

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin berkembangnya teknologi tentunya memberikan perubahan yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Salah satunya adalah kemudahan dalam mengakses segala hal. Masyarakat sekarang bisa mengetahui dan memperoleh informasi yang diinginkan dalam sekejap saja, serta bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Dengan menggunakan *smart phone* serta internet ataupun wifi, masyarakat sekarang sudah tidak perlu cemas dan khawatir lagi. Dengan adanya fenomena tersebut sekarang ini banyak sekali bermunculan pelayanan yang memudahkan masyarakat.

Salah satunya adalah maraknya bisnis online. Bisnis online merupakan bisnis yang dilakukan secara online di internet. Dimana usaha ini memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk melakukan pembelian tanpa harus menjangkau barang tersebut, masyarakat tinggal melihat produk yang diposting dan kemudian apabila merasa cocok maka akan langsung bisa melakukan pembelian via online yang kemudian barang akan dikirim sampai ke rumah tanpa kita harus jauh-jauh keluar untuk membeli.

Dengan adanya hal tersebut tentunya pada zaman sekarang sudah tidak asing lagi yang namanya *E-Commerce*. "*E-Commerce* merupakan proses bisnis yang menggunakan teknologi internet yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik atau pertukaran barang/jasa dan informasi secara elektronik" menurut Munawar.¹ *E-commerce* adalah segala kegiatan penjualan, pembelian, pemasaran produk dan jasa yang dilakukan melalui jaringan internet. *E-commerce* sendiri memiliki banyak manfaat dan kemudahan bagi konsumennya, yang didukung perkembangan teknologi yang semakin canggih dan berkembang pesat sehingga dapat menghasilkan persaingan sangat ketat bagi pelaku bisnis maupun calon bisnis untuk bergerak cepat. Hal ini disebabkan oleh system persaingan bisnis yang memanfaatkan teknologi internet mulai dari pemasaran barang dan jasa,

¹ Aldrian Akbar Muhammad dan Nur Alam Sitti, *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*, ed. oleh Hutahaen Jeperson dan Smarmatai Janner, Yayasan Ki (Yogyakarta, 2020).

E-Commerce banyak di minati masyarakat apalagi generasi muda karena kemudahannya dalam bertransaksi tanpa harus datang ke toko offlinenya kita dapat melihat atau memilih barang yang di inginkan apalagi mahasiswa yang waktunya terbatas terlebih saat di masa pandemic seperti sekarang ini *e-commerce* sangat di butuhkan agar mengurangi kunjungan ke toko offline yang dapat menimbulkan keramaian dan kecemasan oleh konsumennya.

E-commerce memiliki jangkauan yang sangat luas selama jaringan internet dapat diakses kapanpun dan dimanapun yang membuat transaksi lebih mudah. Disamping itu banyaknya promo dan caseback yang di tawarkan oleh beberapa *e-commerce*. Serta fitur transaksi yang disediakan oleh perusahaan *E-commerce* menjadikan daya tarik bagi masyarakat apalagi anak generasi muda zaman sekarang seperti mahasiswa. “Belanja online kian berkembang dan sadar tidak sadar akan menggantikan toko tradisional, dengan *e-commerce*, konsumen bebas dalam mengunjungi toko untuk mendapat barang yang di inginkan” menurut Ridwan.² Perbandingan *e-commerce* dengan pasar konvensional dilihat dari keuntungan menggunakan *e-commerce* dapat leluasa dalam memilih barang yang ingin dibeli sedangkan pada pasar konvensional dapat memerlukan waktu yang lama.

Ada kelebihan tentu ada kekurangan, kekurangan *e-commerce* tidak dapat tawar menawar, tidak tau bahan yang di gunakan seperti apa sedangkan pada pasar konvensional harga dapat di tawar dan tau barang yang mau di beli seperti apa. Dengan adanya jaringan internet memudahkan konsumen membeli barang yang diinginkan, sehingga hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif terhadap konsumen.

Perkembangan teknologi yang semakin maju kini banyak membuat perubahan salah satunya pada transaksi, yang awalnya pembayaran menggunakan uang tunai kini menjadi pembayaran non tunai bisa disebut juga digital payment. “Pembayaran non tunai atau digital payment di lakukan dengan transfer antar bank atau bisa juga digunakan menggunakan kartu ATM, kartu debit atau uang elektronik” menurut Laila.³ Pada saat seperti ini *digital payment* sangat dibutuhkan karena memudahkan transaksi, kapanpun dan

² Fera Rian Diningsih, “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online dan Fasilitas *Digital payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah di IAIN Surakarta”, Publikasi Ilmiah. Diakses pada 20 November 2021

³ Laila Ramadani, “Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumtif Mahasiswa”, JESP 8, no. 1 (2016): 1, diakses pada 4 November 2021

dimanapun dapat bertransaksi dan membayar barang yang di inginkan lebih mudah dan praktis. Apalagi bagi generasi muda, *digital payment* ini sangat praktis karena hanya menggunakan *smartphone* kita dapat bertransaksi.

Digital payment adalah transaksi atau pembayaran yang di lakukan dengan menggunakan jaringan internet. *Digital payment* semakin populer dan semakin mudah untuk digunakan, selain itu *digital payment* juga memberikan manfaat lain dengan memberikan diskon atau *caseback* yang membuat penggunanya tertarik untuk menggunakannya. Penggunaan internet sudah sangat luas siapapun bisa menggunakannya terutama pada generasi muda.

Setiap perusahaan *fintech* bersaing untuk melengkapi fitur dari *digital payment* agar dapat menarik penggunanya. Target dari perusahaan *fintech* yaitu milenial,⁴ Dimana era digital sangat dekat dengan generasi milenial ditandai dengan teknologi semakin pesat dan maju. Dengan menggunakan *digital payment* semua transaksi bisa di lakukan dengan mudah dan tidak direpotkan dengan pembayaran tunai.

Digital payment juga memiliki kelebihan dan kekurangannya, kelebihannya yaitu lebih memudahkan dalam bertransaksi tanpa harus menggunakan uang tunai, tidak perlu mencari mesin ATM untuk bertransaksi karena hanya dengan menggunakan aplikasi semua bisa di gunakan, bisa digunakan dimanapun dan kapanpun, sudah banyak toko yang terdaftar dengan *digital payment*, banyak promo dan *caseback* yang diberikan dan kekurangan dari *digital payment* dikenakan admin, jika jaringan internet gagal tidak bisa mengakses aplikasi *digital payment*.

Dengan adanya *digital payment* kini transaksi menjadi lebih mudah apalagi didukung dengan menggunakan aplikasi belanja online. Mengingat pembayaran non tunai kini semakin canggih hanya dengan menggunakan *smartphone* dan jaringan internet kini sudah bisa membayar barang yang di inginkan, hal ini membuat generasi muda tertarik untuk menggunakannya, “cukup dengan *smartphone* yang sudah tersambung dengan jaringan internet semua pembayaran dapat di lakukan dimanapun dan kapanpun dengan kemudahan dalam pembayaran yang menjadi daya tarik situs jual beli” menurut Ridwan.⁵

⁴ Dian Dinata Houston, “Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial”, Medium , no.2 ;64. Diakses pada 21 November 2021.

⁵ Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap, dan Pangeran Harahap, “Kepurusan pembelian melalui situs belanja online terhadap perilaku konsumtif masyarakat dalam

Generasi milenial lebih memilih menggunakan *digital payment* karena lebih mudah digunakan, lebih praktis dan aman saat digunakan dan juga banyak potongan menarik dan itu membuat generasi muda lebih tertarik dalam bertransaksi menggunakan *digital payment*.

“Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang bukan kebutuhan melainkan keinginan yang dilakukan secara berlebihan dan menimbulkan keborosan dan inefisiensi biaya” menurut Suyasa dan Fransisca.⁶ Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang atau jasa tanpa memikirkankan kebutuhan dan mengedepankan keinginan. Terjadinya perilaku konsumtif sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup.

Menurut Rasyid dan Lina mengatakan bahwa “perilaku konsumtif ada dikarenakan gaya hidup yang mewah dan terlalu berlebihan”. Membeli barang yang dianggap mahal dan memberikan kepuasan yang tidak bisa di kendalikan dan didorong oleh keinginan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Menurut Triyaningsih yang menyatakan bahwa “perilaku konsumtif tindakan membeli barang yang kurang dibutuhkan sehingga mengakibatkan berlebihan”. Perilaku konsumtif terjadi karena manusia memiliki keinginan, materialistis dan hasrat yang harus dipenuhi untuk kesenangan semata. Membeli barang dengan mengedepankan keinginan meskipun keinginan tersebut hanya sementara, dan itu tidak mencerminkan usaha untuk memanfaatkan uang secara ekonomis.

Menurut Swasta dan Handoko “perilaku seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, dan begitu juga perilaku konsumtif pada remaja, ada beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya psikologis, faktor internal dan faktor eksternal”. Faktor – faktor psikologi seperti sikap, minat, konsep diri, persepsi, bakat, pengetahuan. “Sedangkan faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah motivasi, pengamatan atau proses belajar dan kepribadian” menurut Kotler. Dan yang terakhir “faktor eksternal pada perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok, dan keluarga” menurut Mangkunegara.⁷

perspektif ekonomi islam (studi kasus pada pengguna aplikasi lazada di medan),” *j-EBIS*, 3.2 (2018), 132–47.

⁶ Eni Lestarina, Dkk, “Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja”, Indonesia Institute For Counseling, Education and Therapy (IICET), no.2 (2017), diakses pada 25 November 2021

⁷ Eni Lestari, Dkk, “Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja”, Indonesia Institute For Counseling, Education and Therapy (IICET), no.2 (2017), diakses pada 25 November 2021

Perilaku konsumtif ini dapat terjadi kepada siapapun, salah satunya adalah generasi muda. Menurut Loudon dan Bitta “generasi muda adalah kelompok yang berorientasi konsumtif karena remaja suka mencoba hal baru, tidak realistic dan cenderung boros”.⁸ Perilaku konsumtif pada remaja merupakan masa peralihan dan pencarian identitas. Karena proses pencarian jati diri tersebut remaja mudah terpengaruh dan tidak konsisten dalam pilihannya. Dan juga jiwa yang labil dapat mempengaruhi. Perilaku konsumtif pada generasi muda merupakan tindakan membeli secara berlebihan yang tidak di sadari, hanya dengan tujuan memperoleh keinginan semata-mata agar mendapatkan keinginannya. Tanpa memikirkan kebutuhan padahal kebutuhan mahasiswa itu banyak seperti contohnya membeli buku, print dan lain-lain. Dan ada factor yang mempengaruhi mahasiswa berperilaku konsumtif seperti factor eksternal dan ternal yang sudah di jelaskan di atas.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Lestari dalam penelitiannya yang berjudul tentang “Pengaruh *E-Commerce* dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi *Online Shop*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, pendapatan, *e-commerce* dan pendapatan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif, terdapat pengaruh anantara pendapatan terhadap perilaku konsumtif, *e-commerce* dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.⁹

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Erna Purnama Wati dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.¹⁰

⁸ Lina dan Haryanto F. Rosyid, “Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri”, *Pesikologika*, no.4

⁹ Pengaruh E-commerce Dan et al., “PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MAGETAN PENGGUNA APLIKASI ONLINE SHOP SKRIPSI Oleh : DWI LESTARI NIM 210717101 Pembimbing :,” 2021.

¹⁰ “Siti Erna Purnama Wati_G73216083.pdf.”

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rida Nur Afiyah dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”. Yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan perilaku konsumtif yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik adalah tidak mempertimbangkan fungsi/kegunaan, mengonsumsi barang secara berlebih, mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan.¹¹

Adapun gap atas hasil penelitian terdahulu membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada topik yaitu Pengaruh Penggunaan *E-commerce* dan *Digital Payment*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variable. Dipenelitian terdahulu yang diteliti oleh Dwi Lestari, tidak terdapat variable *digital payment*, sedangkan didalam penelitian ini terdapat *digital payment*. Sedangkan pada penelitian terdahulu yang diteliti oleh Siti Erna Purnama Wati, tidak terdapat variable *e-commerce*, sedangkan dalam penelitian ini terdapat variable *e-commerce*. Dan pada penelitian terdahulu yang diteliti oleh Rida Nur Afiyah tidak terdapat variable *e-commerce* dan *digital payment*, sedangkan pada penelitian ini terdapat variable *e-commerce* dan *digital payment*.

Berdasarkan fenomena diatas peneliti tertarik mengangkat judul **“PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA IAIN KUDUS”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengangkat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa IAIN Kudus ?
2. Bagaimana Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa IAIN Kudus ?

¹¹ Rida Nur Afiyah, “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta),” Jakarta (2020)

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *E-Commerce* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Digital Payment* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa IAIN Kudus.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk penelitian lain yang serupa atau dapat menjadi pembelajaran dan memberikan pengertian terhadap mahasiswa mengenai Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Kudus.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi mahasiswa

Penggunaan belanja E-Commerce dan Digital Payment memudahkan mahasiswa dalam berbelanja kebutuhan. Dengan banyaknya kegiatan mahasiswa, e-commerce dan digital payment membantu mahasiswa untuk transaksi dan belanja kapan aja dan dimana saja.

- b) Bagi masyarakat

Banyak e-commerce yang melengkapi fitur dan memberikan kemudahan dalam penggunaannya dan juga di dukunya digital payment sangat memudahkan masyarakat dalam bertransaksi kapanpun dan dimanapun masyarakat dapat bertransaksi dan juga bisa membeli barang yang di inginkan dengan mudah.

E. Sistematika Penelitian

Pada bagian systematika penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan setiap bab, tahapan, keterhubungan antar bab yang lain. Sistematika yang digunakan adalah sistematika yang diterapkan untuk skripsi di Institut Agama Islam Negeri Kudus yang terdiri dari lima bab, sebagai berikut :

1. BAB I Pendahuluan, di pendahuluan terdapat latar belakang, yang menjelaskan dengan rinci mengenai alasan memilih fenomena, alasan memilih masalah tersebut, teori dan cara yang di teliti. rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan menjelaskan sistematika penelitian.
2. BAB II Kajian Pustaka, berisi tentang teori pedoman yang berkaitan dengan topic pembahasan yang dikaji. Pedoman

dalam penelitian ini dapat di peroleh dari buku, jurnal, peneliti terdahulu dan sumber lain yang relevan. Pedoman tersebut tentu yang berkaitan dengan penelitian yang di bahas mengenai pengaruh E-Commerce dan Digital Paymen terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Kudus.

3. BAB III Metode Penelitian, berisi mengenai rancangan penelitian mulai dari prosedur, pendekatan penelitian, pengumpulan data, sumber data dan datar tesebut diperoleh, diolah dan dianalisis.
4. BAB IV Hasil dan Pembahasan, bagian ini berisi mengenai hasil penelitian berdasarkan pengelolaan dan analisis data dengan menggunakan alat ukur prnguji.
5. BAB V Simpulan dan Saran, berisi mengenai kesimpulan dari pembahasan yang dikaji oleh penesliti. Dan saran yang ditujukan oleh berbagai pihak seperti peneliti yang akan datang agar jauh lebih efektif.

