

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *e-commerce* menjadi sorotan dengan munculnya fitur inovatif, yakni *live streaming*. Fitur ini menghadirkan karakteristik yang lebih canggih dibanding dengan *e-commerce* konvensional (Santoso, 2024). Kehadiran *live streaming*, memberikan kemudahan berbelanja dengan adanya demonstrasi produk secara langsung, informasi produk yang lebih detail serta mendorong keterlibatan konsumen. Hal ini menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Kalengkongan et al., 2024).

Fitur inovatif ini juga diterapkan dalam platform TikTok Shop. TikTok menjadi salah satu *platform* media sosial paling populer di dunia dan berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna terbanyak (Databoks, 2023). Di Indonesia, 83,7% dari 112,97 juta pengguna TikTok pernah menggunakan fitur *live streaming* TikTok Shop (Kompas, 2024). Peluncuran fitur *live streaming* TikTok Shop pada April 2021 semakin menguatkan posisi TikTok sebagai *platform e-commerce* yang menjanjikan dalam menawarkan produk (Mulia, 2021).

Fitur *live streaming* memberikan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif melalui demonstrasi produk secara langsung, informasi produk yang lebih detail, serta mendorong keterlibatan konsumen (Aliyyah, 2024). Konsumen sering kali membeli produk semata-mata didorong oleh keinginan dan emosi sesaat (Moghddam et al., 2024) serta bias kognitif (Leong & Alex, 2022) tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang atau kebutuhan sebenarnya. Selain itu, Intensitas promosi dan kemudahan transaksi yang ditawarkan membuat

pengguna berpotensi melakukan pembelian spontan tanpa perencanaan keuangan yang matang.

Fenomena ini menimbulkan implikasi terhadap proses pengambilan keputusan keuangan yang tidak lagi sepenuhnya berlandaskan perencanaan rasional (*planned spending*) tetapi lebih reaktif terhadap rangsangan digital, sehingga individu cenderung mengeluarkan uang di luar anggaran yang telah direncanakan (Cindy Nurlaila et al., 2024). Dari perspektif pengelolaan keuangan pribadi dan akuntansi perilaku, kondisi ini berpotensi melemahkan kontrol keuangan, serta menormalisasi belanja berlebihan sebagai sesuatu yang “wajar” selama masih dianggap sebagai hiburan digital (Firdausiah et al., 2023).

Perilaku konsumtif yang dipicu *live streaming* berpotensi melemahkan kontrol keuangan pribadi karena dorongan pembelian impulsif cenderung menggantikan proses pertimbangan rasional. Penelitian Lee dan Chen (2021) terhadap 433 responden pengguna *live streaming commerce* menunjukkan bahwa kondisi psikologis yang terbentuk selama siaran langsung memiliki pengaruh kuat terhadap dorongan pembelian spontan, dimana variabel *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *urge to buy impulsively* dengan koefisien jalur sebesar 0,570 dan nilai t sebesar 6,144 ($p < 0,001$). Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman *live streaming* yang menyenangkan secara statistik terbukti memperkuat kecenderungan pembelian spontan, sehingga perilaku tersebut lebih mudah diterima sebagai sesuatu yang wajar.

Perilaku yang secara sosial dianggap lumrah ini, dalam perspektif akuntansi perilaku, dapat dikategorikan sebagai kesalahan finansial apabila transaksi dilakukan tanpa perencanaan anggaran, pencatatan, dan evaluasi yang memadai (Hanifah et al., 2024). Dalam literatur keuangan perilaku, kesalahan finansial didefinisikan sebagai keputusan keuangan yang menyimpang dari prinsip rasional

dan pengelolaan keuangan yang sehat, yang dipengaruhi oleh bias kognitif, dorongan emosional, dan lemahnya pengendalian diri (Jian, 2016).

Kesalahan finansial juga dipahami sebagai perilaku keuangan yang tidak selaras dengan tujuan finansial jangka panjang dan tidak didasarkan pada pertimbangan kemampuan finansial, seperti pengeluaran impulsif, pengabaian anggaran, dan ketiadaan monitoring keuangan (Gathergood, 2011). Dalam pengelolaan keuangan pribadi, kesalahan finansial mencerminkan kegagalan individu dalam menerapkan fungsi dasar akuntansi, yaitu perencanaan, pencatatan, dan evaluasi transaksi. Akibatnya, keputusan keuangan lebih sering didorong oleh respons sesaat daripada analisis rasional.

Data empiris menunjukkan bahwa *impulsive buying* memiliki pengaruh yang dominan terhadap *spending behavior* pada pengguna layanan *PayLater* (path coefficient = 0,626, $t = 14,331$, $p < 0,001$), yang mengindikasikan bahwa keputusan pengeluaran seringkali dilakukan tanpa pertimbangan anggaran yang memadai (Desgita et al., 2025). Selain itu, studi Gathergood (2011) menunjukkan bahwa rendahnya *self-control* dan literasi finansial berkorelasi dengan *over-indebtedness* dan penggunaan kredit yang berlebihan, menggambarkan bagaimana kelemahan kontrol diri dan impulsifitas dapat menghasilkan konsekuensi finansial negatif yang sejajar dengan kesalahan finansial. Kontradiksi antara persepsi “wajar” dan realitas “kesalahan finansial” menunjukkan adanya persoalan mendasar dalam kesadaran dan kontrol keuangan di era *live commerce*.

Intensitas promosi dan kemudahan transaksi digital juga mengurangi hambatan psikologis untuk mengeluarkan uang, sehingga individu cenderung tidak menyadari akumulasi pengeluaran yang terjadi. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat mengganggu stabilitas keuangan, menghambat pencapaian tujuan finansial, dan melemahkan disiplin penganggaran. Implikasi tersebut

menjadikan fenomena *live* TikTok relevan untuk dianalisis sebagai isu pengelolaan keuangan, bukan semata persoalan perilaku konsumen.

Pengelolaan keuangan pribadi tidak hanya melibatkan kemampuan teknis dalam pencatatan dan penganggaran, tetapi juga mencakup bagaimana bias kognitif dan faktor emosional mempengaruhi keputusan finansial. Akuntansi perilaku mengemukakan bahwa individu tidak selalu bertindak rasional dalam pengelolaan keuangan, terutama ketika dihadapkan pada stimulus lingkungan yang kuat seperti tekanan waktu, pengaruh sosial, dan visualisasi produk yang menarik (Ogbodo, 2023). *Live* TikTok menghadirkan semua elemen tersebut secara simultan, sehingga menjadi wadah yang ideal untuk mengkaji bagaimana sistem pengendalian internal pribadi dapat terganggu oleh rangsangan eksternal digital. Pemahaman ini penting karena memperluas peran akuntansi dari sekadar sistem pencatatan menjadi alat analisis perilaku dalam pengambilan keputusan ekonomi individu.

Kondisi tersebut berkaitan langsung dengan konsep pengelolaan keuangan pribadi, yang dalam literatur keuangan didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas individu dalam merencanakan anggaran, mengendalikan pengeluaran, mencatat transaksi, serta mengevaluasi kondisi keuangan secara berkala untuk mencapai tujuan finansial jangka pendek dan jangka panjang (Xiao, 2016). Pengelolaan keuangan pribadi tidak hanya bertujuan menjaga keseimbangan arus kas, tetapi juga memastikan bahwa setiap keputusan pengeluaran selaras dengan prioritas kebutuhan, kemampuan finansial, dan perencanaan masa depan (Amaliya & Anam, 2023). Praktik dasar seperti *budgeting*, *monitoring* pengeluaran, dan evaluasi realisasi anggaran menjadi fondasi penting dalam membangun stabilitas keuangan individu (Prakoso & Apriliani, 2024). Melemahnya praktik-praktik ini, seperti tidak adanya pencatatan rutin atau evaluasi pengeluaran, akan

meningkatkan risiko kesalahan finansial, *overspending*, serta kegagalan mencapai tujuan finansial (Amaliya & Anam, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini secara spesifik menyoroti pengelolaan keuangan pribadi sebagai dimensi akuntansi personal yang berpotensi terdistorsi oleh fenomena *live* TikTok.

Tingkat kesadaran pengguna terhadap konsekuensi finansial *dari live commerce* menunjukkan variasi yang signifikan. Sebagian pengguna mulai menyadari bahwa pembelian impulsif berdampak pada kondisi keuangan mereka (Qureshi et al., 2025), sementara sebagian lain masih memandangnya sebagai bagian dari gaya hidup digital tanpa risiko berarti (Siregar & Firdausy, 2024). Variasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara praktik dan kesadaran pengelolaan keuangan pribadi. Ketidaksadaran terhadap bias perilaku membuat individu cenderung mengulangi pola konsumsi yang sama meskipun menyadari adanya tekanan keuangan. Situasi ini memperlihatkan bahwa persoalan utama bukan hanya terletak pada perilaku belanja, tetapi pada bagaimana individu memaknai, mengevaluasi, dan mengelola pengeluaran mereka.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan fenomena *live commerce* sebagian besar masih berorientasi pada perspektif pemasaran dan perilaku konsumen, dengan fokus utama pada faktor-faktor yang mendorong niat beli dan pembelian impulsif, seperti interaksi sosial, kualitas penyiar, kepercayaan, diskon, dan kelangkaan produk (Ming et al., 2021; Yi et al., 2023). Studi-studi ini umumnya menempatkan *live streaming* sebagai stimulus pemasaran yang efektif dalam meningkatkan konversi penjualan, sehingga ukuran keberhasilan penelitian lebih banyak dilihat dari peningkatan transaksi dan respons konsumtif.

Penelitian yang berangkat dari perspektif akuntansi dan akuntansi perilaku lebih banyak mengkaji pengelolaan keuangan pribadi melalui variabel seperti literasi keuangan, perilaku finansial, pengendalian diri, dan *mental accounting*,

serta hubungannya dengan kesejahteraan finansial atau kecenderungan *impulsive buying* (Mustikasari & Septina, 2023). Meskipun penelitian-penelitian tersebut menegaskan pentingnya praktik budgeting, pencatatan, dan kontrol pengeluaran dalam membentuk stabilitas keuangan individu, konteks yang dikaji umumnya masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengaitkannya dengan *fenomena live commerce* sebagai lingkungan digital yang sangat stimulatif.

Keterpisahan fokus antara dua rumpun penelitian tersebut menunjukkan bahwa kajian *live commerce* dan kajian akuntansi perilaku masih berjalan relatif paralel. Penelitian *live commerce* jarang menelaah konsekuensi jangka panjang aktivitas belanja terhadap pengelolaan keuangan pribadi, sementara penelitian akuntansi perilaku belum banyak mengkaji bagaimana platform *live streaming* membentuk praktik finansial individu dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, mayoritas penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel, sehingga pengalaman subjektif pengguna dalam memaknai pengeluaran, kesalahan finansial, dan kontrol keuangan pribadi masih relatif belum tergali secara mendalam.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki kebaharuan dengan mengintegrasikan fenomena *Live TikTok Shop* dan perspektif akuntansi perilaku melalui pendekatan fenomenologi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengguna memaknai praktik pengelolaan keuangan pribadi mereka di tengah dominasi *live commerce*. Untuk menjaga kedalaman dan fokus analisis, objek penelitian dibatasi pada pengguna *live TikTok shop* yang berdomisili di Kota Makassar. Pemilihan Kota Makassar didasarkan pada karakteristiknya sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi dan digital di kawasan Indonesia Timur, dengan tingkat adopsi media sosial dan *e-commerce* yang relatif tinggi. Kondisi tersebut

diperkuat oleh data BPS (2021) yang menunjukkan bahwa Kota Makassar merupakan wilayah dengan tingkat kepadatan penduduk tertinggi di Sulawesi.

Tingginya kepadatan penduduk mencerminkan intensitas aktivitas ekonomi dan interaksi sosial yang lebih besar, yang pada gilirannya berimplikasi pada pola konsumsi masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Cheng et al. (2021) menemukan bahwa kepadatan penduduk memiliki korelasi positif dengan tingkat belanja *online*, di mana wilayah dengan populasi yang lebih padat cenderung menunjukkan frekuensi dan intensitas transaksi digital yang lebih tinggi. Pembatasan wilayah ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang lebih kontekstual dan mendalam mengenai praktik pengelolaan keuangan pribadi dalam lingkungan sosial dan budaya tertentu, tanpa mengurangi relevansi temuan penelitian secara konseptual.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dari penelitian ini adalah Bagaimana pengguna pengelolaan keuangan pribadi pengguna *Live TikTok Shop* dalam aktivitas belanja mereka?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menggali secara mendalam bagaimana pengelolaan keuangan pribadi pengguna *Live TikTok Shop* dalam aktivitas belanja mereka.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian akuntansi keperilakuan, khususnya yang berkaitan dengan

pengelolaan keuangan pribadi dalam konsumsi digital. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pemahaman mengenai praktik akuntansi pada level individu, terutama dalam menjelaskan bagaimana aspek non-ekonomis seperti pengalaman, persepsi, dan makna subjektif memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi di era *live commerce*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a) Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan sumber rujukan bagi akademisi dalam mempelajari pengelolaan keuangan pribadi dari sudut pandang kualitatif, terutama dalam konsumsi digital dan fenomena *live commerce*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya wawasan penelitian di bidang akuntansi keperilakuan serta menjadi landasan bagi pengembangan penelitian selanjutnya yang membahas praktik akuntansi pada tingkat individu.

b) Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan wawasan kepada masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan keuangan pribadi dalam aktivitas belanja digital, khususnya melalui *Live TikTok Shop*. Dengan adanya penelitian ini, masyarakat diharapkan dapat lebih menyadari pola perilaku keuangan yang mereka lakukan, sehingga mampu bersikap lebih bijak dan bertanggung jawab dalam mengambil keputusan keuangan di era *live commerce*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang dimuat dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut

Bab I Pendahuluan. Meliputi latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka. Bab ini berisi kajian teoritis dan konsep-konsep yang relevan dengan topik penelitian, yang menjadi dasar pijakan bagi peneliti agar pelaksanaan penelitian tetap terarah sesuai fokus yang telah ditetapkan.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi penjelasan mendetail mengenai prosedur dan analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB V Hasil Penelitian. Bab ini berisi deskripsi data yang diperoleh serta pembahasan hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan metode pada Bab III.

BAB V Penutup. Bab ini memuat rangkuman hasil penelitian dalam bentuk kesimpulan, uraian mengenai keterbatasan penelitian, serta saran atau rekomendasi yang dapat dijadikan acuan bagi penelitian berikutnya maupun pihak-pihak terkait.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis dan Konsep

2.1.1 Akuntansi Keperilakuan

Akuntansi perilaku merupakan pengembangan dari disiplin ilmu akuntansi yang berfokus pada kajian hubungan antara perilaku manusia dan sistem akuntansi. Pendekatan ini memandang akuntansi tidak hanya sebagai proses teknis pencatatan dan pelaporan keuangan, tetapi juga sebagai suatu sistem informasi yang digunakan dan ditafsirkan oleh individu dalam proses pengambilan keputusan. Menurut Birnberg (2011) akuntansi perilaku menekankan pentingnya memahami bagaimana faktor psikologis, kognitif, dan sosial memengaruhi cara individu merespons informasi akuntansi.

Akuntansi perilaku merupakan pengembangan dari disiplin ilmu akuntansi yang berfokus pada kajian hubungan antara perilaku manusia dan sistem akuntansi. Pendekatan ini memandang akuntansi tidak hanya sebagai proses teknis pencatatan dan pelaporan keuangan, tetapi juga sebagai sistem informasi yang digunakan dan ditafsirkan oleh individu dalam proses pengambilan keputusan. Sejalan dengan perkembangan disiplin ilmu akuntansi, kajian akuntansi tidak lagi terbatas pada aspek teknis, melainkan berkembang ke berbagai bidang spesialisasi. Dalam hal tersebut, akuntansi perilaku tergolong sebagai cabang yang relatif baru dibandingkan dengan bidang akuntansi lainnya, seperti akuntansi biaya, akuntansi manajemen, auditing, akuntansi perpajakan, akuntansi sektor publik, sistem informasi akuntansi, serta pengembangan konsep akuntansi syariah (Sulastri, 2019). Munculnya akuntansi perilaku mencerminkan

kebutuhan untuk memahami dimensi perilaku manusia dalam penggunaan dan pemaknaan informasi akuntansi.

Akuntansi perilaku merupakan cabang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana perilaku manusia memengaruhi data akuntansi, proses pengambilan keputusan, serta hubungan timbal balik antara keduanya. Dalam perspektif ini, akuntansi tidak hanya dipandang sebagai proses teknis pencatatan dan pelaporan keuangan, tetapi juga sebagai sistem informasi yang dipersepsikan dan digunakan oleh individu dalam pengambilan keputusan. Suartana (2010) menjelaskan bahwa akuntansi perilaku menekankan peran aspek psikologis dan sosial dalam penggunaan informasi akuntansi, sehingga pemahaman terhadap perilaku pengguna menjadi elemen penting dalam kajian akuntansi.

Seiring dengan perkembangan ilmu akuntansi, ruang lingkup akuntansi perilaku semakin meluas dan mencakup berbagai aktivitas organisasi. Menurut Schiff dan Lewin (dalam Suartana, 2010) menunjukkan bahwa akuntansi perilaku memiliki lima bentuk penerapan dalam organisasi, yaitu:

- 1) Teori Organisasi dan Keperilakuan Manajerial
- 2) Perencanaan dan penganggaran (*Planning and Budgeting*)
- 3) Pengambilan keputusan (*Decision Making*)
- 4) Pengendalian (*Controlling*), serta
- 5) Pelaporan keuangan (*Financial Reporting*)

Informasi akuntansi tidak hanya dinilai dari ketepatan dan keandalannya, tetapi juga dari relevansinya dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi dan efektivitas pengelolaan keuangan (Rahayu & Yuliansyah, 2018).

Akuntansi perilaku merupakan penerapan ilmu perilaku dari perspektif akuntansi yang mengintegrasikan konsep-konsep dari psikologi, sosiologi, dan psikologi sosial. Pendekatan interdisipliner ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu dan kelompok merespons informasi akuntansi, mengevaluasi kinerja, serta mengelola sumber daya keuangan. Meskipun hasil penelitian akuntansi perilaku seringkali bertentangan, memahami aspek perilaku dalam proses akuntansi dapat membantu akuntan meningkatkan efektivitas penggunaan data akuntansi.

2.1.2 Pengelolaan Keuangan Pribadi

2.1.2.1 Defenisi Pengelolaan Keuangan Pribadi

Menurut Handyaningrat (1992) pengelolaan diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, hingga pengawasan terhadap usaha-usaha anggota organisasi dan penggunaannya. Natalia et. al. (2019) mendefenisikan pengelolaan keuangan sebagai teknik untuk menyeimbangkan gaya hidup manusia, seperti gaya hidup konsumtif, dengan gaya hidup produktif, yang mencakup investasi, menabung, atau berbisnis.

Dalam kehidupan sehari-hari, pengelolaan keuangan merupakan aspek yang sangat krusial. Melalui pengelolaan keuangan yang efektif, individu dapat mengatur pengeluaran dan pendapatan secara optimal, serta mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Prihartono (2018) menyatakan bahwa perilaku pengelolaan keuangan pribadi dapat dijelaskan sebagai suatu proses pembelajaran yang melibatkan perencanaan, tindakan yang konsisten dengan rencana tersebut, dan upaya untuk memperbaiki pelaksanaan rencana tersebut yang perlu dilakukan oleh individu atau keluarga.

2.1.1.2 Tujuan Pengelolaan Keuangan Pribadi

Perencanaan keuangan merupakan elemen fundamental dalam pengelolaan keuangan pribadi karena berfungsi sebagai pedoman individu dalam mengarahkan penggunaan sumber daya keuangan secara terstruktur. Yushita (2017) menegaskan bahwa Perencanaan keuangan membantu individu menetapkan tujuan keuangan, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang, sehingga keputusan keuangan yang diambil tidak bersifat reaktif atau spontan. Perencanaan yang efektif memungkinkan individu untuk memprioritaskan kebutuhan, menyesuaikan pengeluaran dengan kapasitas finansial, serta mengantisipasi kebutuhan di masa depan.

Tujuan utama dari pengelolaan keuangan yang baik tidak hanya terbatas pada optimalisasi penggunaan sumber daya keuangan, tetapi juga mencakup pencegahan masalah keuangan seperti defisit anggaran dan ketergantungan utang yang berlebihan. Pengelolaan keuangan yang terencana turut mendukung tercapainya kesejahteraan finansial, yaitu kondisi ketika individu merasa mampu mengelola kewajiban saat ini sekaligus memiliki kesiapan menghadapi kebutuhan dan risiko keuangan di masa mendatang (Costumer Financial Protection Bureau, 2017). Dengan demikian, perencanaan keuangan dapat dipahami sebagai fondasi yang menghubungkan tujuan finansial dengan praktik pengelolaan keuangan sehari-hari, termasuk dalam pengambilan keputusan konsumsi yang semakin kompleks di era digital.

2.1.1.3 Pengelolaan Keuangan Pribadi sebagai Praktik Akuntansi

Aktivitas pengelolaan keuangan pribadi dipahami sebagai serangkaian praktik yang dilakukan individu dalam mengatur arus keuangan agar selaras dengan tujuan finansial yang telah ditetapkan. Literatur keuangan personal menjelaskan bahwa aktivitas tersebut umumnya mencakup perencanaan dan

penganggaran, pencatatan transaksi keuangan, pengendalian pengeluaran, serta evaluasi kondisi keuangan secara berkala sebagai satu kesatuan proses yang saling terkait (Dew et al., 2011). Perencanaan dan penganggaran berperan sebagai tahap awal yang membantu individu menetapkan prioritas kebutuhan dan membagi pendapatan ke dalam pos pengeluaran tertentu, sehingga penggunaan dana menjadi lebih terarah dan tidak bersifat acak.

Praktik *budgeting* juga dipandang sebagai mekanisme kontrol yang memungkinkan individu memantau arus kas dan mengantisipasi pengeluaran rutin maupun tidak terduga, sehingga risiko ketidakseimbangan keuangan dapat diminimalkan (Xiao, 2016). Aktivitas pencatatan keuangan berfungsi sebagai sarana refleksi atas keputusan finansial yang telah diambil, meskipun dalam praktiknya pencatatan tidak selalu dilakukan secara formal, melainkan dapat berupa catatan sederhana, riwayat transaksi digital, atau pengelompokan mental atas pengeluaran tertentu. Bentuk pencatatan tersebut dipengaruhi oleh kebiasaan, literasi keuangan, serta preferensi individu terhadap penggunaan teknologi keuangan.

Pengendalian pengeluaran dan evaluasi kondisi keuangan menjadi tahap lanjutan yang memungkinkan individu menilai kesesuaian antara rencana dan realisasi keuangan, serta melakukan penyesuaian apabila terjadi deviasi dari rencana awal. Rangkaian aktivitas ini menegaskan bahwa pengelolaan keuangan pribadi tidak bersifat statis, melainkan merupakan proses berkelanjutan yang menuntut kesadaran, disiplin, dan kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan sehari-hari untuk menjaga stabilitas dan kesejahteraan finansial (Costumer Financial Protection Bureau, 2017).

2.1.3 *Live Commerce* sebagai Fenomena Ekonomi Digital

Live commerce merupakan salah satu manifestasi penting dari perkembangan ekonomi digital yang menggabungkan aktivitas perdagangan dengan teknologi *live streaming* berbasis *platform* digital. Mekanisme penjualan melalui siaran langsung memungkinkan terjadinya interaksi *real-time* antara penjual dan pembeli, sehingga proses pertukaran informasi dan transaksi berlangsung secara simultan dalam satu ruang digital (Cheng, 2020; Fu & Hsu, 2023). Berbeda dengan *e-commerce* konvensional yang umumnya mengandalkan informasi statis berupa deskripsi dan gambar produk, *live commerce* menghadirkan proses komunikasi dua arah yang dinamis, di mana penjual dapat menjelaskan produk secara langsung dan konsumen dapat merespons secara spontan selama siaran berlangsung.

Karakteristik utama *live commerce* terletak pada sifatnya yang tidak sepenuhnya terencana dari sisi konsumen. Konsumen sering kali memasuki sesi *live streaming* tanpa mengetahui secara pasti produk apa yang akan ditawarkan, kemudian memperoleh informasi produk secara bertahap melalui demonstrasi, penjelasan fungsi, dan cara penggunaan yang disampaikan penjual secara langsung. Proses ini menciptakan pengalaman belanja yang berbasis eksplorasi dan keterlibatan, sehingga keputusan pembelian terbentuk seiring berlangsungnya interaksi, bukan semata-mata berdasarkan kebutuhan yang telah direncanakan sebelumnya (Cheng, 2020). Lingkungan digital yang demikian memperpendek jarak antara paparan informasi dan tindakan pembelian.

Selain interaktivitas, *live commerce* juga mengintegrasikan unsur hiburan sebagai bagian dari strategi penjualan. Penjual sering menyisipkan aktivitas hiburan, seperti permainan, candaan, atau demonstrasi yang atraktif, untuk menciptakan suasana siaran yang menyenangkan dan tidak monoton. Elemen

hiburan ini berfungsi sebagai sarana untuk mempertahankan perhatian audiens sekaligus meningkatkan daya persuasi promosi. Pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan berkesan tersebut dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara langsung, bahkan ketika keputusan tersebut diambil secara spontan tanpa pertimbangan yang panjang (Whon et al., 2018)

Sebagai fenomena ekonomi digital, *live commerce* tidak hanya merepresentasikan inovasi teknologi dalam perdagangan, tetapi juga mencerminkan perubahan pola konsumsi dan pengambilan keputusan ekonomi individu. Lingkungan belanja yang cepat, interaktif, dan sarat stimulus berpotensi memengaruhi cara individu mengelola pengeluaran dan mengendalikan keputusan finansialnya. Oleh karena itu, *live commerce* dapat dipandang sebagai fenomena digital yang relevan untuk mengkaji dinamika perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan pribadi, khususnya dalam kaitannya dengan kecenderungan pembelian impulsif dan tantangan pengendalian keuangan di era ekonomi digital.

2.2 Tinjauan Empiris

2.2.1 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sun et al. (2019) dalam bentuk jurnal yang berjudul *How live streaming influences purchase intentions in social commerce: An IT affordance perspective*. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *live streaming* dalam *social commerce* mampu meningkatkan niat beli konsumen melalui interaksi *real-time*, penyajian informasi produk secara langsung, serta pengalaman belanja yang lebih imersif. *Live streaming* dipandang efektif dalam mengurangi ketidakpastian konsumen dan mempercepat proses pengambilan keputusan pembelian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Cheng (2020) dalam bentuk jurnal yang berjudul *Antecedents and consequences of impulse buying behavior in live streaming commerce*. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *live streaming commerce* mendorong terjadinya pembelian impulsif melalui faktor interaksi langsung, tekanan waktu, dan daya tarik penyiar. Lingkungan siaran langsung menciptakan kondisi yang memicu keputusan pembelian spontan tanpa perencanaan yang matang.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Fu dan Hsu (2023) dalam bentuk jurnal yang berjudul *What drives impulse buying in live streaming commerce?*. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa interaktivitas, unsur hiburan, dan kepercayaan terhadap penyiar merupakan faktor utama yang mendorong perilaku pembelian impulsif dalam *live streaming commerce*. Pengalaman belanja yang bersifat emosional dan persuasif mempercepat keputusan pembelian konsumen.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Dew dan Xiao (2011) dalam bentuk jurnal yang berjudul *The financial management behavior scale: Development and validation*. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan keuangan pribadi terdiri dari seperangkat perilaku yang mencakup perencanaan, penganggaran, pencatatan, pengendalian, dan evaluasi keuangan. Praktik-praktik tersebut berperan penting dalam membentuk keputusan keuangan individu dan menjaga stabilitas keuangan.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2021) dalam bentuk jurnal yang berjudul *Household accounting practices and financial control in everyday life*. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan

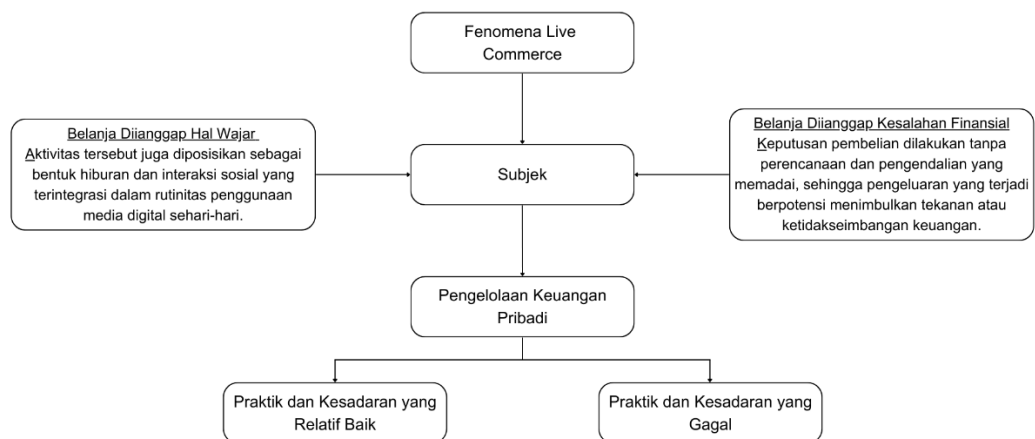
keuangan rumah tangga dapat dipahami sebagai praktik akuntansi pada level individu, di mana aktivitas pencatatan, pengendalian, dan evaluasi keuangan dilakukan secara informal dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis, Judul, dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Sun, Y., Shao, X., Li, X., Guo, Y., & Nie, K. (2019). <i>How live streaming influences purchase intentions in social commerce: An IT affordance perspective.</i>	Sama-sama membahas live streaming sebagai konteks belanja digital dan perilaku konsumen dalam <i>live commerce</i> .	Fokus pada niat beli dan perspektif teknologi informasi dengan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menelaah pengelolaan keuangan pribadi dengan pendekatan fenomenologi.
2.	Cheng, X. (2020). <i>Antecedents and consequences of impulse buying behavior in live streaming commerce.</i>	Membahas pembelian impulsif dalam live streaming commerce yang relevan dengan fenomena belanja <i>Live TikTok Shop</i> .	Penelitian Cheng berfokus pada perilaku impulsif sebagai variabel perilaku konsumen, sementara penelitian ini menekankan pemaknaan dan praktik pengelolaan keuangan pribadi dari perspektif akuntansi.

3.	Fu, S., & Hsu, C. L. (2023). <i>What drives impulse buying in live streaming commerce?</i>	Sama-sama menggunakan <i>live streaming commerce</i> dan menyoroti keputusan pembelian spontan.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dan tidak menguji hubungan antar variabel seperti penelitian Fu dan Hsu yang bersifat kuantitatif.
4.	Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). <i>The financial management behavior scale: Development and validation.</i>	Sama-sama membahas praktik pengelolaan keuangan pribadi seperti penganggaran, pencatatan, dan pengendalian keuangan.	Penelitian Dew dan Xiao bersifat kuantitatif dan tidak berada dalam lingkup <i>live commerce</i> , sedangkan penelitian ini menempatkan pengelolaan keuangan pribadi dalam lingkungan <i>Live TikTok Shop</i> .
5.	Wahyudi, S. (2021). <i>Household accounting practices and financial control in everyday life.</i>	Sama-sama menempatkan pengelolaan keuangan pribadi sebagai praktik akuntansi pada level individu.	Penelitian Wahyudi tidak membahas <i>live commerce</i> , sementara penelitian ini mengaitkan praktik akuntansi pribadi dengan fenomena <i>Live TikTok Shop</i> .

2.3 Kerangka Konseptual/Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran