

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang terus berkembang sangat pesat turut mendorong kemajuan hampir diseluruh bidang, termasuk dibidang keuangan. Perkembangan teknologi dibidang keuangan lebih dikenal dengan sebutan *financial technology*, sebagai bentuk pembaruan dan perubahan dibidang finansial dengan memaksimalkan teknologi terkini.¹ Bank Indonesia mendefinisikan *financial technology* sebagai inovasi dibidang keuangan yang memanfaatkan teknologi berupa model bisnis dan jasa finansial lainnya guna tetap menjaga stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan sistem pembayaran yang kompeten, efektif dan efisien.² Jadi, *financial technology* merupakan perangkat lunak yang membantu dalam bidang jasa keuangan sebagai salah satu layanan perbankan dan keuangan.

Perkembangan zaman membawa pengaruh pada segala aspek kehidupan manusia yang mengubah gaya hidupnya. Salah satu perubahan yang terjadi adalah perilaku masyarakat dalam bertransaksi. Pada zaman dahulu masyarakat melakukan transaksi melalui kegiatan barter atau tukar-menukar berupa suatu barang. Dalam kegiatan tersebut tidak ada nilai barang yang ditetapkan secara pasti. Seiring laju kebudayaan dan peradaban, masyarakat menyadari bahwa mereka membutuhkan suatu alat tukar-menukar yang efektif untuk melakukan proses transaksi ditengah kompleksnya perekonomian. Hal inilah yang sekarang ini digunakan dan dikenal dengan sebutan uang.

Inovasi dalam bidang keuangan ini mampu mengubah perilaku individu dalam bertransaksi. Adanya teknologi mempermudah akses siapa pun untuk memperoleh informasi mengenai produk yang diinginkan. Selain itu, pembeli dapat dengan mudah berbelanja melalui aplikasi atau platform seperti website, whatsapp, marketplace, dan lain-lain sehingga pembeli tidak perlu datang langsung ke toko. Hal inilah yang mendorong ketatnya tingkat persaingan di dunia bisnis. Pengusaha dituntut

¹ Rakhmat Dwi Pambudi, "Perkembangan Fintech Di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo," *Harmony* 4, no. 2 (2019): 74–81, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony/article/view/36456/15100>.

² Peraturan Bank Indonesia, "Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial," 2017.

untuk menciptakan inovasi dengan membuat produk yang lebih beragam. Selain itu, pengusaha juga semakin gencar menawarkan produknya melalui promosi langsung dan pemasaran online. Hal inilah yang mempengaruhi seseorang lebih mudah berperilaku konsumtif.

Manusia harus berusaha memenuhi kebutuhannya sehari-hari untuk dapat bertahan hidup. Selain itu, naluri manusia yang tidak selalu puas sehingga timbul sebuah keinginan. Namun apabila manusia tidak dapat bijak untuk mendahulukan kebutuhan daripada keinginan, akan menjadi masalah karena dapat mendorong perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif diartikan sebagai pembelian barang secara impulsif dan mendahulukan keinginan daripada memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumtif dapat dimiliki siapa saja, termasuk diantaranya pada usia remaja. Persentase jumlah remaja Indonesia dengan rentang usia 19-24 tahun pada tahun 2021 tercatat mencapai 39,80% dari total penduduk di Indonesia.³ Jadi dapat dikatakan bahwa hampir setengah dari penduduk Indonesia tergolong usia remaja. Sehingga diperlukan perhatian khusus untuk mereka khususnya dalam mengelola keuangan, terutama bagi mahasiswa yang termasuk dalam usia tersebut.

Remaja tergolong kelompok yang rentan terpengaruh untuk berperilaku konsumtif, karena keinginan usia remaja yang tertarik mengeksplor segala hal sehingga kurang realistis. Seseorang yang sudah terbiasa memiliki perilaku konsumtif akan melakukan segala cara dengan sukarela untuk mewujudkan keinginannya, terlebih pada usia remaja yang sedang senang-senangannya mencari jati diri. Pada usia peralihan ini, remaja sangat mudah terombang-ambing dan mudah dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat disekitarnya. Pada kenyataannya, di Indonesia sendiri kebanyakan remaja sangat mudah terpengaruh untuk mengikuti berbagai macam tren, mulai dari aksesoris, gaya rambut hingga penampilan dalam proses pencarian jati dirinya untuk menunjukkan eksistensi diri di lingkungannya. Salah satunya dikalangan mahasiswa yang terus mengikuti perkembangan zaman. Terdapat berbagai motif mahasiswa berperilaku konsumtif, antara

³ Ivan Mahdi, “*Persentase Pemuda Indonesia Cenderung Turun Dalam Sedekade,*” DataIndonesia.id, 2021, <https://dataindonesia.id/varia/detail/persentase-pemuda-indonesia-cenderung-turun-dalam-sedekade> diakses pada 5 Agustus 2023 .

lain adanya promo tanpa didasari kebutuhan, mengikuti tren kekinian, mengikuti idolanya, membeli barang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri dan lain-lain.

Perilaku konsumtif merupakan sebuah masalah karena perilaku ini akan menjadi sebuah kebiasaan dalam gaya hidup, khususnya mahasiswa. Banyak hal yang membuat seorang mahasiswa dapat berperilaku konsumtif, salah satunya dompet digital. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ali dan Rika P.F Astuti tahun 2020 dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa dompet digital turut mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi millennial.⁴ Penelitian yang dilakukan Purnama Ramadani Silalahi, Rindi Safira dan kawan-kawan tahun 2022 dalam penelitiannya menyimpulkan terdapat pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif seseorang.⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Oktavia Nuratika pada tahun 2022 dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa semakin sering mahasiswa menggunakan dompet digital, maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya.⁶ Dan didukung adanya hasil penelitian Rusdi Hamka Lubis tahun 2022 menyimpulkan bahwa dompet digital berpengaruh signifikan terhadap budaya konsumtif masyarakat.⁷ Namun penelitian Tania Yulista P pada tahun 2023 menyatakan bahwa penggunaan dompet digital tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa.⁸

⁴ Ali Mujahidin dan Rika Pristiani, “Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial,” *Inovbis: Jurnal Inovasi Bisnis* 8 (2020): 143–50.

⁵ Purnama Ramadani Silalahi et al., “Pengaruh Dompet Digital Terhadap Budaya Belanja Individu Di Kota Medan,” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. 2 (2022): 869–78, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2673>.

⁶ Oktavia Nuratika et al., “Pengaruh Penggunaan Dompet Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di DKI Jakarta,” *International Journal of Current Economics & Business Ventures* 2, no. 1 (2022): 98–112.

⁷ Rusdi Hamka Lubis, “Penggunaan Dompet Digital Dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi,” *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah* 14, no. 01 (2022): 1–10, <https://doi.org/10.59833/altasyree.v14i01.710>.

⁸ Tania Yulista Pratiwi, “Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup Dan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember” (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023).

Perkembangan teknologi turut melakukan inovasi pada sistem pembayaran. Pembeli telah diperkenalkan gaya hidup bertransaksi dengan memanfaatkan sistem keuangan digital. Inovasi ini mendukung program kerja Bank Indonesia yaitu Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) sejak 2014 guna meningkatkan kesadaran untuk bertransaksi secara *cashless*. Pembayaran digital yang populer saat ini salah satunya adalah dompet elektronik. Dompet digital atau dompet elektronik merupakan layanan pembayaran non tunai yang mana konsumen harus mengisi sejumlah uang pada aplikasi yang dipercaya, sehingga dapat digunakan untuk membayar ketika melakukan transaksi. Adanya dompet digital semakin memudahkan siapapun untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup dengan praktis dan ekonomis. Namun, dompet digital mendorong manusia berperilaku konsumtif dikarenakan mudahnya layanan transaksi melalui digital. Menurut survei Neurosensum menyatakan bahwa penggunaan dompet digital naik signifikan dengan adanya pandemi Covid-19 mencapai 45% dalam kurun waktu kurang dari satu tahun.⁹

Secara umum dompet digital dibagi menjadi dua, yaitu aplikasi independen dan tertanam dalam suatu platform. Pemain dompet digital tertanam mayoritas penggunaanya berasal dari ekosistem platform masing-masing. Beberapa *marketplace* seperti Shopee bahkan memiliki promo dan penawaran khusus apabila melakukan pembayaran menggunakan dompet digital tertanam nya (Shopee Pay) sehingga menarik pengguna untuk beralih melakukan transaksi melalui dompet digital miliknya tersebut. Selain Shopee Pay, banyak aplikasi dompet digital yang populer ditengah masyarakat Indonesia diantaranya Ovo, Dana, Gopay, LinkAja, dan lain-lain. Hal ini mendorong mahasiswa lebih sering berbelanja online dianggap lebih praktis dan lebih murah. Berdasarkan hasil dari observasi peneliti, mayoritas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus) merupakan pengguna aktif Shopee Pay.

Munculnya *marketplace* dan banyaknya promo sehingga harga barang menjadi lebih murah semakin menarik

⁹ Aji Cakti, “Studi: Pengguna Dompet Digital Meningkatkan Drastis Di Masa Covid-19,” Antara, 2021, <https://www.antaranews.com/berita/2022936/studi-pengguna-dompet-digital-meningkat-drastis-di-masa-covid-19> diakses pada 5 Agustus, 2023.

minat mahasiswa untuk berbelanja. Bahkan adanya *sale promotion* saat *special event day* mendorong mahasiswa melakukan pembelian impulsif dua kali lipat. Hal ini tentunya tidak mengherankan dikarenakan mayoritas mahasiswa berasal dari luar daerah yang memilih kos atau pondok sehingga dituntut untuk dapat mencukupi semua kebutuhannya dengan uang saku terbatas. Hal ini didukung dengan adanya hasil survei Neurosensus bahwa Shopee Pay berhasil menjadi dompet digital yang menduduki peringkat pertama dalam bertransaksi selama periode November 2020-Januari 2021 hingga mencapai 68%.¹⁰

Selain dompet digital, literasi keuangan diduga turut mempengaruhi perilaku konsumtif individu. Berdasarkan hasil penelitian Sunarto, Fuad Abdul Fattah dan Indriayu pada tahun 2018 menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan individu berbanding terbalik dengan tingkat perilaku konsumtif.¹¹ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rosana Mu'amala tahun 2021 dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa terdapat literasi keuangan mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif seseorang.¹²

Literasi keuangan sendiri didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap konsep keuangan yang akan digunakan dalam kehidupan ekonomi sehari-hari. Semakin rendah tingkat literasi keuangan individu, maka individu semakin rentan terjerumus dalam perilaku konsumtif secara tidak sadar.¹³ Badan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengartikan literasi keuangan sebagai wawasan, kemampuan, dan pemikiran yang berdampak pada kualitas keputusan seseorang dalam

¹⁰ Kristian Siagian, "Catat Penguatan Kinerja Di Kuartal III 2022, GoTo Optimistis Menuju Kondisi Profitabilitas," *Daily Social*, 2022, <https://dailysocial.id/post/goto-laporan-keuangan-q3-2022> diakses pada 5 Agustus, 2023.

¹¹ Sunarto Fattah, Indriayu, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif," *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi* Volume 4 N, no. 1 (2018): 11–21.

¹² Rosana Mu'amala and Eko Wahjudi, "Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10, no. 10 (2021): 883, <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p06>.

¹³ Fattah, Indriayu, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif."

mengelola keuangan demi kesejahteraannya.¹⁴ Seseorang dengan pemahaman keuangan yang cukup dinilai akan dapat mengelola perilaku konsumsinya dengan baik. Selain itu, konsumen akan lebih bijak dalam memilih dan memberi kritik barang dan jasa yang diperoleh. Tingkat literasi keuangan yang dimiliki mempengaruhi konsumen dalam menentukan perencanaan keuangan dimasa depan. Jadi dapat dikatakan bahwa literasi keuangan sangat penting bagi konsumen karena dapat menekan perilaku konsumtif konsumtif ketika melakukan pembelian barang maupun jasa. Rendahnya tingkat literasi keuangan individu berdampak pada kurang bijaknya individu dalam mengalokasikan dana yang dimiliki.

Namun, kalangan mahasiswa yang tengah menuntut ilmu pun tidak menjamin paham akan literasi keuangan. Berdasarkan hasil observasi peneliti, menyatakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus (FEBI IAIN Kudus) mudah tergiur adanya promo. Mereka seringkali melakukan pembelian barang bukan atas dasar kebutuhan, terutama pada saat *special event day*. Padahal mereka setiap hari mempelajari lebih dalam tentang konsep keuangan, yang diharapkan seiring meningkatnya pemahaman literasi keuangan yang dimiliki sehingga mampu mengalokasikan dana dan membuat perencanaan keuangan dengan bijak.

Persaingan bisnis dalam merebut pangsa pasar mendorong perusahaan dompet digital berlomba-lomba menawarkan berbagai promo menarik. Apabila salah satu perusahaan mengadakan event diikuti berbagai promo yang luar biasa, perusahaan dompet digital lainnya juga tak mau kalah sehingga saling berlomba dengan penawaran promo masing-masing. Banyaknya penawaran promo menarik minat seorang mahasiswa sehingga mendorong untuk berperilaku konsumtif. Hal ini merupakan bukti masih rendahnya tingkat literasi keuangan yang tercermin melalui gaya hidup. Oleh karena itu, pentingnya literasi keuangan, terutama bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam membelanjakan dan mengelola keuangan sehingga terhindar dari *negative cash flow*. Apabila memiliki literasi keuangan yang rendah, mahasiswa lebih mudah salah melangkah dalam

¹⁴ Otoritas Jasa Keuangan, “Hasil Survei Literasi Dan Inklusi Keuangan Nasional Meningkat,” Sikapi Otoritas Jasa Keuangan, n.d. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20549> diakses pada 5 Agustus, 2023.

mengambil keputusan sehingga terjerumus untuk berperilaku konsumtif. Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Penggunaan Dompot Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Kudus”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang diatas, dapat ditarik rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini, adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI di IAIN Kudus?
2. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI di IAIN Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan peneliti dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Guna melihat apakah terdapat pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI di IAIN Kudus.
2. Guna melihat apakah terdapat terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI di IAIN Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan peneliti dengan adanya penelitian ini, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menyempurnakan ilmu pengetahuan, khususnya pada pengaruh penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.
 - b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi penelitian selanjutnya dibidang yang sama.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi IAIN Kudus

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan kajian bagi mahasiswa yang akan

melaksanakan penelitian selanjutnya dibidang yang sama.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam berfikir secara ilmiah, sistematis serta memperkaya pengetahuan penulis yang berkaitan mengenai dompet digital terhadap perilaku konsumtif.

c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan pada mahasiswa dan menjadi masukan dalam penggunaan dompet digital dengan bijak dan terus meningkatkan literasi keuangan agar terhindar dari perilaku konsumtif.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memberikan gambaran guna memudahkan peneliti dalam memahami rangkaian bab sesuai pembahasan terkait penelitian. Berikut merupakan sistematika penulisan penelitian ini:

1. Bagian Awal

Bagian awal penelitian ini terdiri atas halaman judul, persetujuan pembimbing skripsi, pengesahan munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan yang terakhir adalah daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian ini mencakup garis besar yang terdiri dari lima bab yang saling berhubungan, meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Memuat teori yang digunakan sebagai acuan penelitian yang berisi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Mencakup jenis pendekatan, setting penelitian, populasi dan sampel, operasional

variabel penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini mencakup gambaran objek penelitian, gambaran umum responden, gambaran umum jawaban responden dan pembahasan analisis.

BAB V PENUTUP

Bagian ini berisi kesimpulan dan saran berdasar pada penelitian yang telah dilaksanakan.

3. Bagian Akhir

Memuat daftar pustaka yang dipakai sebagai bahan referensi penulisan skripsi.

