

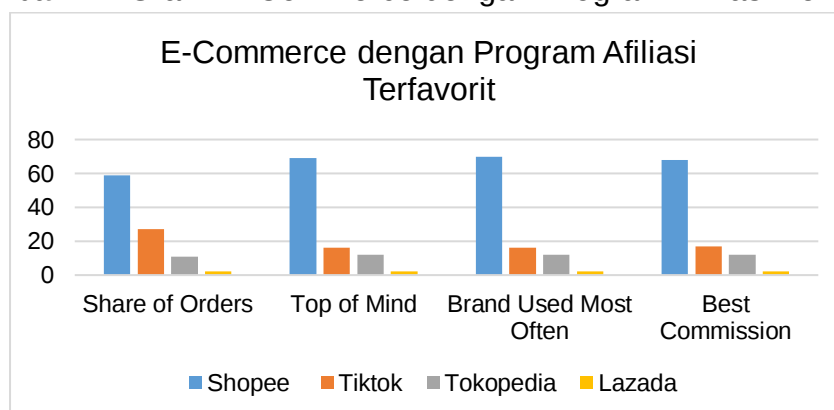
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

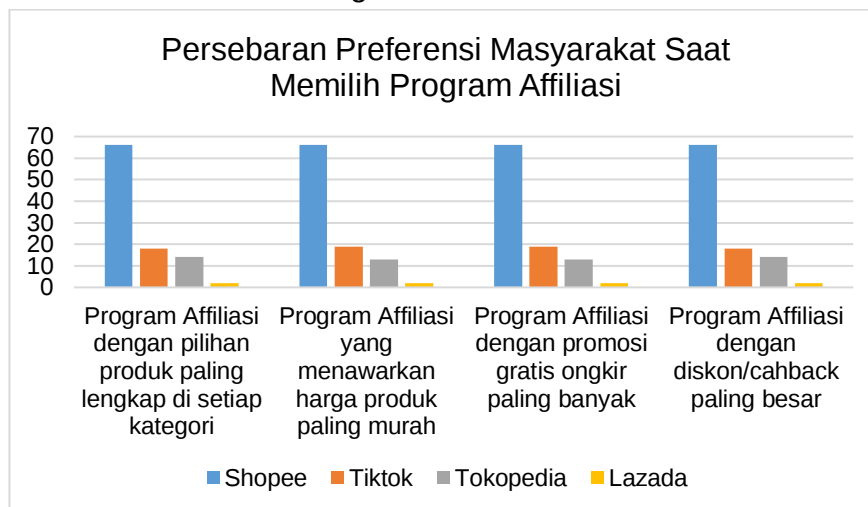
Pandemi global telah mendorong perubahan signifikan dalam pola perilaku masyarakat, terutama dalam pemanfaatan teknologi untuk menjalankan berbagai aktivitas secara daring. Pergeseran ini mendorong produsen, penjual, dan pelaku pasar untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam menghadapi dinamika pasar digital. Seiring dengan perkembangan teknologi, peluang memperoleh pendapatan secara online pun semakin terbuka luas. Salah satu model bisnis yang mengalami peningkatan popularitas adalah program afiliasi (*affiliate*) (Kadarsih et al., 2024). Melalui program ini, Shopee mengajak pengguna untuk mempromosikan produk yang tersedia di platform dengan membuat konten visual maupun naratif dan membagikan tautan produk tersebut. Afiliator akan memperoleh komisi apabila terjadi pembelian melalui tautan yang mereka sebar (Qori, 2024).

Gambar 1.1 Grafik E-Commerce dengan Program Afiliasi Terfavorit



Sumber: CNBC Indonesia (2023)

Gambar 1.2 Grafik Persebaran Preferensi Masyarakat Saat Memilih Program Afiliasi



Sumber: CNBC Indonesia (2023)

Berbagai platform e-commerce, seperti Shopee, TikTok, Tokopedia, dan Lazada, menyediakan program afiliasi bagi para penggunanya. Data Snapcart yang dikutip oleh CNBC Indonesia (2023) menunjukkan bahwa Shopee mendominasi preferensi masyarakat dalam program afiliasi dibandingkan platform lainnya. Shopee unggul dalam beberapa indikator utama, yaitu share of orders sebesar 59%, top of mind sebesar 69%, merek yang paling sering digunakan sebesar 70%, serta persepsi komisi terbaik sebesar 68%. Menurut (Khoirul, 2023), Masyarakat memilih Shopee karena platform tersebut menawarkan produk yang lengkap, harga yang relatif murah, promosi gratis ongkir, serta diskon dan cashback yang besar dengan persentase sekitar 65–67%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Shopee berhasil membangun citra sebagai platform afiliasi utama sekaligus mempertahankan kepercayaan pengguna melalui berbagai keunggulan yang dirasakan secara langsung.

Shopee Affiliate Program memberikan kemudahan akses dan peluang pendapatan sehingga banyak masyarakat menjadikannya sebagai sumber penghasilan tambahan. Perkembangan teknologi digital membuka peluang ekonomi baru yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan. Program ini memungkinkan individu memperoleh pendapatan dengan risiko yang relatif kecil, fleksibilitas waktu yang tinggi, serta tanpa memerlukan modal awal (Devega & Nyoto, 2024). Pada awalnya, kegiatan afiliasi lebih banyak dilakukan oleh kalangan selebritas, namun saat ini program tersebut dapat diikuti oleh siapa saja yang memiliki akun media sosial. Peningkatan aksesibilitas dan kemudahan pendaftaran mendorong masyarakat, mulai dari pelajar hingga ibu rumah tangga, untuk bergabung sebagai affiliator, bahkan sebagian menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama (Sulthonuddin & Rahayu, 2024).

Meskipun program afiliasi menawarkan peluang pendapatan yang semakin luas, kondisi ekonomi yang tidak stabil tetap memengaruhi kesejahteraan keuangan masyarakat. Ketidakpastian ekonomi, kenaikan harga kebutuhan pokok, serta pendapatan yang cenderung stagnan dapat mengganggu stabilitas keuangan keluarga (Aprilia, 2020). Banyak individu saat ini lebih memprioritaskan gaya hidup konsumtif dan peningkatan pendapatan tanpa memperhatikan investasi maupun tabungan sebagai bentuk perencanaan keuangan. Pola tersebut berdampak negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi dan berpotensi menurunkan kesejahteraan pada masa kini maupun masa mendatang (Andanika et al., 2020).

Perkembangan teknologi yang disertai promosi dan penawaran menarik turut mendorong perilaku belanja impulsif sehingga masyarakat sering melakukan pembelian melebihi kebutuhan (Dayanti, 2024).

Dalam kondisi ekonomi yang berfluktuasi, keluarga perlu menyusun perencanaan keuangan yang tepat untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin terjadi. Ketidakstabilan ekonomi dapat menyebabkan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar apabila keluarga tidak memiliki perencanaan yang matang (Ratnaningtyas et al., 2021). Keluarga perlu mengelola pendapatan dan konsumsi secara optimal agar pemenuhan kebutuhan dapat tercapai dan kesejahteraan yang diharapkan dapat terwujud. Perencanaan keuangan yang baik membantu keluarga mengalokasikan sumber daya secara efisien sehingga mereka lebih siap menghadapi perubahan ekonomi dan kebutuhan di masa mendatang. Penerapan akuntansi rumah tangga menjadi penting karena dapat memberikan ketenangan dan keteraturan dalam pengelolaan keuangan keluarga (Sukrianto & Lakoro, 2022).

Kemudahan transaksi melalui internet meningkatkan minat masyarakat terhadap aktivitas belanja daring. Kondisi tersebut mendorong munculnya perilaku *impulsive buying*, yaitu pembelian tanpa perencanaan yang dipicu oleh emosi sesaat, rendahnya pengendalian diri, serta dorongan eksternal seperti promosi dan diskon (Darmawan & Gatheru, 2021). Perilaku ini menimbulkan dampak negatif terhadap keuangan rumah tangga, seperti munculnya pengeluaran yang tidak terencana dan

kesulitan dalam mengelola anggaran keluarga (Bahrah & Fachira, 2021). Gaya hidup modern yang didukung oleh kemudahan akses belanja daring turut memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif dalam masyarakat. Keluarga perlu menerapkan perencanaan keuangan yang sehat untuk meningkatkan kesadaran dalam mengendalikan *impulsive buying* dan mendorong pengelolaan keuangan yang lebih bijaksana (Almasyhari et al., 2024).

Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi di era digital mendorong setiap individu untuk menerapkan strategi pengelolaan keuangan yang terukur dan berkelanjutan, khususnya dalam lingkup rumah tangga. Akuntansi rumah tangga memegang peran penting dalam proses perencanaan, pencatatan, dan pengambilan keputusan keuangan. Namun, tidak semua rumah tangga telah menerapkan praktik tersebut secara optimal dalam kehidupan sehari-hari. Proses pencatatan keuangan yang sistematis membantu rumah tangga mengelola pendapatan dan pengeluaran secara lebih tertib dan terkontrol (Mulyani & Budiman, 2020). Setiap rumah tangga perlu menerapkan praktik akuntansi rumah tangga yang mencakup penganggaran, perencanaan, pencatatan, dan pengambilan keputusan agar kebutuhan dapat terpenuhi sesuai dengan kondisi keuangan yang sehat dan stabil (Sukrianto & Lakoro, 2022).

Untuk memastikan penerapan akuntansi rumah tangga berjalan efektif, individu perlu memahami perilaku keuangan dalam mengelola keuangan pribadi maupun keluarga. Perilaku keuangan atau *financial*

behavior berkaitan dengan tanggung jawab seseorang dalam merencanakan, mengelola, dan menyimpan dana secara tepat. Individu yang memiliki perilaku keuangan yang baik mampu mengatur pendapatan dan pengeluaran secara seimbang serta terkontrol (Hadi & Andhaniwati, 2022). Dalam lingkup rumah tangga, *financial behavior* mencerminkan tindakan merencanakan, melaksanakan, memantau, mengevaluasi, dan mengendalikan penggunaan sumber daya ekonomi keluarga. Dengan perilaku keuangan yang baik, setiap anggota keluarga dapat mengoptimalkan pemenuhan kebutuhan secara lebih terarah dan berkelanjutan (Sina, 2020).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa program Shopee Affiliate memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan serta pemberdayaan ekonomi masyarakat dari beragam latar belakang, seperti ibu rumah tangga, mahasiswa, dan masyarakat pedesaan (Hamzah et al., 2023; Sari & Ingias, 2024; Waluya et al., 2024; Chen et al., 2022; Sulthonuddin & Rahayu, 2024; Balqis & Mustofa, 2023; Agistiani et al., 2023; Daenara & Bisma, 2023; Luo & Niu, 2019; Devega & Nyoto, 2024). Sejumlah studi lain menegaskan pentingnya praktik akuntansi rumah tangga dan perilaku keuangan dalam menciptakan stabilitas pengelolaan keuangan keluarga melalui kegiatan pencatatan, penyusunan anggaran, serta pengendalian pengeluaran secara konsisten (Wibowo et al., 2023; Mulyani et al., 2024; Yani & Purwanti, 2024; Mahapatra & Mishra, 2020; Ratnawati et al., 2023; Xu et al., 2022; Anggraeni et al., 2022; Zulaihati &

Widyastuti, 2020; Silaya et al., 2019; Sui et al., 2021). Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya keterkaitan antara peningkatan pendapatan dan kualitas perilaku finansial dalam rumah tangga, namun belum secara spesifik menjelaskan bagaimana karakteristik pendapatan berbasis komisi digital memengaruhi praktik akuntansi rumah tangga. Sebagian besar penelitian masih memosisikan pendapatan sebagai variabel umum tanpa membedakan sumber pendapatan konvensional dan pendapatan berbasis platform digital. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang secara khusus menguji dinamika pendapatan afiliasi dalam konteks pengelolaan keuangan rumah tangga untuk mengisi kekosongan kajian pada ranah ekonomi digital.

Sejumlah penelitian mengenai *impulsive buying* di platform Shopee menunjukkan bahwa perilaku belanja tanpa perencanaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti motivasi hedonis, pengaruh sosial, tampilan visual produk, gaya hidup konsumtif, serta promosi berupa diskon dan gratis ongkir (Ngo et al., 2024; Kurohman & Riva'i, 2023; Fitria & Istiyanto, 2024; Sihombing & Sukati, 2022; Rosadi & Andriani, 2023). Berbagai studi telah membahas pendapatan afiliasi, perilaku keuangan, akuntansi rumah tangga, dan *impulsive buying* secara terpisah dalam kerangka penelitian yang berbeda. Namun, penelitian yang menghubungkan secara langsung pendapatan dari *Shopee Affiliate Program* dengan praktik akuntansi rumah tangga serta menempatkan *financial behavior* sebagai variabel moderasi masih sangat terbatas dan belum teruji secara empiris dalam

satu model integratif. Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya research gap berupa belum adanya pengujian simultan antara pendapatan digital dan perilaku konsumtif terhadap kualitas pengelolaan keuangan rumah tangga. Kondisi ini menegaskan urgensi penelitian yang mampu membangun model komprehensif untuk menjelaskan interaksi antarvariabel dalam konteks ekonomi digital.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner awal kepada individu yang mengikuti program Shopee Affiliate, peneliti memperoleh gambaran mengenai karakteristik dan pola pengelolaan keuangan responden. Hasil awal menunjukkan bahwa program tersebut banyak diminati oleh perempuan dari kalangan Generasi Z dan Milenial dengan latar belakang pendidikan S1 serta masa keikutsertaan satu hingga dua tahun. Sebagian besar responden memperoleh pendapatan dalam jumlah relatif kecil yang mereka anggap sebagai tambahan, kemudian mengelola keuangan rumah tangga secara sederhana melalui penyusunan anggaran bulanan. Temuan awal tersebut mengindikasikan adanya praktik akuntansi rumah tangga yang masih bersifat dasar dan belum sepenuhnya terstruktur. Di sisi lain, intensitas interaksi responden dengan platform Shopee berpotensi meningkatkan kecenderungan *impulsive buying* sehingga menimbulkan dinamika antara perolehan pendapatan affliator melalui shopee affiliate program dan pola konsumsi rumah tangga.

Di sisi lain, peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan keuangan keluarga menunjukkan bahwa *financial behavior* memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi rumah tangga. Nilai keterbukaan, tanggung jawab, dan kerja sama tercermin dalam kebiasaan keuangan sehari-hari, meskipun sebagian keluarga belum menerapkan perencanaan jangka panjang seperti investasi dan pembentukan dana darurat secara sistematis. Kondisi tersebut menegaskan bahwa kualitas *financial behavior* dapat menentukan bagaimana pendapatan dari Shopee Affiliate dan kecenderungan *impulsive buying* memengaruhi praktik akuntansi rumah tangga. Namun, penelitian-penelitian sebelumnya belum secara komprehensif menguji peran *financial behavior* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pendapatan *affiliator* dari *shopee affiliate program* dan *impulsive buying* terhadap akuntansi rumah tangga. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menjelaskan secara empiris bagaimana interaksi ketiga variabel tersebut membentuk kualitas akuntansi rumah tangga di era ekonomi digital.

Pemilihan judul "Pengaruh Pendapatan *Affiliator* dari *Shopee Affiliate Program* Terhadap Akuntansi Rumah Tangga yang Dimoderasi oleh *Financial Behavior*" didasarkan pada relevansinya dengan perkembangan pesat tren digital e-commerce. Penelitian ini memfokuskan analisis pada pengaruh pendapatan dari Shopee Affiliate Program dan perilaku *impulsive buying* terhadap praktik akuntansi rumah tangga. Dalam

kerangka tersebut, penelitian ini menempatkan *financial behavior* sebagai variabel moderasi untuk memahami peran perilaku keuangan individu dalam memperkuat atau memperlemah dampak pendapatan terhadap pengelolaan keuangan keluarga. Selain itu, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan literatur dengan mempertimbangkan konteks spesifik penggunaan Shopee Affiliate Program di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan perspektif baru mengenai hubungan antara pendapatan digital, perilaku konsumtif, dan praktik akuntansi rumah tangga.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pendapatan *affiliator* dari *Shopee Affiliate Program* terhadap akuntansi rumah tangga?
2. Apakah terdapat pengaruh *impulsive buying* terhadap akuntansi rumah tangga?
3. Apakah terdapat pengaruh pendapatan *affiliator* dari *Shopee Affiliate Program* terhadap akuntansi rumah tangga yang dimoderasi oleh *financial behavior*?
4. Apakah terdapat pengaruh *impulsive buying* terhadap akuntansi rumah tangga yang dimoderasi oleh *financial behavior*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan *affiliator* dari *Shopee Affiliate Program* terhadap akuntansi rumah tangga
2. Untuk mengetahui pengaruh *impulsive buying* terhadap akuntansi rumah tangga
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan *affiliator* dari *Shopee Affiliate Program* terhadap akuntansi rumah tangga yang dimoderasi oleh *financial behavior*
4. Untuk mengetahui pengaruh *impulsive buying* terhadap akuntansi rumah tangga yang dimoderasi oleh *financial behavior*.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoritis dan praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Manfaat Praktis

Dengan melakukan penelitian "Pengaruh Pendapatan *Affililator Shopee Affiliate Program* dan *Impulsive Buying* Terhadap Akuntansi Rumah Tangga yang Dimoderasi oleh *Financial Behavior*" diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dengan menyediakan wawasan tentang bagaimana pendapatan tambahan dari *Shopee Affiliate Program* dan *impulsive buying* memengaruhi pengelolaan keuangan rumah tangga

dan bagaimana *financial behavior* dapat memoderasi dampaknya. Dengan demikian, penelitian ini membantu keluarga dalam merencanakan dan mengelola anggaran rumah tangga mereka lebih efektif, meningkatkan dan merumuskan strategi pengelolaan pendapatan yang optimal, serta mendukung pembuatan kebijakan dan program edukasi keuangan yang lebih baik berdasarkan pemahaman yang mendalam tentang interaksi antara pendapatan dari *Shopee Affiliate Program*, *impulsive buying*, akuntansi rumah tangga, dan perilaku keuangan.

2. Manfaat Teoretis

Penelitian tentang "Pengaruh Pendapatan *Affiliator Shopee Affiliate Program* dan *Impulsive Buying* Terhadap Akuntansi Rumah Tangga yang Dimoderasi oleh *Financial Behavior*" memberikan manfaat teoritis dengan memperluas pemahaman mengenai interaksi antara pendapatan dari *Shopee Affiliate Program* dan *impulsive buying* terhadap praktik akuntansi rumah tangga dalam konteks *financial behavior*. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori, menambah dimensi baru pada teori-teori yang ada dan membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut terkait keuangan rumah tangga dengan mengintegrasikan konsep-konsep dari pendapatan, *impulsive buying*, akuntansi rumah tangga, dan *financial behavior*, serta menawarkan perspektif baru tentang bagaimana pendapatan memengaruhi keputusan keuangan dan pencatatan dalam rumah tangga.