BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan era industri 4.0, masyarakat Indonesia kini menjalani kehidupan yang tak terpisahkan dari kemajuan teknologi. perkembangan teknologi dan transformasi digital tidak dapat dihindari dan hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari menggunakan teknologi Perkembangan teknologi terjadi pada berbagai bidang seperti transportasi, komunikasi, perdagangan dan juga perbankan. Dengan adanya teknologi yang semakin maju dan canggih maka semua aktivitas atau kegiatan yang dilakukan individu menjadi sangat mudah dan juga cepat. Salah satu kemudahan yang diperoleh masyarakat saat ini adalah kemampuan untuk berbelanja secara online tanpa perlu berinteraksi secara langsung (Septiansari & Handayani, 2021). Seperti memesan makanan, hiburan, belanja barang, transportasi dan lainnya semua tersedia secara online. Perilaku belanja online telah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia, terutama di tengah kondisi pandemi covid-19 (Septiansari & Handayani, 2021).

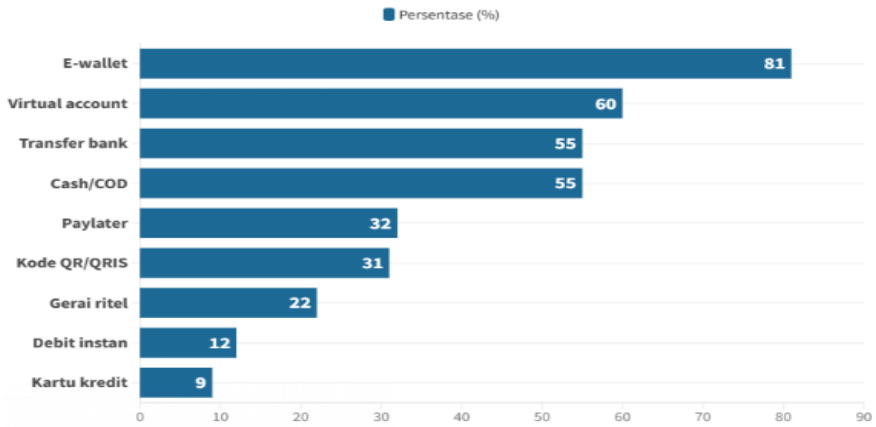
Perkembangan Kemajuan teknologi yang semakin pesat mempermudah masyarakat mengakses internet. Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pengguna layanan internet berdasarkan Pekerjaan peringkat pertama diduduki oleh pelajar dan mahasiswa yakni sebesar 99,26 % .Sebanyak 90% dari pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun di Indonesia telah melakukan pembelian produk dan layanan secara online , Dalam konteks ini, tingginya angka tersebut berpotensi memengaruhi pola perilaku konsumtif seseorang (Septiansari & Handayani, 2021). Perilaku konsumtif ini juga didasari ataupun didukung dengan adanya situs aplikasi belanja online beserta kemudahan dalam penggunaannya menjadikan alternatif bagi mahasiswa dikarenakan lebih nyaman daripada belanja offline yang biasanya dihubungkan dengan keramaian, kecemasan, kemacetan lalu lintas, waktu yang terbatas dan keterbatasan tempat parkir(Herkulana et al., 2022).

Menurut Guntur Firmansyah & Ari Susanti, (2023) berpendapat Perilaku konsumtif adalah pembelian yang didasarkan keinginan tanpa memperhatikan kegunaan dan manfaat yang membuat seseorang menjadi konsumtif. Sedangkan menurut Oktary & Wardhani, (2023) Perilaku Konsumtif merupakan perilaku berbelanja secara berlebihan yang hanya menginginkan kesenangan saja. Sebagaimana seseorang yang membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya, hanya berbelanja berdasarkan keinginan dan kesenangan pribadi semata. Jika perilaku konsumtif mahasiswa berlangsung dalam jangka waktu yang lama, hal ini dapat mengakibatkan ketidakmampuan dalam mengontrol keuangan pribadi, dan hal ini dapat merugikan orang tua. Keadaan ini terjadi karena sebagian besar mahasiswa bergantung pada dukungan keuangan dari orang tua mereka (Maulana, 2018). Menurut penelitian dari Yahya, (2021) Menekankan bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai keuangan cenderung memikirkan masa depannya sehingga mengurangi perilaku konsumtif. Dengan katalain semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif.

Berdasarkan definisi OECD (2018), literasi keuangan adalah kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan tindakan yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan yang bijaksana dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan finansial individu. Sedangkan menurut OJK (2021) Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Menurut data yang dipublikasikan dalam Indeks inklusi keuangan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan mahasiswa di Indonesia saat ini mencapai 62,42%, sementara inklusi keuangan mahasiswa mencapai 96,51%. Sejalan dengan itu, berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022, ditemukan bahwa literasi keuangan berada pada angka 49,68%, sementara inklusi keuangan mencapai 85,10%. Kurangnya literasi keuangan mahasiswa dalam pengelolaan keuangan dan melek teknologi dapat mengakibatkan meningkatnya perilaku konsumtif pada mahasiswa

Dalam era teknologi ini, masyarakat dapat dengan lebih mudah melakukan transaksi jual beli dengan menggunakan sistem pembayaran yang sangat mudah diakses. Dimana sistem pembayaran yang awalnya menggunakan uang tunai telah beralih menjadi sistem non-tunai. Salah satu istilah yang berkembang pesat adalah *financial technolgy (fintech).* Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 menyatakan FinTech merupakan "penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi dan model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran". FinTech adalah inovasi atau terobosan terbaru yang memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada masyarakat dalam bidang keuangan, karena masyarakat dapat menjalankan transaksi hanya dengan menggunakan smartphone dan akses internet. Menurut OJK, (2018) terdapat beberapa jenis *fintech* yang berkembang di Indonesia yaitu, *crowfunding, microfinancing*, P2P *lending service*, *market comparison, digital payment system*

Gambar 1.1 Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak di Gunakan



Sumber : goodstats.id,(2023)

Berdasarkan grafik diatas, e-wallet menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2022, mencapai 81%. Disusul virtual account yang mencapai 60%. Selain itu juga terdapat metode transfer bank dan tunai/COD (cash on delivery) yang masing-masing digunakan sebesar 55%. Kemudian disusul metode paylater dan QR/QRIS *(Quick Response Code*

Indonesian Standard) yang masing-masing memiliki proporsi sebesar 32% dan 31% pada tahun 2022 (goodstats.id,2023)

Salah satu financial technology yang berkembang yaitu *e-wallet* yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran secara elektronik. *E-Wallet* merupakan dompet digital yang digunakan sebagai alat pembayaran non tunai. Biasanya *e-wallet* digunakan untuk melakukan pembelanjaan secara online, walaupun sekarang ini banyak *e-wallet* juga bisa digunakan sebagai alat pembayaran berbelanja secara langsung karena banyak toko yang menggunakan *e-wallet* untuk memberikan promo jika membayar menggunakan e-wallet. Adapun jenis – jenis e-wallet yang ada misalnya OVO, Shopeepay, Gopay dan aplikasi lainnya (Oktary & Wardhani, 2023). Contoh promosi – promosi yang diberikan jika menggunakan pembayaran menggunakan aplikasi e-wallet misalnya memberikan bebas ongkir, cashback, buy 1 get 2, diskon dan lain sebagianya.

Munculnya sistem pembayaran menggunakan uang elektronik telah memberikan kemudahan bagi masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa dan generasi muda, dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka (Bank Indonesia, 2011; Abidin, 2015; Khairi & Gunawan, 2019). Berdasarkan penelitian (Nawawi, 2020) menyatakan bahwa tiga alasan mendasar mahasiswa menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran yakni karena adanya promo yang ditawarkan, kenyamanan dalam bertransaksi, dan kemudahan dalam mengoperasikannya, selain itu penelitian yang dilakukan Mujahidin, (2020) menyatakan bahwa promosi OVO dan Gopay dapat mempengarui perilaku konsumtif kaum milenial. Dengan adanya promosi – promosi ini akan memberikan dampak terhadap minat berbelanja seseorang, khususnya mahasiswa yang suka terhadap diskon. Sehingga dapat meningkatkan perilaku konsumtif seseorang. Meningkatnya penggunaan uang elektronik oleh mahasiswa dapat berdampak perilaku mahasiswa menjadi lebih konsumtif (Insana & Johan, 2021).

Terdapat beberapa penelitian yang mengulas topik pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Seperti yang disebutkan dalam penelitian oleh(Sustiyo, 2020), (Yahya 2021), dan (Eni, 2019), hasil studi menunjukkan

bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif. Di sisi lain, (Fariana et al., 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Adanya literasi keuangan yang baik, mahasiswa mampu mengendalikan keuangan secara bijak agar pola konsumtif tidak menjadi masalah bagi masa depan (Choirunnisa Mutiara Trisuci, 2022). Menurut (Mubarokah & Rita, 2020) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negative terhadap perilaku konsumtif. Semakin baik literasi keuangan seseorang seharusnya tidak memiliki perilaku konsumtif karena dengan adanya pengetahuan keuangan seseorang yang baik mereka akan mampu untuk mengatur uang mereka dalam memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan hasil penelitian Oktary & Wardhani, (2023) dan Deviyanti, (2020), Literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Walaupun seorang mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik tetapi jika tidak diaplikasikan dengan benar dalam kehidupan sehari – hari maka tidak berpengaruh dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Penyebab mahasiswa memiliki perilaku konsumtif karena kurang bisa membedakan antara keingin dan kebutuhan.

Mahasiswa tergolong kelompok konsumen usia remaja, Remaja adalah fase transisi dari masa anak-anak menuju dewasa yang ditandai oleh perubahan fisik, emosional, dan pola berpikir. Dalam konteks ini, remaja memiliki karakteristik yang rentan terpengaruh dan cenderung labil disbanding pada usia dewasa, sehingga mereka lebih rentan untuk dipengaruhi dalam pembelian suatu barang tanpa pertimbangan yang matang (Desfayanti, 2021).Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputro et al., (2021) menyatakan bahwa rata-rata tingkat capaian responden (TCR) perilaku konsumtif mahasiswa adalah sekitar 66,51%. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa masuk dalam kategori tinggi.

Yang kita tahu mahasiswa lebih cenderung memiliki perilaku konsumtif dikarenakan sering mengikuti tren, seringkali menghabiskan uangnya hanya untuk membeli sesuatu yang sebenarnya tidak menjadi prioritas atau membeli tidak sesuai kebutuhan mereka misalnya membeli handphone karena keluaran terbaru,

makanan, hiburan dan lainnya hanya karena sekedar untuk pemenuhan gaya hidup semata dan adanya kemajuan fintech yang memberikan kemudahan dalam penggunaan juga sering memberikan promosi – promosi untuk menarik minat seseorang untuk berbelanja (Oktary & Wardhani, 2023).

Table 1.1 Hasil pra-Survei

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah anda pernah membeli barang karna promo yang ditawarkan ?	14 (93,3%)	1 (6,6%)
2	Pernahkah anda membeli produk yang fungsi atau jenis nya sama seperti yang sudah anda beli sebelumnya ?	13 (86,6%)	2 (13,3%)
3	Apakah anda pernah membeli sesuatu hanya untuk mengikuti trend ?	9 (60%)	6 (40%)

Sumber: Diolah Penulis (2023)

Peneliti melakuakn pra-survey terhadap 15 mahaisiswa S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Dari hasil pra-survey diatas menunjuakkan bahwa mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis berindikasi berprilaku konsumtif, karana 93,3% responden atau 14 dari 15 responden mereka pernah membeli barang karan promo yang ditawarkan, dan juga 86,6% 13 dari 2 responden mereka membeli sesuatu produk yang fungsi atau jenis nya sama seperti yang telah mereka punya, dan 60% atau 9 dari 15 responden mereka pernah membeli sesuatu hanya untuk mengikuti tren.

Seperti pada mahasiswa pada umumnya, mahasisawa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi berada pada situasi dimana mereka mengikuti perkembangan zaman baik dari segi tekonologi, komunikasi maupun keuangan yang membuat mereka mengikuti trend yang ada misalnya membeli handphone karena keluaran terbaru, makanan, hiburan, fashion dan lainnya. Adanya kemajuan fintech yang memberikan kemudahan dalam penggunaan juga sering memberikan promosi – promosi untuk menarik minat seseorang untuk berbelanja ditambah

dengan perkembangan e-commerse yang dapat diakses dimana saja, semakin mendorong perilaku konsumtif dalam diri mahasiswa.

Table 1. 2 Data Mahasiswa S1 FEB UNJA

NO	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1	Ekonomi Pembangunan	724
2	Manajemen	793
3	Akuntansi	735
4	Ekonomi Islam	523
5	Bisnis Digital	120
6	Kewirausaan	118
TOTAL		3013

Sumber : Tata Usaha FEB UNJA, 2023

Mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa diharapkan memiliki pemikiran intelektual dan mampu memajukan bangsa dengan ilmu yang dimilikinya. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Universitas Jambi sedang atau telah mendapatkan materi pembelajaran mengenai literasi keuangan, oleh sebab itu peneliti memilih mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai objek penelitian karna sesuai atau relevan denga apa yang telah atau sedang mereka pelajari. Diharapkan mahasiswa memiliki tingkat literasi yang tinggi dalam mengelola keuangan dan mampu mengendalikan diri dalam menggunakan uang elektronik, sehingga mahasiswa mampu mengendalikan perilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraian, maka penulis tertarik untuk membahas ‘’**pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *fintech* E-Wallet terhadap perilaku konsumtif belanja online (Studi kasus Pada Mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi)’’.**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi ?
2. Apakah *fintech e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi ?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

2. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh pengguna *fintech e-wallet* terhadap perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

1.4.Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengetahuan mahasiswa di bidang keuangan khususnya perilaku konsumtif yang di hubungkan dengan literasi keuangan dan financial technology di kalangan mahasiswa S-1 prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Peneliti ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjunya untuk melakukan penelitian serupa dalam lingkup yang berbeda.

2. Manfaat praktis
    a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada penulis dalam menerapkan metode dan pengetahuan yang diperoleh selama masa studi untuk memahami dan menyelesaikan permasalahan yang relevan.
    b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mahasiswa mengenai perilaku konsumtif.
    c. Hasil penelitian ini dapat menjadi kontribusi referensi bagi peneliti-peneliti lain yang ingin membahas pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap perilaku konsumtif di masa depan.