

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Aktivitas Konsumsi merupakan komponen penting dari kehidupan manusia. Masyarakat memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan pokok demi keberlangsungan hidupnya. Konsumsi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar ini lazim disebut konsumsi primer. Namun, faktor keinginan seringkali memicu konsumsi yang bersifat sekunder, yaitu konsumsi barang dan jasa yang tidak berkontribusi pada kelangsungan hidup secara langsung. Konsumsi di luar kebutuhan pokok telah meningkat di masyarakat saat ini. Konsumsi yang meningkat di tingkat masyarakat dianggap baik karena mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi konsumsi yang meningkat di tingkat individu dapat menyebabkan masalah jika hanya mengikuti keinginan dan kepuasan daripada kebutuhan (Yusri, 2020).

Tingkat konsumsi yang tidak terukur melahirkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat digambarkan dalam beberapa aspek menurut Lina dan Rosyid (1997) yaitu pertama, pembelian impulsif yakni membeli semata-mata karena didasari oleh keinginan sesaat, tanpa pertimbangan, tidak memikirkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Kedua, pemborosan yakni perilaku yang banyak menghamburkan uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas. Ketiga, mencari kesenangan dengan membeli sesuatu.

Fenomena ini menjadi tantangan besar bagi generasi muda, khususnya generasi Z. Generasi Z ialah generasi yang mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti nge-tweet menggunakan ponsel, browsing dengan PC, dan mendengarkan music menggunakan headset. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka Andrea, Gabriella, & Tímea (2016). Menurut data Badan Pusat Statistik, generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012, merupakan kelompok penduduk terbesar di Indonesia.

Seperti yang ditekankan oleh Asisi & Purwantoro (2020), fase ini adalah masa peralihan di mana individu mulai membentuk identitas diri dan pola perilaku yang khas, termasuk kebiasaan makan. Demi mendapatkan penerimaan dan pengakuan sosial, generasi Z seringkali mengikuti trend yang sedang populer. Meskipun keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial adalah hal yang wajar, namun perilaku ini dapat menimbulkan dampak negatif jika dilakukan secara berlebihan tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Sayangnya, perilaku konsumtif telah menjadi fenomena yang umum di kalangan mahasiswa dan sulit untuk diatasi. Jika dibiarkan berlanjut, perilaku ini dapat mengakibatkan kerugian finansial yang signifikan bagi mahasiswa (Khoiriyah & Hakim, 2023).

Berdasarkan data sensus BPS, hampir seperempat penduduk Indonesia adalah generasi Z (74,93 juta jiwa) atau setara dengan 27,94% dari populasi Indonesia. Angka ini menjadikan generasi muda sebagai kelompok konsumen digital yang sangat menjanjikan. Minat yang tinggi dari generasi muda untuk bertransaksi secara online menjadi peluang besar bagi pasar digital.

Perkembangan teknologi digital di Indonesia mendorong transformasi diberbagai aspek kehidupan yang sebelumnya berlangsung secara konvensional, beralih menuju proses digitalisasi, perkembangan teknologi saat ini mencakup kemajuan dalam teknologi internet (Ihsan et al, 2022). Perkembangan pesat teknologi digital telah mengintegrasikan diri ke dalam setiap aspek kehidupan, termasuk transaksi keuangan. Digital Payment adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik bisa berupa chip atau server. Uang elektronik berbasis chip tersedia dalam kartu yang dileluarkan perbankan (Gosal & Linawati, 2018).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah memberikan kemudahan yang signifikan bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, termasuk berbelanja. Kemunculan situs web belanja online yang memungkinkan transaksi dilakukan kapan saja dan di mana saja, serta kemudahan pembayaran melalui sistem digital payment, telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Fasilitas pembayaran digital yang hanya memerlukan pemindaian

barcode melalui perangkat seluler telah semakin mendorong perilaku konsumtif, khususnya di kalangan remaja, terutama mahasiswa.

Mahasiswa juga mengeluarkan uang terlalu banyak untuk hiburan dan membeli pakaian terkini, yang tidak memenuhi kebutuhan mereka dan mengakibatkan pemborosan. Hal ini sesuai dengan penjelasan Izazi et al., (2020), fenomena perilaku konsumtif mahasiswa adalah mengeluarkan uang untuk membeli model pakaian terbaru, nongkrong di cafe, dan menyimpan uang untuk hal-hal penting dan tidak terduga. Ketakutan akan kehilangan momen atau trend terkini (FOMO) seringkali mendorong individu untuk melakukan pembelian secara impulsif, tanpa sadar menjerumuskan mereka ke dalam gaya hidup konsumtif.

Fenomena seperti "FOMO" (takut ketinggalan) menyebabkan mahasiswa merasa perlu mengikuti tren terkini dan membeli produk baru agar merasa relevan. Temuan Putri (2023) menunjukkan bahwa pelajar masa kini cenderung terpapar pada budaya konsumen yang berfokus pada tanggung jawab pribadi dan pengalaman langsung. Pengaruh media sosial dan selebriti telah meningkatkan tingkat konsumsi secara signifikan karena dorongan untuk memiliki barang dan produk terbaru. Pelajar kini lebih terbuka terhadap beragam produk yang mudah diakses melalui platform digital, dan cenderung ingin berbelanja setiap saat. Perusahaan juga menggunakan berbagai strategi pemasaran dan periklanan untuk mendorong konsumsi impulsif, menciptakan lingkungan di mana pembelian lebih menyenangkan daripada sekadar memuaskan kebutuhan. Seiring dengan fenomena tersebut, perilaku konsumsi mahasiswa juga semakin meningkat.

Fenomena yang terjadi saat ini, terutama pada mahasiswa sebagai generasi Z yaitu dengan adanya kemudahan dalam penggunaan digital payment maka semua transaksi menjadi lebih mudah dan cepat ditambah munculnya trend gaya hidup untuk memiliki barang-barang mewah dan terbaru. Hal ini memicu perilaku konsumtif karena mahasiswa cenderung lebih impulsif dalam melakukan pembelian. Rendahnya literasi keuangan membuat mahasiswa rentan terhadap perilaku konsumtif ini akan membuat mahasiswa kesulitan dalam mengatur atau mengelola keuangannya.

Berdasarkan survei Otoritas Jasa Keuangan tahun 2022, indeks literasi keuangan Indonesia masih tergolong rendah, yakni sebesar 49,68%. Fakta ini mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat, termasuk generasi Z, belum memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai konsep-konsep keuangan dasar. Oleh karena itu, perlu peningkatan literasi keuangan terutama bagi generasi muda menjadi prioritas utama dalam upaya mewujudkan pengelolaan keuangan pribadi yang lebih baik.

Literasi Keuangan, yaitu kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku keuangan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan finansial individu (OECD, 2022). konsep literasi keuangan lebih berfokus kepada peningkatan dari layanan keuangan dan peningkatan pada akses keuangan (Utama & Suryani, 2023). Berdasarkan penelitian Aulia et al. (2022), literasi keuangan merupakan suatu pengetahuan yang memungkinkan individu mengelola sumber daya finansialnya secara efektif, merencanakan penggunaan dana secara optimal, serta mengambil keputusan keuangan yang tepat.

Definisi lain dari literasi keuangan merupakan kemampuan untuk mengelola sumber daya finansial secara efektif guna mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Pemuda yang sadar literasi keuangan atau cerdas secara finansial dapat memahami perencanaan keuangan, sehingga dapat mengambil keputusan keuangan untuk mencapai tujuan keuangan mereka (Wediawati et al., 2022). Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memahami konsep pengelolaan keuangan, termasuk pentingnya menabung dan bagaimana hal itu memengaruhi kesejahteraan finansial mereka. Terlepas dari tingkat pendapatan, orang yang sadar keuangan cenderung lebih mampu mengontrol pengeluarannya dan lebih tahan terhadap risiko keuangan (Yahya, 2021).

Terdapat beberapa penelitian yang menyelidiki pengaruh antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Seperti pada penelitian (Delyana Rahmawany Pulungan, 2021), (Haryana, 2020), (Yahya, 2021), dan (R. Wahyuni, Irfani, & Syahrina, 2019) menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan berdampak negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, menurut Uluputty

(2023), literasi keuangan berdampak positif dan signifikan pada perilaku konsumtif.

Selain literasi keuangan, ada faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, seperti gaya hidup. Hal ini didukung oleh banyak penelitian yang mengamati hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif. Seperti pada penelitian (Haryana, 2020), (Yahya, 2021), serta (Sari, Nengsih, & Syahrizal, 2023) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif seseorang yang mengacu pada penyesalan ketika uang dan waktu terbuang sia-sia, dapat disebut sebagai gaya hidup (Haq, Tubastuvi, Purwidiyanti, & Widhidanono, 2023).

Gaya hidup menurut Sunarto (2005) menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan AIO yaitu activities (aktivitas), interest (minat) dan opinion (opini).

Gaya hidup juga bisa berubah, terutama bagi mahasiswa yang rentan terhadap perubahan baik aspirasi maupun lingkungannya. Mahasiswa pada usia ini mudah terpengaruh oleh perubahan yang tidak disebabkan oleh perubahan kebutuhan, mereka bergantung pada teman-temannya untuk menunjukkan bahwa mereka mengikuti trend terbaru (Rahmawati & Mirati, 2022). Penelitian Ardiati et al. (2023) kemudian menyatakan bahwa mahasiswa terbiasa mengonsumsi barang-barang yang tidak memenuhi kebutuhan pokoknya. Kebiasaan ini ada dalam gaya hidup mewah mereka bukan karena kurangnya pengetahuan tetapi karena pergaulan yang ada.

Berbeda dengan temuan lain, Asisi (2020) berargumen bahwa gaya hidup yang dinamis dan konsumtif, yang seringkali dipicu oleh perkembangan teknologi, tidak memiliki korelasi yang kuat dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Mereka berpendapat bahwa perubahan gaya hidup yang cepat dan cenderung berlebihan justru menjadi penyebab utama pemborosan di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengamatan pada tanggal 14 Oktober 2024, terlihat jelas adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang tinggi di kalangan Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2021-2024. Fenomena

ini ditandai dengan keinginan kuat untuk memenuhi setiap keinginan, terutama dalam hal mengikuti trend fashion terkini. Dorongan untuk tampil modern dan menghindari stigma ketinggalan zaman, serta kemudahan transaksi melalui pembayaran digital, semakin memperkuat perilaku konsumtif tersebut.

Maraknya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa manajemen, menuntut adanya upaya untuk meningkatkan literasi keuangan. Penelitian ini menganalisis bagaimana literasi keuangan, gaya hidup dan digital payment mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pembuatan metode pengelolaan keuangan yang lebih baik, yang dapat meningkatkan produktivitas mahasiswa dan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Untuk itu, peneliti merasa tertarik untuk mengambil judul penelitian **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP DAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JAMBI ANGKATAN 2021-2024).”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2021-2024?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2021-2024?
3. Apakah Digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2021-2024?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk menguji dan menghasilkan bukti empiris mengenai:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2021-2024
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2021-2024
3. Untuk menganalisis pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2021-2024

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu ekonomi, khususnya dalam kajian mengenai literasi keuangan, gaya hidup, perilaku konsumtif, dan digital payment. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan penting bagi penelitian lanjutan di bidang yang sama.

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 gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan digital payment sebagai variabel mediasi di masa depan.