

BAB I

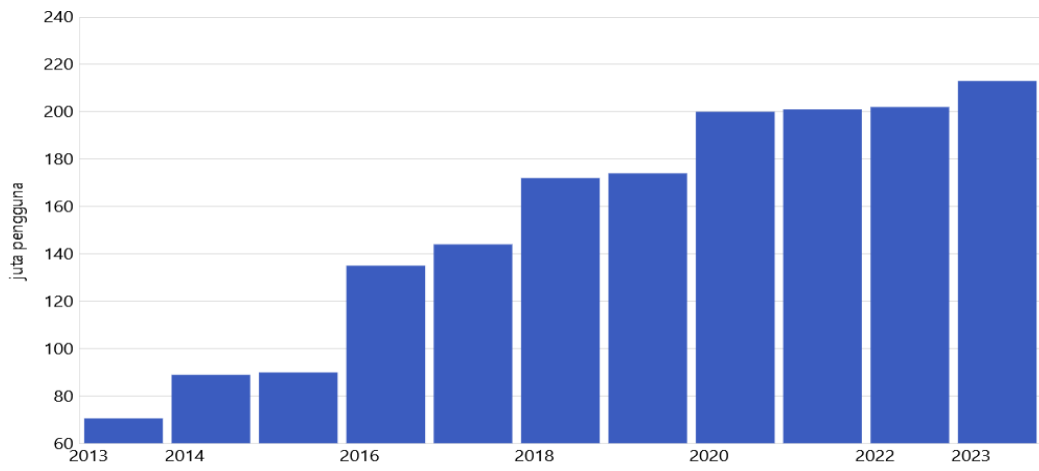
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digitalisasi ekonomi menjadi fenomena global yang terus berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Transformasi ini mengubah cara masyarakat bertransaksi dan mengakses layanan, termasuk sistem pembayaran. Pradipta (2021) menyebutkan bahwa digitalisasi ekonomi di Indonesia mendorong pertumbuhan layanan keuangan digital, yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Kini, teknologi menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, mencakup sektor transportasi, komunikasi, perdagangan, hingga perbankan.

Kemajuan teknologi membuat aktivitas menjadi lebih mudah dan efisien. Salah satu dampaknya terlihat pada kemudahan berbelanja secara daring tanpa kontak langsung Ray et al., (2022). Masyarakat kini dapat memesan makanan, menikmati hiburan, membeli kebutuhan, dan menggunakan layanan transportasi secara online. Gaya hidup digital ini semakin berkembang sejak pandemi COVID-19, yang mendorong masyarakat untuk lebih banyak bertransaksi secara digital, belanja online menjadi kebiasaan baru karena akses mudah, banyak pilihan, dan efisiensi waktu (Septiansari & Handayani, 2021).

Perkembangan teknologi juga mempercepat akses masyarakat terhadap internet. Data yang diinput dari Katadata (2023), menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 213 juta orang pada Januari 2023, atau 77% dari total penduduk. Angka ini naik 5,44% dibandingkan Januari 2022 yang mencatat 202 juta pengguna. Dalam satu dekade terakhir, jumlah pengguna internet terus meningkat, dari 70,5 juta pada 2013 menjadi 213 juta pada 2023. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada 2016 sebesar 50,16%, sementara yang terendah pada 2022. Hal ini mencerminkan adopsi teknologi digital yang sangat cepat. Peningkatan ini tidak hanya menandai kemajuan infrastruktur digital, tetapi juga menjadi pendorong utama transformasi ekonomi digital di Indonesia. Akses internet yang semakin luas telah membuka peluang bagi masyarakat untuk menggunakan berbagai layanan digital.



Sumber: KATADATA (Hasil data diolah, 2025)

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia

Menurut data APJI, pelajar dan di Indonesia, mahasiswa menjadi kelompok pengguna internet terbesar, dengan persentase mencapai 99,26%. Selain itu, sekitar 90% pengguna berusia 16–64 tahun telah melakukan transaksi pembelian produk atau layanan secara *online*. Hal ini mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat yang dapat mendorong perilaku konsumsi, Septiansari & Handayani, (2021). Kemudahan akses ke platform belanja online memperkuat perilaku konsumsi tersebut. Aplikasi *e-commerce* yang praktis dan penuh promo menarik membuat mahasiswa lebih memilih belanja daring dibandingkan toko fisik. Mereka menghindari hambatan seperti antrean, kemacetan, keterbatasan waktu, dan sulitnya parkir (Septiansari & Handayani, 2021).

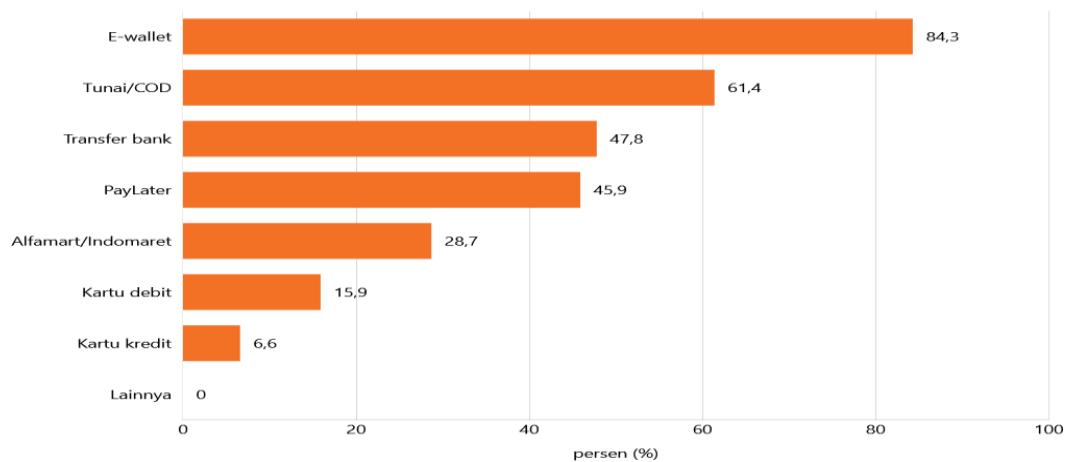
Dengan berbagai kemudahan, tren belanja online di kalangan mahasiswa terus meningkat. Kenyamanan dan fleksibilitas tanpa batasan waktu maupun tempat membuat transaksi digital semakin diminati. Pola konsumsi digital ini diperkirakan akan bertumbuh secara progresif seiring perkembangan teknologi. Pada era digital, transaksi jual beli menjadi lebih mudah berkat sistem pembayaran yang cepat dan praktis. Jika sebelumnya masyarakat bergantung pada uang tunai, kini pembayaran non-tunai menjadi pilihan utama karena lebih efisien dan fleksibel. Salah satu inovasi dalam sistem keuangan modern adalah *financial technology (fintech)*. Menurut Bank Indonesia (PBI No. 19/12/PBI/2017), *fintech* adalah pemanfaatan teknologi untuk menciptakan inovasi dalam produk, layanan, dan model bisnis

keuangan. Kehadiran *fintech* mendukung efisiensi, keamanan transaksi, serta stabilitas sistem keuangan.

Fintech memungkinkan masyarakat bertransaksi hanya dengan perangkat seluler yang terhubung internet. OJK (2018), mengelompokkan *fintech* dalam beberapa jenis, seperti *crowdfunding* (penggalan dana), *microfinancing* (pembayaran mikro), *P2P lending*, platform perbandingan produk keuangan (*market comparison*), dan sistem pembayaran digital. Selain memperluas inklusi keuangan, *fintech* juga mengubah pola transaksi masyarakat menjadi lebih cepat, praktis, dan modern.

Dalam *e-commerce*, konsumen memiliki beragam pilihan metode pembayaran, mulai dari COD, transfer bank, pembayaran via gerai ritel, *e-wallet*, hingga layanan *PayLater*. Seiring perubahan preferensi, metode digital kini lebih banyak dipilih dibandingkan cara konvensional. Survei yang dilakukan Kredivo dan Katadata Insight Center (2023) menunjukkan *e-wallet* menjadi metode paling populer dalam belanja online, digunakan oleh 84,3% responden, naik dari 60,9% pada 2022. Meski demikian, pembayaran tunai masih digunakan oleh 61,4% responden. Transfer bank atau *virtual account* berada di posisi ketiga dengan 47,8%, disusul *PayLater* sebesar 45,9%.

Menariknya, layanan *PayLater* menunjukkan laju pertumbuhan tercepat dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya. Tingkat penggunaannya mengalami peningkatan signifikan, mencapai 64,3%, dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 28,2%. Kenaikan ini mengindikasikan adanya peningkatan minat masyarakat dalam memanfaatkan metode pembayaran yang lebih fleksibel dan memungkinkan mereka untuk bertransaksi tanpa harus langsung mengeluarkan dana, sejalan dengan perubahan pola konsumsi digital yang terus berkembang. Peningkatan penggunaan *PayLater* juga mencerminkan pergeseran pola konsumsi masyarakat dari yang sebelumnya berbasis kebutuhan menjadi berbasis keinginan yang dipermudah oleh kemajuan teknologi keuangan. Selain itu, pertumbuhan ini mempertegas peran penting platform digital dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat di era ekonomi digital.



Sumber: KATADATA (Hasil data diolah, 2025)

Gambar 1.2 Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan

E-Wallet atau dompet digital, ialah inovasi pada bidang *fintech* yang berkembang pesat sebagai sarana pembayaran tanpa uang tunai. *E-wallet* memudahkan pengguna bertransaksi tanpa uang fisik, awalnya populer untuk belanja *online*, namun kini juga digunakan di berbagai toko fisik. Banyak gerai mendukung pembayaran *e-wallet* dengan berbagai keuntungan, seperti promo eksklusif yang menarik konsumen. Di Indonesia, layanan seperti OVO, *ShopeePay*, *GoPay*, dan lainnya memperkuat tren pembayaran digital (Oktary & Wardhani, 2023). Selain kemudahan transaksi, *e-wallet* menawarkan promo menarik seperti gratis ongkir, *cashback*, diskon, hingga penawaran spesial seperti beli satu gratis dua. Berkat keunggulan ini, *e-wallet* semakin menjadi pilihan utama untuk transaksi yang cepat, aman, dan efisien. Perkembangan sistem pembayaran berbasis uang elektronik telah memberikan kemudahan yang signifikan bagi masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa dan generasi muda, dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari.

Bank Indonesia, (2011) terdapat tiga alasan utama yang mendorong mahasiswa memilih *e-wallet* sebagai salah satu metode pembayaran, yaitu ketersediaan berbagai promo yang menarik, tingkat kenyamanan dalam melakukan transaksi, serta kemudahan dalam penggunaannya. Faktor-faktor ini menjadikan *e-wallet* semakin populer di kalangan mahasiswa yang mengutamakan efisiensi dan keuntungan dalam berbelanja. Menurut Mujahidin, (2020) mengungkapkan bahwa promosi yang ditawarkan oleh platform *e-wallet* seperti OVO dan *GoPay* memiliki

pengaruh besar terhadap pola konsumsi yang ditunjukkan oleh generasi milenial. Berbagai bentuk promosi, seperti diskon, *cashback*, dan program loyalitas, secara tidak langsung meningkatkan daya tarik transaksi digital, terutama bagi mahasiswa yang cenderung tertarik pada penawaran harga yang lebih hemat. Dengan adanya insentif ini, minat mahasiswa dalam berbelanja semakin meningkat, yang pada akhirnya dapat mendorong pola konsumsi yang lebih tinggi. Seiring meningkatnya penggunaan uang elektronik dalam transaksi sehari-hari, fenomena ini juga berpotensi mengubah perilaku keuangan mahasiswa menjadi lebih konsumtif (Insana & Johan, 2020)

Diprovinsi Jambi sendiri perkembangan penggunaan *e-wallet* terus menunjukkan tren positif. Pada triwulan II 2024, jumlah pengguna *e-wallet* yang menggunakan fitur QRIS di Jambi mencapai 516.806, dengan volume transaksi hingga juni 2024 sebanyak 7 juta transaksi dengan nilai mencapai Rp 971,09 miliar. Selain itu jumlah merchant yang menyediakan pembayaran melalui *e-wallet* mencapai 321.000 merchant. Antara (2024).

Terdapat beberapa hasil penelitian yang membahas topik serupa seputar pemicu-pemicu yang menanamkan perilaku konsumsi mahasiswa yang menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran digital mereka. Seperti yang disebutkan dalam penelitian oleh (Astuti et al., 2023), (Yanti & Isnaeni, 2022), (Putri Silvia Somantri, 2024) hasil penelitian yang telah dilakukan mengindikasikan bahwa pemanfaatan *e-wallet* yang dilakukan oleh para mahasiswa mempunyai akibat yang substansial dan positif atas perilaku konsumsi. Mahasiswa yang bagian dari kelompok konsumen usia remaja, yaitu fase peralihan dari usia belia menuju kedewasaan yang dicirikan dengan berbagai transformasi yang mencolok, baik dalam aspek fisik, emosional, maupun pola pemikiran. Pada tahap ini, remaja cenderung lebih mudah dipengaruhi dan memiliki kestabilan emosional yang belum sepenuhnya matang dibandingkan dengan individu dewasa. Kondisi ini membuat mereka lebih rentan dalam mengambil keputusan pembelian tanpa pertimbangan yang mendalam Dai et al., (2022). Penelitian yang sudah dijalankan oleh Saputro et al., (2021) mengungkapkan yakni tingkat capaian responden (TCR) terkait perilaku konsumsi mahasiswa mencapai rata-rata 66,51%. Persentase tersebut

mengindikasikan bahwa kecenderungan perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa tergolong dalam kategori tinggi.

Mahasiswa cenderung memiliki perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh tren yang sedang berkembang. Mereka kerap mengalokasikan uangnya untuk membeli barang atau layanan yang sebenarnya bukan prioritas utama dan tidak sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan. Contohnya, mereka membeli ponsel hanya karena model terbaru telah dirilis, serta menghabiskan uang untuk makanan, hiburan, dan berbagai keperluan lain semata-mata demi memenuhi gaya hidup. Selain itu, perkembangan *teknologi finansial (fintech)* turut berperan dalam mendorong perilaku konsumsi ini. Kemudahan akses dalam bertransaksi serta berbagai promosi menarik yang ditawarkan oleh layanan *fintech* sering kali menjadi faktor pendorong yang meningkatkan minat mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif (Oktary & Wardhani, 2023)

Fenomena ini semakin kompleks ketika dikaitkan dengan kondisi keuangan mahasiswa yang pada umumnya masih bergantung pada uang saku dari orang tua atau beasiswa. uang saku yang terbatas seharusnya mendorong mahasiswa untuk mengatur pengeluaran secara bijak, namun kenyataannya tidak jarang justru mendorong perilaku konsumtif yang tidak seimbang dengan kemampuan finansial mereka. Keinginan yang tak terbatas untuk tampil mengikuti tren, bersosialisasi, atau sekadar memenuhi hasrat sesaat sering kali tidak diiringi dengan kemampuan mengelola keuangan secara rasional. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah, (2021), terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa, di mana mahasiswa cenderung mengutamakan pemenuhan keinginan daripada kebutuhan, meskipun harus mengorbankan kestabilan finansial mereka. Hal ini diperkuat oleh studi dari Siti Mubarakah, (2022) yang menyebutkan bahwa keterbatasan uang saku tidak selalu menjadi penghambat dalam konsumsi, karena banyak mahasiswa tetap melakukan pengeluaran di luar batas kemampuan mereka demi memenuhi tuntutan gaya hidup. Ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran ini mencerminkan rendahnya literasi keuangan, yang menjadi salah satu penyebab utama tingginya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Rendahnya kesadaran dalam mengelola

keuangan pribadi serta kurangnya pendidikan keuangan sejak dini menjadikan mahasiswa kelompok yang rentan terhadap dampak negatif dari perilaku konsumtif, apalagi dengan kemudahan akses layanan fintech yang menawarkan skema pembayaran tunda dan promosi yang menggoda.

Untuk mengetahui lebih dalam dan memperkuat fenomena Perilaku Konsumsi yang terjadi, peneliti melaksanakan Pra Survei melalui Kuesioner yang disebar secara acak kepada 7 Mahasiswa FEB Universitas Jambi. Untuk menanyakan pandangan mahasiswa FEB Universitas Jambi mengenai pembayaran digital melalui e-wallet, dari hasil survei pendahuluan menunjukkan di mana mahasiswa sudah beralih dari pembayaran menggunakan uang tunai ke pembayaran digital menggunakan e-wallet. Selanjutnya ketika peneliti memberikan pertanyaan lanjutan apakah anda sudah lama menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayran anda, sebanyak 7 mahasiswa menyatakan bahwa mereka sudah lama menggunakan eallet sebagai alat pembayrannya,. Kemudian pertanyaan lanjutan apakah anda sering menggunakan e-wallet sebagai alat transaksi. 7 menyatakan ya. Kemudian pertanyaan terakhir, apakah dengan adanya voucher *cashback* atau diskon lainnya yang ditawarkan oleh penyedia *e-wallet* membuat anda semakin boros dalam berbelanja. 5 menyatakan iya dan 2 lainnya tidak..

Berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan, terlihat bahwa mahasiswa FEB Universitas Jambi memiliki kecenderungan perilaku konsumsi yang relatif tinggi. Fenomena ini terlihat dari sejumlah besar responden menyatakan bahwa mereka secara rutin menggunakan e-wallet sebagai sarana pembayaran, dengan 7 mahasiswa yang menyatakan sangat sering melakukan hal tersebut. Tingginya angka ini menunjukkan bahwa saat ini mahasiswa cenderung mempertimbangkan adanya promo atau *cashback* sebagai faktor utama sebelum mengambil keputusan dalam bertransaksi. Dengan kata lain, insentif seperti potongan harga, atau keuntungan tambahan dari penggunaan *e-wallet* menjadi daya tarik utama, dalam memenuhi keinginan konsumsi mereka.

Fenomena ini mencerminkan adanya perubahan pola konsumsi di kalangan mahasiswa, di mana penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa semakin meningkat secara signifikan, *e-wallet* tidak hanya sekadar alat pembayaran, tetapi

juga menjadi sarana untuk mendapatkan keuntungan ekonomis yang lebih besar. Akan tetapi mahasiswa sering kali salah mengartikan diskon atau *cashback* tersebut sebagai bentuk penghematan, tetapi hal tersebut menjadi pendorong mereka untuk melakukan transaksi yang berulang tanpa direncanakan. Perubahan makna dalam konsumsi barang ini semakin menguatkan indikasi bahwa perilaku konsumsi muncul dan berkembang seiring dengan kemudahan yang ditawarkan oleh sistem transaksi digital.

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa FEB Universitas Jambi Menurut Jurusan

No.	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1.	Ekonomi Pembangunan	980
2.	Ekonomi Islam	639
3.	Manajemen	936
4.	Akuntansi	915
5.	Bisnis Digital	174
6.	Kewirausahaan	167
	TOTAL	3.811

Sumber: Universitas Jambi (*Hasil data diolah, 2025*)

Penelitian ini berorientasi guna menganalisis dampak pemanfaatan dompet digital (*e-wallet*) terhadap pola perilaku konsumsi. Urgensi dari penelitian ini terletak pada upaya meningkatkan kesadaran akan pentingnya penggunaan *e-wallet* secara bijaksana, sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu masing-masing. Dengan demikian, perilaku konsumsi yang berlebihan, seperti pembelian barang dan jasa secara impulsif demi kepuasan sesaat, dapat diminimalkan. Pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keterkaitan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumsi diharapkan dapat membantu Mahasiswa FEB Universitas Jambi dalam mengevaluasi kebiasaan belanja mereka. Dengan mempertimbangkan dampak penggunaan dompet digital secara lebih rasional, generasi muda dapat mengembangkan pola konsumsi yang lebih sehat dan bertanggung jawab. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan dengan mengusung judul yang relevan dengan fenomena yang tengah berkembang

di masyarakat. Dengan judul **“Pengaruh Lama Penggunaan, Frekuensi Transaksi Dan *Cashback* Terhadap Pengeluaran Mahasiswa Feb Universitas Jambi Sebagai Pengguna *E-Wallet*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan gambaran yang dideskripsikan sebelumnya, penelitian ini mengemukakan persoalan sebagaimana berikut:

1. Bagaimana karakteristik responden mahasiswa FEB Universitas Jambi?
2. Bagaimana pengaruh uang saku, lama pengguna, frekuensi transaksi dan *cashback* terhadap pengeluaran mahasiswa FEB Universitas Jambi sebagai pengguna *e-wallet*?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada formulasi masalah yang sudah dikemukakan tadi, kajian ini bertujuan untuk:

1. Guna memahami karakteristik responden mahasiswa FEB Universitas Jambi yang merupakan pengguna dari *e-wallet*.
2. Untuk mengetahui pengaruh uang saku, lama pengguna, frekuensi transaksi dan *cashback* terhadap pengeluaran mahasiswa FEB Universitas Jambi sebagai pengguna *e-wallet*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diimpikan memfasilitasi interpretasi lebih untuk mahasiswa dalam bidang keuangan, khususnya terkait perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh perkembangan *financial technology*. Fokus penelitian ini mahasiswa program sarjana di Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi. Sehingga, hasilnya bisa menjadi bahan pembelajaran dalam memahami pola konsumsi dan pengelolaan keuangan secara digital.
 - b. Di samping itu, hasil penelitian ini bisa difungsikan sebagai rujukan untuk peneliti berikutnya yang ingin mengkaji topik serupa dalam ruang lingkup yang berbeda. Kajian lanjutan diharapkan mampu memperkaya pemahaman

mengenai keterkaitan antara teknologi keuangan dan perilaku konsumsi, serta memberikan kontribusi bagi dunia akademik maupun praktis di bidang ekonomi dan bisnis.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini berfaedah bagi penulis dalam menerapkan ilmu serta metode penelitian yang sudah dipelajari selama studi, serta meningkatkan kemampuan dalam menganalisis masalah terkait perilaku konsumsi secara ilmiah.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa memperluas wawasan mahasiswa terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi, sehingga mendorong sikap lebih kritis dan bijak dalam mengelola keuangan di era teknologi finansial.
- c. Hasil Studi ini juga bisa dijadikan rujukan bagi peneliti lain yang bermaksud meneliti hubungan antara literasi keuangan, teknologi finansial, dan pola konsumsi, serta mendorong penelitian lanjutan terkait dampak digitalisasi keuangan terhadap perilaku ekonomi masyarakat.