

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan teknologi digital yang pesat di kawasan Asia Tenggara. Kemajuan dalam sektor kegiatan ekonomi yang sebelumnya berjalan secara konvensional mulai bergeser ke arah digitalisasi. Sebut saja dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa. Jika dahulu pembeli dan penjual harus bertemu di suatu tempat yang bernama pasar. Kini pasar telah hadir dalam wujud digital, yang disebut e-commerce yang ada di genggaman tangan siapapun melalui gawai digital. “Online shopping”, begitu para kaum milenial menyebutnya.

Munculnya *e-money* di Indonesia, telah diregulasi oleh pihak yang berwenang, yang dalam hal ini adalah Bank Indonesia. Menurut (Wialdy, 2019) Peraturan No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*e-money*) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Inovasi digitalisasi bentuk uang ini memberikan dampak positif dan negative terhadap masyarakat sebagai pengguna *e-money*. Kasus-kasus penipuan yang mengatasnamakan penyedia *e-money* tertentupun tidak dapat dihindarkan. Akan tetapi keuntungan yang dirasa oleh pengguna *e-money* mampu membuat pertumbuhan *e-money* semakin meningkat baik dari sisi penyedia maupun dari sisi penggunaannya.

Jika dilihat dari sisi positif penggunaan *e-money*, terdapat berbagai keuntungan yang dapat dirasakan oleh pengguna *e-money*, antara lain sebagai berikut. (1) merchant tidak perlu menyiapkan uang pecahan kecil untuk uang kembalian. (2) pengguna tidak perlu membawa banyak uang cash saat berbelanja. (3) pembayaran untuk belanja online semakin mudah dilakukan kapanpun dimanapun (Ramadhani, 2016). Selain itu, melimpahnya promo dan diskon yang diberikan oleh pengembang e-money seperti Gopay, Ovo, Dana, shopeepay, iSaku, dan lain sebagainya menjadi salah satu daya tarik *e-money* yang tidak dapat diabaikan. Seorang pengguna

e-money bisa memiliki berbagai macam layanan demi mendapatkan manfaat berbagai macam promosi dan diskon yang ditawarkan oleh para penyedia *e-money*.

Potensi pembayaran dengan *e-money* di kawasan asia tenggara diramalkan akan mencapai 1 Triliun dolar pada tahun 2025 nanti (R, 2020). Data dari Bank Indonesia menunjukkan total transaksi dompet digital Indonesia semester pertama di tahun 2019 adalah sejumlah 56,1 Triliun Rupiah dengan rincian sebaran pangsa pasar pengguna masing-masing *e-money*.

Diluar dari beragam kemudahan dan manfaat dalam menggunakan *e-money*, juga terdapat kekurangan atau sisi negatifnya. Salah satu sisi negatif yang muncul di karenakan kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* adalah pemborosan. Hal ini disebabkan karena pengguna dapat melakukan pembayaran dengan sangat mudah dan cepat sehingga cenderung menggunakan aplikasi *e-money* tanpa berpikir lebih jauh (Ramadhani, 2016). Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh pengembang *e-money* dapat menjerumuskan pengguna kearah konsumtif jika mereka tidak melakukan kontrol yang baik dalam penggunaan *e-money* tersebut.

Mahasiswa merupakan kelompok masyarakat generasi Z yang dalam kehidupan sosialnya sehari-hari tidak terlepas dari gawai digital. Penelitian yang dilakukan oleh Badri (2020) menemukan bahwa generasi Z merupakan pengguna aktif smartphone yang mengetahui dan menggunakan aplikasi dompet digital, yang mana merupakan aplikasi penyimpan *e-money*. Generasi Z yang saat ini termasuk dalam populasi penduduk dalam rentang umur remaja, sangat rentan dengan isu kontrol diri dan konsumtif. masa remaja merupakan masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, sehingga dari segi psikisnya masih sangat belum mantap sehingga mudah untuk dipengaruhi. Dengan adanya gawai digital,

Berbagai kegiatan dapat diakses oleh para remaja seperti kursus ketrampilan atau mata pelajaran melalui aplikasi digital, dan juga akses menuju marketplace serta *e-money*. (Ramadhani, 2016) mengungkapkan promosi dan diskon yang ditawarkan oleh marketplace mampu membuat mahasiswa lebih konsumtif dikarenakan merasa mendapat keuntungan apabila melakukan transaksi itu selama masa promo masih berlangsung. Sedangkan jika dilewatkan maka mahasiswa sebagai pengguna *e-money* merasa akan kehilangan penawaran harga terbaik yang bisa mereka dapatkan. Meningkatnya aktivitas berbelanja online juga mampu memicu peningkatan penggunaan *e-money*. Mahasiswa lebih memilih untuk menggunakan transaksi dengan metode digital payment karena berbagai pertimbangan seperti lebih cepat, praktis, dan aman untuk digunakan.

Disamping itu terdapat banyak potongan-potongan harga dalam bentuk poin atau penawaran belanja yang menarik, wawancara yang dilakukan oleh Ulayya dan Mujiasih (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa mahasiswa sangat terbantu dengan hadirnya *e-money* yang dianggap memiliki kepraktisan dan kemudahan dalam pembayaran dimana dan kapanpun. Selain itu para mahasiswa promo cash back yang diberikan oleh layanan *e-money* mampu mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam membeli suatu produk, karena mereka merasa hal tersebut akan menguntungkan mereka. Promosi yang diberikan ini mengakibatkan sebagian besar mahasiswa kurang mampu mengontrol pengeluaran, mereka cenderung membeli tanpa berpikir lebih panjang tentang kebutuhan dan kegunaan tersebut.

Penelitian dari (Fatmasari, 2016) yang menyebutkan Perkembangan *e-money* pada kalangan remaja dapat mengubah perilaku individu dalam melakukan kegiatan konsumsi. Konsumen memiliki akses yang luas dalam melakukan transaksi keuangan dikarenakan factor kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* tersebut, trend inilah yang ditanggapi secara positif oleh mahasiswa.

Penggunaan *e-money* secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional, tanpa mempertimbangkan aspek kegunaannya, sehingga yang ditonjolkan adalah status, prestige, kekayaan, keistimewaan dan hal lain yang mencolok (R.Slamet, 2011).

Hal ini dapat menjadi media yang cukup berpengaruh bagi remaja dalam mengekspresikan diri, termasuk dalam berperilaku konsumtif. Untuk itu perilaku konsumtif yang mengorbankan kebutuhan dimasa depan demi penawaran diskon yang menarik di masa kini, dapat menjerumuskan seseorang kedalam kondisi kesehatan keuangan yang buruk, selain itu perilaku konsumtif harus dihindari karena dapat menimbulkan masalah keuangan yang lebih mendalam di kemudian hari.

Perilaku konsumtif banyak terjadi di kalangan mahasiswa, dimana perilaku konsumtif terjadi karena berapa faktor yakni sosial budaya dan masih banyak lagi mahasiswa lebih tergoda dengan adanya potongan harga maupun diskon mereka lebih mementingkan kemauan di bandingkan keperluan yang kenaikan gaya hidup. Perilaku konsumtif memiliki dampak positif yaitu individu yang memiliki perilaku konsumtif akan merasa kepuasan memiliki rasa kebahagiaan tersendiri.

Sebagaimana Allah berfirman dalam kitab suci al-Quran (Al- Isra: 26-27).

Artinya: “dan janganlah kamu menghamburkan hartamu secara boros, sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”. (Al- Isra: 26-27)

Penggunaan *e-money* bisa membawa kecenderungan perilaku keuangan yang tidak baik dalam hal ini perilaku konsumtif atau yang biasa disebut boros. Hal ini disebabkan karena pada saat bertransaksi online, secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga menimbulkan suatu kecanduan untuk melakukan pembelian secara berulang. Sebenarnya pembelian berulang, atau sikap boros tidak selalu memiliki konotasi yang buruk.

Akan tetapi pada sisi lainnya, pembeli yang loyal akan meningkatkan perekonomian khususnya jika pengguna *e-money* mengeluarkan uangnya untuk berbelanja pada produk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Namun, sikap boros akan menjadi masalah, jika seseorang tidak mampu mengelola keuangannya. Dalam hal ini, seseorang tidak memiliki cukup uang namun tetap gila belanja sehingga harus berutang atau melakukan tindakan kecurangan lainnya. Hal inilah yang harus dihindari dari sikap boros tersebut.

Dengan adanya fenomena kemudahan bertransaksi dengan *e-money* tentu saja akan membawa dampak positif dan negatif kepada mahasiswa yang menggunakannya. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan adalah adanya kemungkinan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Untuk itu diharapkan kontrol diri mampu menekan atau mengendalikan perilaku konsumtif yang dapat menimbulkan masalah keuangan dimasa yang akan datang.

Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang dari fenomena diatas, penulis tertarik untuk mengangkat judul “**Pengaruh *E-Money* dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dikalangan Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *E-Money* terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh *E-Money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berdasarkan ekonomi Islam?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-Money* terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
3. Untuk mengetahui pengaruh *E-Money* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berdasarkan ekonomi islam.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat pada penelitian yaitu:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya bagi mahasiswa program studi Ekonomi Islam.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai penambah wawasan bagi peneliti mengenai pengaruh *e-Money* terhadap mahasiswa menurut pandangan Islam.

