BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi, Indonesia telah mendorong pembangunan ekonomi negara. Salah satunya terlihat pada berkembangnya industri yang mampu menyediakan segala kebutuhan masyarakat. Semua mengetahui bahwa kebutuhan manusia tidak ada habisnya, ketika kebutuhan yang satu terpenuhi maka timbul kebutuhan yang lain. Persediaan barang yang melimpah dan pilihan yang banyak membuat masyarakat tertarik dan mengkonsumsi barang tersebut. Masyarakat berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan, padahal yang bukan kebutuhan dapat dipenuhi dengan keinginan yang kuat untuk memiliki atau mengkonsumsi (Nengsih, 2023).

Teknologi sangat berdampak di kehidupan manusia. Dilihat dari dampak positif yaitu memberikan kemudahan dalam pekerjaan manusia, namun ada juga dampak negatif dari kemajuan teknologi tersebut bagi kehidupan manusia yaitu dapat membuat pengguna cenderung boros dalam perilaku konsumsi akibat dari kemudahan dan kepraktisan dari *e-payment*. Salah satu kemajuan teknologi tersebut yaitu sistem pembayaran non tunai (*e-payment*) yang mana dapat memberikan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi (Safira et al., 2023). Adapun dampak negatif dari *e-payment* salah satunya yaitu dapat membuat pengguna cenderung boros dalam perilaku konsumsi akibat dari kemudahan dan kepraktisan dari *e-payment*. Pada proses pembayaran *e-payment* dilakukan secara elektronik dan dalam bentuk informasi digital (Rahayu & Mulyadi, 2023). *E-payment* sering digunakan untuk bertransaksi secara *online* seperti *online shopping*. Seiring berjalannya waktu perkembangan *e-payment* menjadi salah satu solusi yang paling mudah untuk bertransaksi pada *e-commerce*. Beberapa alat pembayaran *e-payment* adalah ATM, *e-money*, *m-banking*, kartu kredit dan debit (Wijaya et al., 2023).

Sejalan dengan meningkatnya penggunaan *e-payment*, kebanyakan dari penggunaan *e-payment* adalah kelompok remaja atau sering disebut generasi Z.

Yang dapat dikatakan generasi Z adalah generasi yang lahir di tahun 1997-2012. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang aktif dalam dunia digital karena menjadi generasi pertama yang terhubung dengan teknologi digital (Adinda, 2022). Mahasiswa merupakan bagian dari generasi Z yang menggunakan *e-payment* karena mahasiswa cenderung banyak yang menggunakan smartphone untuk bertransaksi *online*. Menurut penelitian (L. G. K. Dewi et al., 2021) mengatakan bahwa generasi Z merupakan salah satu generasi remaja yang mudah dipengaruhi karena psikis yang belum matang sehingga rentan terhadap isu konsumtif.

Perilaku konsumsi merupakan sebuah cara manusia dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam hidup. Arti konsumsi itu sendiri yaitu sebuah proses yang bertujuan untuk mengurangi atau menghabiskan suatu barang atau jasa sehingga bisa memenuhi kebutuhan. Jika dilakukan secara berlebih-lebihan, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan konsumsi itu menjadi kegiatan perilaku yang konsumtif. Perilaku konsumtif dapat dideskripsikan terhadap seseorang yang mampu menghabiskan sesuatu dengan mementingkan keinginan dibanding kebutuhan untuk memberikan kepuasan diri tanpa adanya batasan. Ciri perilaku yang konsumtif salah satunya adalah orang yang membeli suatu barang bukan berdasarkan memenuhi kebutuhan hidup melainkan adanya keinginan untuk kepuasan diri (Safira et al., 2023).

Beberapa prinsip dalam Islam yang menjadi patokan di kehidupan pada perilaku konsumsi adalah prinsip kebersihan, moralitas, murah hati dan sederhana (Maharani, 2020). Diatur dalam Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31

Artinya : *“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”*.

Dalam Hadist Riwayat Imam Ahmad (4505) Nabi Muhammad SAW bersabda : *“Makan, minum, bersedekah serta berpakaianlah kalian dengan tidak berlebih-lebihan”*.

Perilaku konsumsi diatur dalam Islam agar setiap manusia bisa menciptakan kebermanfaatan. Melakukan perilaku konsumsi juga harus menyesuaikan dasar hukum Allah yaitu Al-Qur'an dan Hadist (Hasanah et al., 2023). Adapun yang harus diperhatikan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan

hidup adalah lebih memperhatikan kebutuhan dibandingkan keinginan sehingga seorang muslim dapat adil dalam proses membelanjakan harta. Yang mana tidak berlebihan atau sesuai ukuran yang wajar, selain itu juga bukan hanya memperhatikan kebutuhan dunia namun memperhatikan akhirat juga (Ridwan et al., 2019).

Kegiatan konsumsi pada hakekatnya tidak lepas dari kehidupan manusia unntuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kegiatan konsumsi ini tidak lepas dari perilaku konsumsi, yang mana perilaku ini sebagai pengambilan keputusan dalam menggunakan barang atau jasa. Masyarakat saat ini bukan hanya memenuhi kebutuhan saja saat berkonsumsi, namun juga untuk memenuhi keinginan untuk mendapatkan kepuasan diri. Bukan hanya halal dan haram sebagai batasan pada saat berperilaku konsumsi dalam Ekonomi Islam, melainkan baik, cocok, bersih dan tidak menjijikan. Batasan ini tidak hanya berlaku untuk makanan dan minuman saja, namun juga pada kosmetik, obat-obatan, bahkan restoran (Puspitasari & Indrarini, 2021).

Ada 3 tingkat kemaslahatan yang mengacu skala prioritas dalam perilaku konsumsi yaitu, pertama kebutuhan pokok (kemaslahatan *dharuri*) meliputi agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Yang kedua kebutuhan skunder (kemaslahatan *hajji*) dan ketiga kebutuhan tersier (kemaslahatan *tahsini*). Pada perilaku konsumsi Ekonomi Islam, manusia tidak mengonsumsi secara berlebihan dan tida boros, namun dituntut untuk selalu sederhana terutama umat muslim. Selama tidak menimbulkan *nafsadah*, Islam memperbolehkan umat muslim untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Wardani, 2021). Pada penelitian (Hasanah et al., 2023) menyatakan bahwa prinsip konsumsi dalam Ekonomi Islam mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan. Ada perbedaan yang bersignifikan jika dibandingkan dengan Ilmu ekonomi modern yang hanya mengutamakan materialistis saja. Konsumsi dalam Islam diatur dalam 5 prinsip utama, meliputi keadilan, kesederhanaan, moralitas, kebersihan dan murah hati.

Pada penelitian (Puspitasari & Indrarini, 2021) menunjukkan hasil bahwa mulai adanya perubahan dari perilaku konsumsi yang didukung dengan

kemudahan transaksi dengan *e-payment* sehingga masyarakat banyak membelanjakan uangnya bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan saja melainkan untuk kepuasan diri atau belanja sesuai keinginan saja. Penggunaan *e-payment* pada penelitian ini mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat disebabkan adanya kemudahan dalam melakukan transaksi, aman dan lebih efisien, menguntungkan dan tidak merasa mengeluarkan uang saat transaksi dikarenakan uang yang dalam bentuk digital. Dengan adanya hal yang seperti ini maka dapat menimbulkan perilaku konsumtif pada mahasiswa (Anggraini & Hastuti, 2023).

Berkembangnya teknologi khususnya pada *e-payment* menekan literasi keuangan yang tinggi bagi masyarakat dalam memberikan keputusan keuangan (Martapura, 2023). Literasi keuangan mendeskripsikan pengendalian keuangan masyarakat untuk memaksimalkan kesejahteraan. OECD (2018) dalam penelitian (Sustiyo, 2020) mengemukakan bahwa literasi keuangan menggabungkan antara pengelolaan keuangan, kombinasi pengetahuan, kreativitas dan tindakan yang timbul pada pembuatan keputusan supaya mendapatkan finansial yang sejahtera. Keadaan keuangan dalam hidup akan lebih baik apabila masyarakat mampu meningkatkan literasi keuangannya. Meningkatnya pemahaman literasi keuangan akan membuat masyarakat cerdas ketika membeli suatu barang, mengelola keuangan dan *planning* masa yang akan datang. Karena pada dasarnya apabila pemahaman literasi keuangan rendah maka akan terbentuknya individu yang konsumtif akibat tidak dapat mengelola keuangan dengan baik (Pratiwi, 2022). Hal ini dapat berdampak adanya kecenderungan masyarakat yang dapat merugikan diri sendiri akibat pengendalian keuangan yang tidak baik, misal sifat boros yang terdapat pada setiap orang dalam melakukan pembelian barang konsumsi sehingga menimbulkan defisit di akhir bulan (Sustiyo, 2020).

Literasi keuangan yang meningkat dapat berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat. Pengetahuan terkait keuangan pribadi sangat dibutuhkan agar masyarakat dapat memberikan keputusan keuangan yang tepat supaya masyarakat dapat memanfaatkan alat dan produk keuangan yang sesuai. Rendahnya literasi keuangan menjadi masalah besar dan hambatan utama pada masyarakat Indonesia karena pemahaman keuangan adalah prosedur yang panjang

untuk mendorong masyarakat dalam upaya perenanaan keuangan pada masa yang akan datang untuk mencapai kekayaan berdasarkan model dan gaya hidup (Amir, 2023).

Tabel 1.1
Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022

Tahun	Literasi Keuangan	Inklusi Keuangan
2013	21,84%	59,74%
2016	29,70%	67,80%
2019	38,03%	76,19%
2022	49,68%	85,10%

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 yang dilaksanakan oleh OJK pada literasi keuangan, tingkat pemahaman masyarakat dalam literasi keuangan mencapai 49,68% walaupun nilai masih dibawah setengah, tingkat pemahaman masyarakat sangat pesat dibandingkan pada tahun 2019 yaitu 38,03%. Sedangkan pada inklusi keuangan ada kenaikan signifikan yaitu 85,10% dibandingkan tahun 2019 yaitu 76,19% . Indeks literasi keuangan dan inklusi keuangan wilayah perkotaan masing-masing adalah 50,52% dan 86,73%, lebih tinggi di wilayah pedesaan yaitu 48,43% dan 82,69%.

Tabel 1. 2
Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Tahun 2022

Indeks Syariah	2019	2022
Literasi	8,93%	9,14%
Inklusi	9,10%	12,12%

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Selain literasi dan inklusi keuangan nasional, SNLIK 2022 juga mengukur indeks literasi dan inklusi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah merupakan bentuk pengembangan literasi keuangan berdasarkan nilai dan prinsip syariah (Syaichoni, 2020). Hasil dari pengukuran OJK (2022) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia mengalami peningkatan. Dari 8,93% pada tahun 2019 meningkat sebanyak 0,21% menjadi 9,14% pada tahun 2022. Sedangkan pada inklusi keuangan syariah mengalami peningkatan yang

sebelumnya 9,10% pada tahun 2019 meningkat sebanyak 3,02% menjadi 12,12% pada tahun 2022.

Dalam penelitian (Amir, 2023) OJK mengemukakan bahwa masyarakat Indonesia semakin boros dan bahkan hampir menghilangkan kebiasaan menabung. Masyarakat Indonesia lebih cenderung berhutang untuk memenuhi kebutuhan belanja dan tidak berhenti belanja ketika harga komoditas naik. Tingkat literasi keuangan syariah yang kecil memberi gambaran bahwa adanya persoalan dalam pengetahuan keuangan syariah. Rendahnya literasi keuangan syariah terhadap masyarakat Indonesia bukan hanya menjadi persoalan pada saat ini saja, namun pada masa mendatang terutama pada masyarakat yang jauh dari perkotaan. Oleh karena itu, penting untuk saat ini mengingat literasi keuangan syariah dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat dengan meningkatnya pendapatan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi yang terus membaik.

Berdasarkan data BPS hasil pendataan survei Susenas 2022 bahwa pada tahun 2022 terdapat 66,48% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Tingginya tingkat penggunaan internet menggambarkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap teknologi serta perubahan masyarakat informasi. Meningkatnya jumlah pengakses internet di Indonesia tidak lepas dari meningkatnya perkembangan *smartphone*. Tercatat 67,88% penduduk Indonesia memiliki *smartphone* pada tahun 2022. Lebih tinggi dibandingkan pada tahun 2021 yang mencapai 65,87% .

Tabel 1. 3
Data Pengguna Dompot Digital September 2022

Jenis <i>e-payment</i>	Persentase jumlah pengguna
Gopay	71%
OVO	70%
Dana	61%
ShopeePay	60%
LinkAja	27%

Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut *E-Wallet Industry Outlook 2023* dari Insight Asia, hasil survei dari 1.300 warga perkotaan 74% sudah pernah memakai dompet digital. Bisa dilihat dari tabel tersebut bahwa GoPay menduduki pengguna tertinggi yaitu 71% yang mana hanya beda 1% dengan pengguna OVO yaitu 70%. Pengguna Dana hanya 61% yang juga hanya selisih 1% dengan pengguna ShopeePay yaitu sebesar 60%. Dan untuk pengguna LinkAja lebih sedikit dari ke empat platform diatas, yaitu hanya 27%. Insight Asia juga mengemukakan bahwa 79% pengguna dompet digital ini memanfaatkan platform untuk berbelanja *online*, 78% untuk melakukan isi ulang pulsa, 78% pengguna melakukan transfer uang dan 45% responden menggunakan platform ini untuk membayar tagihan rumah tangga. Survei tersebut dilakukan oleh Insight Asia pada September 2022 terhadap 1.300 responden berusia 18-55 tahun. Responden tersebar di kota-kota besar Indonesia, antara lain Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru. Proporsi responden laki-laki dan perempuan sama dengan 50%. Responden berasal dari kelas ekonomi menengah ke atas. (Hidayat, 2023).

Layanan *mobile payment* yang terdapat pada *smartphone* menjadi tempat pembayaran baru sekaligus meningkatkan inklusif di Indonesia. Penggunaan QRIS merupakan salah satu penggunaan dalam *mobile payment* yang berkembang pesat di era ini. Sehubungan dengan implementasi Gerakan Nasional Nontunai (GNNT) di Provinsi Jambi, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jambi juga mengadakan kegiatan pembelajaran GNNT yang mana pelajar dan mahasiswa menjadi sasaran utama karena secara umum kelompok anak muda melek dengan teknologi, mau mencoba sesuatu yang baru dan cenderung memilih hal yang praktis. Dari kegiatan tersebut GNNT mengharapkan bahwa tingkat inklusi keuangan dapat meningkat dan dapat menciptakan *less cash society* di Jambi (Perwakilan BI Jambi, 2023).

Gaya hidup memiliki kaitan yang sangat erat terhadap teknologi, semakin berkembangnya teknologi maka semakin berkembang pula penerapan gaya hidup mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup sudah menjadi kebutuhan yang sudah terbiasa dalam kehidupan mahasiswa (Nengsih, 2023). Gaya hidup di lingkungan mahasiswa marak terjadi untuk dijadikan ajang pameran dari selain

konsumsi yang sifatnya makanan melainkan dari segi penampilan seperti gaya pakaian, sepatu model baru, aksesoris, pergi ke cafe, menggunakan barang elektronik seperti *gadget* dimana *gadget* yang dimiliki lebih dari satu padahal masih bisa berfungsi dengan baik.

Pada hasil penelitian (Puspitasari & Indrarini, 2021) menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi Islam. Hasil penelitian (Fadhilah, 2023) menunjukkan bahwa secara parsial gaya hidup memiliki pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada penelitian (Meylina, 2023; Sustiyo, 2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah mahasiswa secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Sedangkan pada penelitian (Pratiwi, 2022) menunjukkan hasil bahwa secara parsial literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, namun berpengaruh positif secara simultan. Pada penelitian (Sofyan, 2023) menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan syariah secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun berpengaruh positif secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Prof. K.H. Saiffudin Zuhri Purwokerto.

Tabel 1. 4
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi
Angkatan 2020-2023

	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
S1	Ekonomi Pembangunan	724
	Manajemen	793
	Akuntansi	735
	Ekonomi Islam	520
	Bisnis Digital	120
D (IV)	Keuangan Daerah	162
	Manajemen Pemerintahan	218
D (III)	Akuntansi	116
	Manajemen Pemasaran	90
	Perpajakan	164
	Jumlah	3.642

Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2023/2024

Perilaku konsumtif banyak terjadi di kalangan mahasiswa, yang mana perilaku konsumtif terjadi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu sosial budaya, lingkungan dan yang lainnya. Selain itu, mahasiswa juga lebih tergoda dengan

adanya diskon yang mana mereka lebih mementingkan keinginan mereka dibandingkan kebutuhan yang menaikkan gaya hidup. Dalam islam Allah SWT berfirman dalam Qur'an surah Al-Isra' ayat 26-27.

Artinya : dan janganlah kamu menghamburkan hartamu secara boros, sesungguhnya pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu fakultas di Universitas Jambi dengan jumlah mahasiswa yang aktif sebanyak 3.642 menurut data dari fakultas. Dilihat dari permasalahan mahasiswa terutama mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, bahwa pentingnya sebuah pengetahuan dalam menggunakan *e-payment* agar tidak berlebihan dalam berkonsumsi. *E-payment* bisa membawa mahasiswa berperilaku konsumtif dengan adanya kemudahan transaksi sehingga menimbulkan kecanduan untuk berbelanja secara berulang.

Sikap boros yang dilakukan oleh mahasiswa juga disebabkan karena mahasiswa kurang mampu mengelola keuangannya. Seharusnya mahasiswa harus mampu dalam mengelola keuangan agar tidak berlebihan saat mengambil keputusan. Maka perlu di edukasi bahkan telah muncul pada penerapannya tetapi sedikit yang menghasilkan keilmuan itu mulai dari cerdas membaca peluang keuangan, produktif dalam berwirausaha dan kemampuan dalam mengelola keuangan. Dengan adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan syariah akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, maka individu dapat memaksimalkan nilai waktu, uang, dan keuntungan yang diperoleh seorang individu akan semakin tinggi dan akan meningkatkan taraf kehidupannya.

Dan juga dalam gaya hidup mahasiswa kerap mengonsumsi suatu barang untuk memenuhi keinginan saja terutama dalam berbelanja. Namun di sisi lain, pembelanja yang loyal akan meningkatkan perekonomian terutama UMKM. Di sekeliling kampus Universitas Jambi juga banyak sekali umkm terutama umkm makanan yang berinovasi baru sehingga kebanyakan mahasiswa penasaran dan membeli untuk kepuasan pribadi. Selain itu juga mahasiswa ketika diluar kelas mereka menyempatkan untuk berkumpul bersama atau rapat organisasi baik di

kantin maupun di kafe yang pastinya mereka akan memesan makanan. Apabila hal tersebut dilakukan secara terus menerus maka akan menimbulkan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Namun, selain makanan juga ada faktor lain yaitu belanja *online* dan yang lainnya.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi di atas, maka peneliti tertarik akan meneliti lebih lanjut dengan judul “**Pengaruh *E-payment*, Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Jambi Dalam Prespektif Ekonomi Islam**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *E-payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi?
2. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi?
4. Apakah *E-payment*, literasi keuangan syariah dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-payment* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *E-payment*, literasi keuangan syariah dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Harapannya hasil dari penelitian skripsi ini dapat dikonstrusikan guna memperkaya keilmuan khususnya yang ingin mengkaji mengenai topik ini.
- b. Sebagai instrumen penulis untuk memperdalam pengetahuan yang telah didapatkan selama perkuliahan dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian skripsi ini dapat diaplikasikan guna mengetahui korelasi dari variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa terhadap *e-payment*, literasi keuangan syariah dan gaya hidup seperti yang dibahas dalam topik ini.