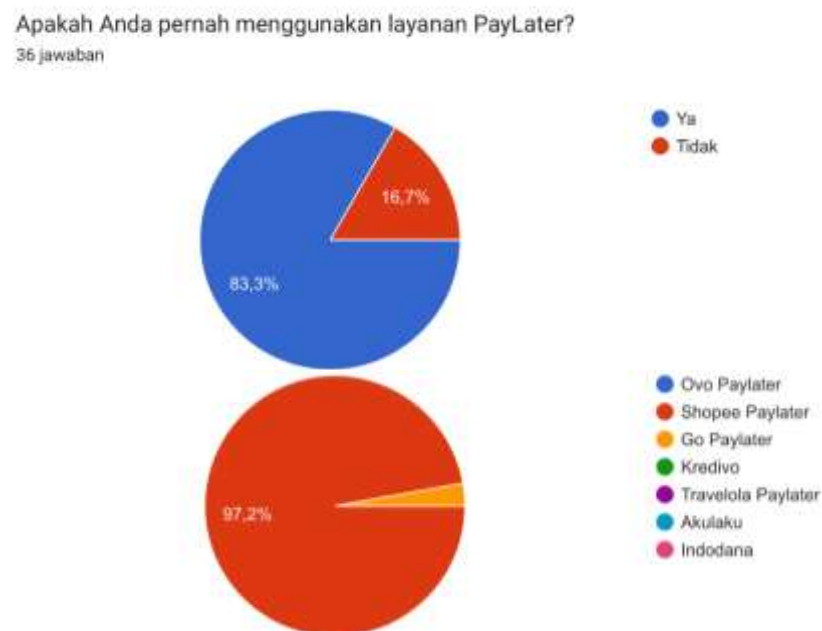


Gambar 1. 3 Layanan Paylater yang paling banyak digunakan

Sumber: survei Populix (2023)

Keterjangkauan layanan *paylater*, fleksibilitas pembayaran, kemudahan proses registrasi turut mendorong peningkatan popularitas *paylater* sebagai opsi pembayaran inovatif di Indonesia. Tingginya tingkat penggunaan *paylater* juga didominasi oleh kelompok usia muda. Survei Katada Insight Center dan Kredivo

(2023) menunjukkan bahwa generasi milenial dan generasi Z adalah pengguna aktif *paylater* terbesar, sementara Laporan IDScore-Pefindo (2024) mengungkapkan bahwa kelompok usia 20-30 tahun mendominasi hingga 48,06% dari total pengguna *paylater*. Fenomena ini mencakup mahasiswa yang merupakan salah satu kelompok sosial yang aktif menggunakan layanan *paylater* (Nugrahanti et al., 2024), meskipun sebagian dari mereka belum memiliki penghasilan tetap sehingga rentan terhadap risiko gagal bayar dan utang. Kurangnya pemahaman terhadap dampak keuangan penggunaan *paylater* dapat membuat individu kurang berhati-hati dalam mengelola risiko sehingga berpotensi menimbulkan masalah keuangan di masa mendatang.



Gambar 1. 4 Penggunaan Layanan Paylater pada Mahasiswa Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur (Pra-Survei)

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Gambar 1.4 menunjukkan data pra-survei yang dilakukan kepada 36 mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur. Berdasarkan hasil pra-survei, dapat diketahui bahwa 83,3% mahasiswa mengaku pernah menggunakan layanan *paylater*, sedangkan 16,7% lainnya belum pernah menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan pernyataan mereka yang pernah menggunakan layanan *paylater*, terlihat bahwa Shopee *Paylater* merupakan layanan yang paling banyak digunakan dibandingkan dengan platform *paylater* lainnya, sehingga dipilih sebagai objek penelitian. Temuan ini sekaligus menjadi dasar peneliti untuk memfokuskan penelitian pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai satu konteks yang dikaji secara mendalam karena memiliki karakteristik dan permasalahan yang layak untuk dilakukan penelitian.

Akses layanan Shopee *Paylater* yang memudahkan pengguna untuk memperoleh barang atau jasa lalu membayarnya di bulan berikutnya memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan jangka pendek. Namun, kemudahan tersebut dapat menimbulkan perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang baik. Ketidakseimbangan antara pengeluaran dan kemampuan pembayaran dapat mencerminkan betapa lemahnya pengendalian serta pengelolaan keuangan pribadi.

Menurut Sari & Pramiana, (2025) *self control* dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam menahan dorongan belanja berlebihan, sehingga mengurangi potensi masalah keuangan. Kontrol diri membantu individu mengelola penggunaan uang secara tepat serta menahan dorongan untuk melakukan pengeluaran yang tidak penting (Putri & Andarini, 2022). *Self control* membentuk

seseorang untuk mengontrol diri dengan tidak melakukan kegiatan yang bisa berdampak negatif. Seseorang yang memiliki pengendalian diri tinggi cenderung memiliki kemampuan untuk mengendalikan keinginan melakukan pembelian secara impulsif, sehingga penggunaan layanan *paylater*, seperti Shopee *Paylater* pun menjadi lebih bijak dan terkontrol. Sebaliknya, seseorang dengan pengendalian diri yang rendah cenderung lebih mudah mengikuti dorongan sesaat tanpa mempertimbangkan dampak keuangan yang dapat terjadi di masa mendatang. Pengaruh *self control* ini berperan penting dalam membentuk perilaku penggunaan *paylater* yang bijaksana.

Selain itu kecenderungan individu dalam memberikan penghargaan atau imbalan kepada diri sendiri (*self reward*) merupakan faktor yang dapat memengaruhi perilaku penggunaan layanan *paylater*. Penelitian Vhalery (2021) menunjukkan bahwa individu yang mampu mengelola *self reward* secara seimbang cenderung lebih terkontrol dalam menggunakan *paylater* sehingga tidak berlebihan. *Self reward* dipahami sebagai bentuk apresiasi terhadap diri sendiri atas pencapaian tertentu yang sering kali diwujudkan melalui aktivitas konsumsi untuk memenuhi dorongan emosional (Putri et al., 2025). Ketidakseimbangan dalam pemberian *self reward* berpotensi mendorong pengeluaran yang tidak terencana dan penggunaan *paylater* secara kurang bijak. Pengeluaran yang tidak terencana tersebut dapat meningkatkan kewajiban jangka pendek tanpa perhitungan kemampuan pembayaran, sehingga berisiko menimbulkan ketidakseimbangan kondisi keuangan pribadi dalam konteks akuntansi.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan disiplin ilmu akuntansi, mengingat akuntansi tidak hanya mencakup pencatatan dan pelaporan keuangan, tetapi juga melibatkan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan serta pengambilan keputusan finansial yang rasional. Mahasiswa akuntansi umumnya dibekali pemahaman dasar melalui mata kuliah pengantar akuntansi yang membangun kemampuan mencatat dan melaporkan transaksi keuangan secara sistematis. Pemahaman tersebut kemudian diperdalam melalui mata kuliah manajemen keuangan yang secara spesifik membahas pengelolaan arus kas, pertimbangan risiko kredit, serta pengambilan keputusan finansial jangka pendek. Bekal keilmuan tersebut seharusnya menjadi modal bagi mahasiswa akuntansi dalam memahami implikasi finansial dari keputusan penggunaan layanan *paylater*. Oleh karena itu, hal tersebut menjadi dasar untuk mengeksplorasi bagaimana mereka mengambil keputusan dalam menggunakan layanan *paylater* di tengah kemudahan akses teknologi keuangan saat ini.

Hasil penelitian terdahulu terkait *self control* menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Rismaya et al., (2025) dan Hadiananto et al., (2023) menemukan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku penggunaan *paylater* pada mahasiswa. Sementara itu, Ganbat et al., (2021) menemukan bahwa *self control* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *paylater*, namun justru berpengaruh signifikan terhadap risiko kredit, karena kurangnya pengendalian diri memicu pengeluaran berlebihan sehingga tidak ada ruang untuk membayar pinjaman.

Sementara itu, penelitian Lawry, (2022) menunjukkan bahwa *self gifting* mendorong niat berbelanja lewat kemudahan transaksi digital. Di sisi lain penelitian Seo & Hodges, (2020) menemukan adanya fenomena *impulse self-gifting behavior*, di mana motivasi penghargaan sering kali bersifat impulsif dan sulit dikendalikan, sehingga justru mendorong penggunaan instrumen utang yang memudahkan belanja tanpa perencanaan, hal ini mengindikasikan bahwa meskipun *self reward* dipahami sebagai bentuk apresiasi diri, dari perspektif akuntansi aktivitas ini sering menjadi pemicu pengeluaran yang tidak terencana yang dapat mengganggu stabilitas arus kas pribadi. Kesenjangan penelitian ini terletak pada bagaimana *self reward* kerap dijadikan alasan untuk menambah kewajiban jangka pendek tanpa perhitungan kemampuan pembayaran yang matang, sehingga berisiko menimbulkan ketidakseimbangan keuangan.

Berdasarkan penelitian terdahulu terlihat adanya kesenjangan penelitian yakni masih terbatasnya kajian yang menguji pengaruh *self control* dan *self reward* secara simultan terhadap perilaku penggunaan Shopee Paylater, terutama pada mahasiswa akuntansi. Di sisi lain, penelitian terdahulu cenderung lebih banyak fokus pada perilaku manajemen keuangan dan pengelolaan keuangan, bukan pada perilaku penggunaan Shopee Paylater sebagai bentuk keputusan penggunaan layanan tersebut. Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena berada pada kelompok usia muda yang paling banyak menggunakan layanan paylater. Oleh sebab itu, penelitian ini dilaksanakan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis perilaku penggunaan Shopee Paylater yang dipengaruhi oleh *self control* dan *self reward* pada mahasiswa.

Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor psikologis yang dapat memengaruhi perilaku penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa. Penggunaan *paylater* yang tidak terkontrol berpotensi menimbulkan risiko gagal bayar yang dalam perspektif keuangan mencerminkan ketidakseimbangan antara kewajiban jangka pendek dan kemampuan arus kas individu (Nugrahanti et al., 2024). Kondisi ini tidak hanya berdampak pada kondisi finansial tetapi juga dapat memengaruhi riwayat kredit di masa depan. Bagi mahasiswa akuntansi sebagai calon akuntan, kemampuan mengelola utang dan mengambil keputusan finansial secara rasional menjadi aspek penting. Oleh sebab itu, penting untuk mengkaji faktor psikologis seperti *self control* dan *self reward* yang dapat memengaruhi perilaku penggunaan *paylater*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *self control* dan *self reward* terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur. Secara lebih spesifik penelitian ini akan mengkaji sejauh mana kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri sebelum mengambil tindakan (*self control*) dan pemberian penghargaan pada diri sendiri setelah pencapaian tertentu (*self reward*) berpengaruh terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater*. Pemahaman mengenai peran kedua faktor tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang pola penggunaan Shopee *Paylater* di lingkup mahasiswa serta menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan layanan *paylater*.

Perilaku penggunaan *paylater* yang tidak terkendali menunjukkan adanya peran faktor psikologis terutama *self control* dan *self reward*. *Theory of planned*

behavior menjelaskan bahwa keputusan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital dipengaruhi terhadap sikap terhadap perilaku, norma subjektif dari lingkungan sosial, dan juga persepsi kontrol terhadap tindakan finansial. Penelitian ini mengisi kesenjangan literatur dengan menggabungkan variabel *self control* dan *self reward* sebagai faktor psikologis yang memengaruhi perilaku penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur. Pengkajian kedua variabel tersebut secara bersamaan di tengah perkembangan layanan keuangan digital diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengertian yang lebih komprehensif berkaitan perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Selain itu, diharapkan melalui penelitian ini dapat membantu mahasiswa supaya lebih bijak dalam mengatur penggunaan layanan *paylater* melalui pengendalian diri. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Self Control* dan *Self Reward* Terhadap Perilaku Penggunaan Shopee *Paylater* pada Mahasiswa Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada tulisan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *self control* memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater* ?
2. Apakah *self reward* memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh *self control* terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Untuk dapat menganalisis pengaruh *self reward* terhadap perilaku penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam perkembangan literatur perilaku keuangan, khususnya dalam memahami pengaruh antara *self control* dan *self reward* sebagai faktor psikologis utama yang memengaruhi perilaku penggunaan layanan keuangan digital Shopee *Paylater*. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat khususnya mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur mengenai bagaimana cara pengendalian diri dan penghargaan diri dapat berdampak pada pengelolaan keuangan pribadi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperluas pengetahuan praktis tentang bagaimana *self control* dan *self reward* memengaruhi perilaku penggunaan Shopee *Paylater* di lingkup mahasiswa Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur serta untuk memenuhi syarat penyelesaian tugas akhir akademik.

b. Bagi UPN “Veteran” Jawa Timur

Memberikan wawasan yang bermanfaat terkait pengaruh faktor psikologis dalam penggunaan layanan Shopee *Paylater*, yang dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengembangan edukasi keuangan bagi mahasiswa, khususnya dalam aspek pengelolaan keuangan mahasiswa.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian berikutnya yang akan mengkaji penelitian serupa supaya dapat lebih dikembangkan untuk menunjang keberhasilan penelitiannya.