

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE DI SHOPEE (IBU PKK DESA DUKUH MADUREJO)

Lia Nur Fadhilah
Universitas Nusa Cendana
lia.fadhilah@staff.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif belanja online pada ibu rumah tangga yang tergabung dalam PKK Desa Dukuh Madurejo. Perkembangan e-commerce yang disertai kemudahan sistem pembayaran digital mendorong perubahan pola konsumsi, khususnya melalui fitur paylater yang memungkinkan pembelian tanpa pembayaran langsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden yang aktif berbelanja di platform Shopee dan menggunakan Shopee PayLater dalam enam bulan terakhir. Teknik analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga. Selain itu, penggunaan Shopee PayLater juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan Shopee PayLater mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 24,2%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan dan penggunaan paylater yang bijak menjadi faktor penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif, khususnya di kalangan ibu rumah tangga sebagai pengelola keuangan keluarga.

Kata kunci : Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy and the use of Shopee PayLater on the online shopping consumer behavior of housewives who are members of the PKK (Family Welfare Movement) in Dukuh Madurejo Village. The development of e-commerce accompanied by the convenience of digital payment systems encourages changes in consumption patterns, particularly through the PayLater feature that allows purchases without direct payment. This study uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires from 100 respondents who actively shopped on the Shopee platform and used Shopee PayLater in the last six months. The data analysis technique was carried out using multiple linear regression with the help of SPSS version 23. The results showed that financial literacy has a positive and significant effect on the consumer behavior of housewives. In addition, the use of Shopee PayLater was also proven to have a positive and significant effect on consumer behavior. The coefficient of determination value shows that financial literacy and the use of Shopee PayLater are able to explain consumer behavior by 24.2%, while the rest is influenced by other factors outside the research model. These findings indicate that increasing financial literacy and wise use of paylater are important factors in controlling consumer behavior, especially among housewives as family financial managers.

Keywords : Financial Literacy, Use of Shopee Paylater, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Perubahan yang ada saat ini sangat dinamis, dimana perkembangan teknologi digital membawa perubahan yang signifikan. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Jumlah Penduduk Terkoneksi Internet 2021- 2022) menunjukkan bahwa total pengguna internet di Indonesia hingga tahun 2022 mencapai 210 juta dengan persentase 77,02% dari jumlah total populasi sebanyak 272 Juta (*Profil Internet Indonesia*, 2022). Sehingga perkembangan internet yang awalnya menjadi alat komunikasi jarak jauh berubah menjadi kebutuhan social yang harus di penuhi (Fatmawati, 2020).

Hal ini juga terlihat dengan semakin populernya dan berkembangnya platform pembelian online atau e-commerce yang ada,serta mengubah kebiasaan dengan melakukan berbelanja online (Olii et al., 2020).

Salah satu e-commerce yang di gunakan ibu-ibu adalah Shopee. Shopee dianggap sangat memudahkan masyarakat dalam memperoleh kebutuhan mereka serta disisi lain memudahkan penjual dalam menjangkau pembeli dengan jarak yang jauh (Maulana et al., 2021). Shopee tidak hanya sebagai suatu perantara dalam bertransaksi, tetapi juga bertanggungjawab atas proses pemasaran, penjualan, pengiriman, serta pelayanan bagi para pelanggan (Ayu & Lahmi, 2020).

Salah satu inovasi yang turut mendorong perilaku konsumtif di ranah belanja online adalah kemudahan akses belanja online. Kemudahan ini salah satunya dengan didukung berbagai fitur pembayaran inovatif seperti Shopee PayLater atau dengan kata lain ini memudahkan konsumen untuk belanja terlebih dahulu bayar di akhir. Selain itu tersedianya produk yang semakin bervariasi di Shopee memicu ibu-ibu untuk membeli produk-produk yang kurang dibutuhkannya. Kemudahan ini turut mengubah perilaku konsumen, dimana fenomena ini sangat relevan di kalangan ibu rumah tangga yang, selain sebagai pengelola keuangan keluarga, juga menjadi target utama berbagai promosi daring (I. C. Putri et al., 2023). Apabila perilaku ini tidak dikendalikan, dapat menimbulkan perilaku konsumtif, yaitu perilaku membeli produk dengan lebih

mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Ahmad, 2022).

Perilaku konsumtif merupakan gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa menimbang dengan matang dengan tujuan untuk memenuhi keinginan pribadi semata dan bukan lagi atas tujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar yang dijadikan pemenuhan gaya hidup untuk bisa tampil mewah (Insana & Johan, 2020). Berdasarkan observasi yang ditemukan di lapangan bahwa konsumsi barang melalui belanja online bagi kalangan ibu-ibu saat ini adalah fenomena nyata yang selalu menjadi pembicaraan hangat pada berbagai kesempatan. Literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif, karena pengetahuan dan pemahaman terkait pengelolaan keuangan dapat membantu individu membuat keputusan pembelian yang lebih rasional dan terencana. Namun, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang rendah dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif, terutama ketika dihadapkan pada kemudahan bertransaksi dan tawaran promo yang menarik di platform e-commerce (M. R. A. Putri & Putri, 2024).

Ibu rumah tangga yang memiliki literasi keuangan rendah cenderung lebih mudah terdorong untuk melakukan pembelian impulsif, tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang baik dapat membantu individu mengendalikan perilaku konsumtif dan membuat keputusan keuangan yang lebih bijaksana.(Diskhamarzeweny et al., 2022). Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan sering kali menyebabkan perilaku konsumtif yang impulsif, di mana konsumen cenderung membeli barang yang tidak dibutuhkan hanya karena tergiur promo atau kemudahan pembayaran (Diskhamarzeweny et al., 2022).

Selain faktor literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan akses kredit instan dan penundaan pembayaran sering kali mendorong konsumen untuk membeli barang di luar kebutuhan, demi memanfaatkan promo atau diskon yang ditawarkan (Aftika & Yulistia,

n.d.). Selain itu penggunaan Shopee PayLater berhubungan positif dengan peningkatan perilaku konsumtif, baik pada generasi muda maupun pada ibu rumah tangga sebagai pengelola keuangan keluarga.

Fenomena ini menjadi perhatian penting, mengingat perilaku konsumtif yang tidak terkontrol dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan individu, seperti terjebak dalam utang atau kesulitan mengelola pengeluaran bulanan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana literasi keuangan dan penggunaan Shopee PayLater secara simultan memengaruhi perilaku konsumtif berbelanja online, khususnya di kalangan pengguna Shopee. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee pada ibu rumah tangga (N. Putri, 2023).

KAJIAN TEORI

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku individu dalam mengelola keuangan pribadi sehingga dapat membuat keputusan keuangan yang tepat dan meningkatkan kesejahteraan finansial ((OJK), 2025). Literasi keuangan sebagai keterampilan yang harus dimiliki setiap individu untuk memperbaiki taraf hidup melalui pengelolaan produk dan jasa keuangan secara tepat. Sementara itu, Chen dan Volpe (1998) mengartikan literasi keuangan sebagai pengetahuan untuk mengelola keuangan agar bisa hidup lebih sejahtera di masa yang akan datang.

Literasi keuangan penting untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan, mengelola keuangan secara sehat, dan mencapai kesejahteraan finansial (Diskhamarzeweny et al., 2022). Data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 menunjukkan indeks literasi keuangan Indonesia meningkat menjadi 66,46% dari 65,43% pada tahun sebelumnya, dengan inklusi keuangan mencapai 80,51%

((OJK), 2025). Namun, masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memiliki literasi keuangan memadai, sehingga edukasi berkelanjutan sangat diperlukan.

Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan berbagai konsep dan informasi keuangan secara efektif dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari. Literasi keuangan yang baik diharapkan dapat menekan perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak rasional (Tribuana, 2020), (Siagian et al., 2024). Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. literasi keuangan yang tinggi cenderung menurunkan perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan yang rendah dapat meningkatkan perilaku konsumtif (Dewi et al., 2017). Hal ini sesuai dengan teori behavioristik yang menyatakan bahwa pembelajaran literasi keuangan dapat mengubah perilaku konsumtif menjadi lebih rasional. Secara umum, literasi keuangan berkontribusi cukup besar dalam menjelaskan variabilitas perilaku konsumtif, dengan nilai kontribusi yang dilaporkan bervariasi antara 38% hingga 61,5% pada beberapa studi (Dewi et al., 2017).

Shopee Paylater

Shopee Paylater adalah fitur pembayaran yang memungkinkan pelanggan melakukan pembelian dengan sistem kredit atau cicilan tanpa harus membayar secara langsung terlebih dahulu. Fitur ini merupakan hasil kerja sama antara Shopee International Indonesia dengan perusahaan fintech seperti PT Commerce Finance dan PT Lentera Dana Nusantara yang diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Tujuan dari Shopee PayLater adalah untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan yang sedang bertransaksi di platform Shopee.

Fitur Shopee PayLater mulai diperkenalkan pada maret 2019. Shopee menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan untuk memberikan layanan kredit ini. Beberapa dari perusahaan tersebut antara lain PT. Lentera Dana Nusantara, yang bertanggung jawab atas administrasi kredit dan

pinjaman peer-to-peer (P2P) berbasis inovasi, PT. Trade Finance, yang fokus pada lembaga keuangan, dan pihak-pihak lain yang bekerjasama dengan PT. Lentera Dana Nusantara atau PT. Trade Finance untuk menyediakan uang muka kepada klien.

Shopee Paylater menawarkan pinjaman secara instan atau cepat dengan bunga dan biaya admin yang bersaing. Dimana dalam aplikasi Shopee Paylater pengguna dapat memilih tenor cicilan mulai dari 3, 6, hingga 12 bulan sesuai kebutuhan. Limit pinjaman awal biasanya sekitar Rp 750.000 dengan seiring berjalannya waktu kemungkinan terdapat penambahan limit dimana semakin banyak transaksi dan record baik pembayaran Shopee akan mempengaruhi limit pinjaman. Dana pinjaman ini hanya dapat digunakan untuk transaksi di platform Shopee dan tidak bisa dicairkan secara tunai. Fitur ini memberikan kemudahan bagi konsumen yang belum memiliki dana cukup namun membutuhkan barang segera. Namun, kemudahan ini juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif, khususnya pada kalangan mahasiswa dan karyawan.

Penelitian menunjukkan bahwa fitur Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online, karena pengguna terdorong untuk berbelanja lebih banyak tanpa harus membayar langsung. Selain itu, faktor sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan juga mempengaruhi penggunaan Shopee Paylater dan perilaku konsumtif penggunanya. Pengaruh sosial yang tinggi, seperti rekomendasi dari orang sekitar, dapat meningkatkan penggunaan fitur ini (Leonita & Wulandari, 2024). Kemudahan ini mendorong pengguna untuk melakukan pembelian berlebihan, terutama produk fashion dan kebutuhan konsumtif lainnya, yang berpotensi menyebabkan kebiasaan berhutang dan kesulitan mengatur keuangan (Julita et al., 2022).

Ibu rumah tangga cenderung mudah terpengaruh untuk berbelanja, terutama dengan adanya metode pembayaran Paylater yang mempermudah transaksi tanpa pembayaran langsung. Hal ini dapat memperkuat perilaku konsumtif karena kemudahan akses kredit

tanpa bunga langsung, sehingga menimbulkan pembelian. Ibu rumah tangga dengan literasi keuangan rendah dan kontrol diri yang kurang cenderung lebih mudah terjebak dalam perilaku konsumtif melalui penggunaan Paylater.

Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif mencerminkan status sosial dan keinginan untuk memamerkan diri, yang sering kali mengarah pada pengembangan gaya hidup dan perilaku konsumsi yang berlebihan sebagai lambang dari status sosial yang tinggi. Individu yang terlibat dalam perilaku konsumtif cenderung membeli barang-barang mewah atau mengikuti tren terkini bukan hanya untuk kebutuhan pribadi, tetapi juga untuk menunjukkan status sosial mereka kepada orang lain. Perilaku konsumtif merupakan tindakan dan proses pengambilan keputusan yang dilakukan individu dalam membeli barang dan jasa untuk kebutuhan konsumsii pribadi.

Menurut (Islami et al., 2023) terdapat beberapa indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Mengutamakan keinginan daripada kebutuhan;
2. Memprioritaskan harga daripada keuntungan;
3. Membeli produk secara berlebihan
4. Untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup;
5. Membeli produk karena kemasan yang menarik dan unik; dan
6. Untuk meningkatkan status sosial. Pada dasarnya, individu yang melakukan tindakan konsumtif tidak akan mempertimbangkan prospek jangka panjang

METODE PENELITIAN

Penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan metode kuisioner. Teknik Pengumpulan data primer diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan kepada para responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana pertanyaan telah memiliki alternatif jawaban yang tinggal dipilih oleh responden. Skala yang digunakan dalam angket ini adalah Skala Linkert. Data Penelitian ini merupakan

penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan data dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan menggunakan google form ataupun wawancara langsung dengan responden. Pertanyaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2009). Penyebaran pertanyaan yang diberikan kepada responden secara sistematis dengan tujuan mendapatkan data dan informasi mengenai Literasi keuangan dan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga. Sumber informasi dan referensinya diperoleh melalui jurnal dan beberapa menggunakan akses data lewat internet maupun informasi-informasi lain yang dapat digunakan sebagai acuan untuk mendukung penelitian ini setelah itu di rangkai menggunakan bahasa penulis. Objek penelitian adalah ibu rumah tangga di Desa Dukuh Madurejo yang selama 6 bulan terakhir melakukan belanja online di Platfoem Shopee. Dimana dalam penelitian ini khusus untuk objek yang menggunakan metode pembayaran shopee paylater terdapat 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi usia responden yang tersaji dalam Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Usia (Tahun)

Usia (Tahun)	Frekuensi	Presentase
21-30	40	40%
31-40	41	41%
>40	19	19%
Total	100	100%

Sumber: Data yang di Olah

Dari Tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah paling banyak berada pada usia 31-40 tahun dengan jumlah 41 orang atau 41%, dilanjutkan pada usia 21-30 tahun dengan jumlah 40 orang atau 40% dan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 19 orang atau 19%. Hal ini menunjukkan jika rata-rata dari segi usia sebagian besar ibu rumah tangga yang diteliti pengguna fitur Shopee PayLater pada aplikasi Shopee adalah ibu-ibu yang memiliki usia 21-40 tahun. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi pendapatan yang tersaji dalam Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Uang Belanja Keluarga Bulanan

Pendapatan	Frekuensi	Presentase
<1.000.000	1	1%
1.000.000-2.000.000	15	15%
2.000.000 – 3.000.000	21	21%
3.000.000-4.000.000	38	38%
>4.000.000	25	25%
Total	100	100%

Sumber : Data yang di Olah

Uji Normalitas

Dari hasil perhitungan uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Tabel 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32668833
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.049
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

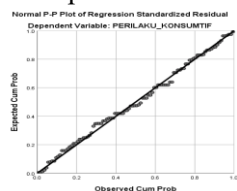
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data yang di olah

Uji Multikolinieritas di lihat dari Nilai Tolerance < 0.10 dan nilai VIF < 10.00. Maka dapat disimpulkan bahwa analisis regresi pada penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Uji Heretoskedastisitas

Gambar 1. Scatterplot



Sumber: Data yang di olah
 Hasil dari gambar 1 Scatterplot diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena titik-titik data menyebar diatas dan dibawah 0 (nol) pada sumbu Y dan X serta tidak membentuk pola tertentu seperti zig-zag.

Uji Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson sebesar 1,903. Dengan jumlah sampel 100 dan variabel bebas 2, maka dapat diketahui nilai dL=1,6131 dan

dU=1,7364. Maka dapat dihitung nilai (4-dU) =2,264, sehingga pengambilan keputusan uji Durbin-Watson adalah $dU < d < 4-dU$ yaitu $1,736 < 1,903 < 2,264$ untuk itu dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Regresi Table

Model	Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.955	2.113		5.185	.000
	LITERASI_KEUANGAN	.249	.099	.249	2.521	.013
	PENGGUNAAN_SHOPEE_PAYLATER	.319	.106	.297	3.006	.003

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

Sumber: Data yang di olah

Model regresi linear berganda dapat digunakan untuk memahami bagaimana variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berikut model regresi linear berganda (Ghozali 2018).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil dari tabel di atas $Y = 10,955 + 0,249 X_1 + 0,319 X_2 + 2,113 e$
 Nilai konstanta sebesar 10,955 berarti bahwa, apabila Literasi Keuangan (X1) dan Shopee Pay Lateral (X2) diasumsikan tidak ada, maka Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai sebesar 10,955. Nilai koefisien regresi Literasi Keuangan (X1) sebesar 0,249 bernilai positif, yang berarti kenaikan Literasi Keuangan (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,249. Nilai koefisien Shopee Pay Lateral (X2) sebesar 0,319 bernilai positif, yang berarti kenaikan Shopee Pay Lateral (X2) akan mengakibatkan kenaikan pada Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,319.

Hasil Uji t

Variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
 Nilai signifikan ($0,013 < 0,05$)
 $T_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,521 > 1,98498$)
 Berdasarkan hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,013 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 dan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,521 >$

1,98498. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan

Variabel Shopee Pay Later (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Nilai signifikan ($0,003 < 0,05$)

T hitung $>$ t tabel ($3,006 > 1,98498$)

Berdasarkan tabel 2 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 dan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $3,006 > 1,98498$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh shopee paylater terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Sumber: Hasil Olah Data

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah ukuran seberapa besar model regresi dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1 dengan rentang ($0 < R^2 < 1$) (Ghozali 2018).

Tabel 5. Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.492 ^a	.242	.226	1.860

Sumber: Hasil Olah Data

Dari data diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,242 (24,2%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X dalam menjelaskan pengaruh terhadap variabel Y hanya sebesar 24,2% sisanya sebesar 75,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga.

Dalam analisis yang dilakukan, diperoleh hasil uji t sebesar 2.497 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($2.497 > 1,98498$) dengan signifikansinya 0,013 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menandakan adanya pengaruh

positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif pada ibu rumah tangga. Mereka mengikuti tren dengan membeli produk terbaru tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya.

Waktu yang dihabiskan untuk menjelajahi produk dan ketertarikan pada barang baru, mendorong mereka untuk membeli barang yang tidak diperlukan, sehingga berdampak negatif pada keuangan mereka. Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa apabila ibu rumah tangga memiliki literasi keuangan yang baik, maka perilaku konsumtif mereka akan baik pula, begitupun sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rohmah et al., 2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga

Berdasarkan hasil pada uji T diketahui bahwa Penggunaan Shopee Paylater (X2) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Y) dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Dalam analisis yang dilakukan, diperoleh hasil uji t sebesar 3,006 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Artinya Penggunaan Shopee Paylater memiliki hubungan searah. Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa apabila ibu rumah tangga menggunakan Shopee Paylater dengan baik dan benar, maka Perilaku Konsumtif mereka terlaksana dengan baik pula. Begitupun sebaliknya, apabila seorang ibu rumah tangga tidak bijak dalam menggunakan Shopee Paylater, berarti perilaku konsumtif mereka juga tidak benar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Goso & Halim, 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Perilaku konsumtif ibu rumah tangga bersikap negatif. Transaksi konsumtif yang dilakukan karena adanya pembelian tanpa pertimbangan, kemudahan yang diberikan dan manfaat yang mereka rasakan. Semakin mudah dan banyaknya manfaat yang mereka rasakan

maka akan semakin sering mereka melakukan transaksi, hal ini memicumunculnya sikap boros.

1. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga.
2. Penggunaan Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga

DAFTAR PUSTAKA

- (OJK), O. J. K. (2025). Indeks Literasi Keuangan Meningkat, Platform Digital Sasar Edukasi Berkelanjutan. *OJK & BPS*.
- Aftika, S., & Yulistia, D. H. (n.d.). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater 'Bayar Nanti' Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis*. *Syariah*.
<https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/RJMB/article/download/1122%0A8/5081>
- Ahmad, A. (2022). Analisis Faktor Sosial, Psikologi dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Shopping Online di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Perilaku Konsumtif Shopping Online Mahasiswa S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Indonesia Jakarta Angkatan Tahun 2018 -. *STIE Indonesia*.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114.
<https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Dewi, N., Rusdarti, R., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jec>
- Diskhamarzeweny, D., Irwan, M., & Dewi, D. K. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Kuantan Singingi. *Jurnal Ekonomi Al-Khitmah*, 4(1), 35–49.
<https://doi.org/10.36378/khitmah.v4i1.2514>
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38.
<https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>
- Goso, G., & Halim, M. (2023). Pengaruh Fintech (Paylater), Literasi Keuangan dan Perilaku Komsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 704–711.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3996>
- Insana, D. R., & Johan, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 7(2), 209–224.
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'Ah. *INFOTECH Journal*, 9(2), 339–344.
<https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi

- Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 554–566. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>
- Maulana, A., Rizki Arjun, N., Akbar, F., Ayu Suryanti, N., & Firmansyah, H. (2021). Peran E- Commerce di Tengah Pandemi terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 55–61. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/jet>.
- Olii, M. R., Pratiknjo, M. H., & Matheosz, J. N. (2020). Online Shop sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado. *Jurnal Holistik*, 13(4), 1–17.
- Profil Internet Indonesia*. (2022). <https://apjii.or.id/survei/surveiprofilinternetindonesia2022-21072047>
- Putri, I. C., Alti, R. M., Asri, Y. N., & Agustianti, R. (2023). Analisis Faktor Sosial, Psikologi, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping di Kalangan Ibu-Ibu. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 9775–9790. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3984>
- Putri, M. R. A., & Putri, S. Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(3), 504–512. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.5631>
- Putri, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Moderating. *Skripsi, UIN Mataram*.
- Rohmah, L. N., Maida, N. Z., Kusumaputri, L. A. F., Al-Wafa, M. Q., & Mukti, T. (2024). Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Sifat Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 13–26. <https://doi.org/10.14710/djieb.23771>
- Siagian, I., Hutasuhut, S., Larasati Sinaga, D., Ulinda Tinambunan, F., Lylia Saragi, S., Sitio, V., & Valentina Banjar, Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Nilai Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2022. *Journal on Education*, 7(1), 8534–8541. <https://doi.org/10.31004/joe.v7i1.7692>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145–155. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>