

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

E-money adalah sistem yang menawarkan persepsi pada hal alat tukar non-tunai lebih pragmatis, efisien, dan diyakini aman dalam melakukan transaksi elektronik (Dewi, 2021). Berkembangnya *e-money* saat ini mampu memberikan kemudahan dalam proses transaksi (Patwardhan, 2018). Dengan adanya perkembangan ini, fungsi uang tunai yang dulu masih digunakan bergeser menjadi transaksi non tunai (Bilal Abdillah Rasyid & Fahrullah, 2022). Dominasi penggunaan internet masyarakat Indonesia menjadi faktor penyebab berkembangnya *e-money* (Karimah, 2022).

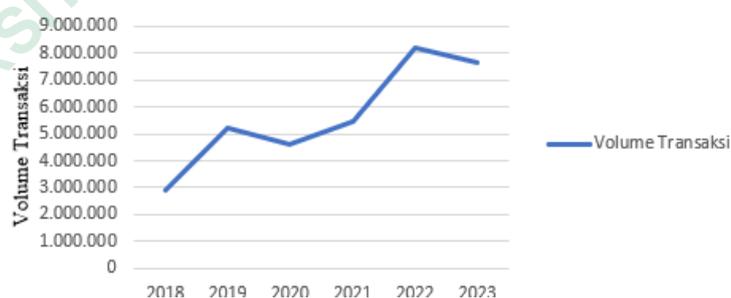
Berkembangnya uang digital di Indonesia diarahkan oleh pihak yang berwenang, khususnya Bank Indonesia. Sesuai Pedoman Bank Indonesia. Berdasarkan peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 perihal uang digital (*e-money*), "uang elektronik merupakan suatu alat penukaran yang memiliki komponen sebagai berikut: pemberian berdasarkan uang tunai yang disetorkan lebih dulu oleh pemegang terhadap penjamin; nilai uang elektronik yang dicadangkan pada alat elektronik, sebagaimana chip atau server, dipakai sebagai alat tukar bagi perantara yang tidak mendukung uang elektronik; dan nilai uang yang diletakan di alat elektronik, seperti chip

Di era teknologi modern, masyarakat Indonesia memiliki kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Hal ini menyebabkan terciptanya istilah lain, yaitu masyarakat non-tunai (*cashless society*) (Fatica, 2023). Penggunaan uang digital memiliki dampak karena akan terus berkembang sesuai dengan arah kemajuan teknologi sekarang, terutama karena individu mendapatkan keuntungan dari tawaran yang memikat dengan cashback, potongan harga, dan penawaran menarik lainnya yang akan menarik seseorang untuk tertarik

dan terus melakukan pertukaran menggunakan uang elektronik (Layaman, 2022). Keuntungan tersebut memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara cepat tanpa menggunakan cash dalam jumlah besar dan kecil, Pembayaran bisa dilakukan dengan mudah dan cepat menggunakan uang elektronik. (Sumadi, 2022).

Terlepas dari banyaknya manfaat dan keuntungan yang dihadirkan oleh *e-money* ada juga hambatan atau konsekuensi yang merugikan, salah satu konsekuensi buruk yang muncul karena kemudahan dan kewajaran penggunaan *e-money* adalah pemborosan (Ramadhan & Prasetyo, 2016). Kejadian tersebut terjadi sebab pembayaran yang cepat dan mudah membuat pengguna menggunakan aplikasi *e-money* dengan cepat (Ramadhan & Prasetyo, 2016).

Potensi uang elektronik di Asia Tenggara diproyeksikan menyentuh angka 1 triliun dolar di tahun 2025. (Ramli, 2020). Di Indonesia, ada banyak aplikasi *e-money*, tetapi Shopeepay, Gopay, OVO, dan Dana adalah yang paling banyak digunakan masyarakat pada umumnya (Karimah, 2022). Berdasarkan data statistik Bank Indonesia membuktikan penggunaan transaksi elektronik di Indonesia mengalami kenaikan disetiap tahunnya (Bank Indonesia, 2023).



Gambar 1. 1 Grafik Penggunaan Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2018-2023

Sumber : Bank Indonesia, 2023

Uang elektronik telah ada sejak dahulu, tetapi dalam lima tahun terakhir yaitu 2019-2023 pertumbuhannya sangat pesat. Terlihat dari gambar 1.1. Penggunaan pembayaran uang elektronik terdapat peningkatan yang teramat tinggi ditahun 2018, kemudian terdapat kenaikan kembali di tahun 2019, tetapi di tahun 2020 mendapati pemerosotan, hal tersebut disebabkan oleh wabah virus covid-19 yang melanda (Bank Indonesia, 2023). Tahun selanjutnya mengalami kenaikan selaras dengan pemulihan ekonomi. Berkembangnya *e-money* di Indonesia ini dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif dalam segi pengeluaran seseorang (Layaman, 2022).

Perilaku konsumtif adalah kegiatan melakukan pembelian produk dan jasa secara berulang-ulang, tidak masuk akal, dan tidak mempertimbangkan kemampuannya, sehingga hanya status, kejayaan, keberlimpahan, kehormatan dan berbagai hal yang menonjol yang menjadi titik fokus pembelian (Triyaningsih, 2011). Perilaku konsumtif menimbulkan kegelisahan dan ketidakamanan secara psikologis karena orang selalu memiliki keinginan untuk membeli barang yang diinginkannya., namun mereka tidak memiliki uang untuk melakukannya, sehingga mereka merasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi (Fransisca & Suyasa, 2005). Produk dikonsumsi bukan lagi karena kebutuhan mendesak, namun, untuk alasan sebagaimana menurut perkembangan, mencoba barang baru untuk memperoleh perhatian publik, dan sebagainya (Wahyudi, 2013). Perilaku konsumtif ini akan menjadi ancaman yang serius bagi kedua orang dewasa dan anak muda, karena pola konsumsi individu sering terbentuk selama masa muda, dan masa muda saat ini sangat cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang berdampak buruk pada mereka (Nainggolan, 2022b). Pada kenyataannya, diketahui bahwa mahasiswa dapat meniru gaya konsumtif yang dianggap kekinian (Eni Lestarina et al, 2017).

Perilaku konsumtif sering ditemukan pada kelompok anak muda karena anak muda biasanya memiliki tujuan untuk menyesuaikan diri pada

standar yang berlaku pada suatu kelompok tertentu supaya mendapatkan pengakuan dan dukungan kelompoknya (Rakhman, 2023). Usaha anak muda untuk tidak mendapatkan penolakan dan dikucilkan adalah berusaha untuk mengikuti sesuatu yang sudah diterapkan oleh kelompoknya supaya tidak dianggap berbeda atau konformis (Wardani & Anggadita, 2021). Hal tersebut terdapat pada generasi Z yang melakukan segala cara untuk mengejar ketertinggalan, mereka sering berbelanja dan memakai produk terbaru yang bertujuan untuk mengikuti tren, oleh karena itu mereka terus melakukan pembelian secara terus menerus atau menunjukkan perilaku konsumtif agar dapat diterima oleh kelompoknya (Wardani & Anggadita, 2021).

Generasi dengan lahir di tahun 1997–2012 dikenal sebagai istilah generasi Z. (BPS). Pembelian hedonistik adalah salah satu jenis perilaku yang berkembang pesat di kalangan mereka. (Ramadhan & Simanjuntak, 2018). Menurut hasil riset IDN Research Institute & Populix menunjukkan bahwa generasi Z gemar berbelanja online melalui *marketplace* karena adanya kemudahan (Deti Mega Purnamasari, 2022) Riset populix pada tahun 2023 menemukan bahwa beberapa alasan Generasi Z untuk berbelanja ialah sebagai berikut : menghemat waktu dan energi (79%), pengiriman gratis (72%), harga lebih terjangkau (62%), penawaran diskon (61%), dan kemudahan dalam membandingkan harga dengan toko lain (57%) (Nurul Amanah, 2023). Di tahun 2020, generasi Z menyentuh 2,5 miliar orang, menjadikannya generasi terbanyak di dunia. Di Indonesia, Generasi Z Indonesia merupakan kelompok terbesar dengan jumlah populasi mencapai 27,94%, kemudian generasi milenial mencapai 25,87% serta generasi X berjumlah 21,88%, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) (Kompas.com, 2022).

Mahasiswa merupakan kelompok masyarakat generasi Z yang dalam kehidupannya tidak terlepas dari gawai digital (Dewi, 2021). Remaja atau pelajar yang menggunakan atau mengikuti tren masa kini merasa diakui dan dihargai apa adanya dalam kelompoknya. Ketika

dilakukan secara cermat, ini akan menjadi normal; namun, ketika dilakukan melampaui batas atau tanpa ada pertimbangan kebutuhan di masa depan, hal ini mungkin memiliki efek yang merugikan (Khoiriyah, 2021). Mahasiswa juga lebih mementingkan penampilan (*appcarance*) dibandingkan kebutuhannya seperti dalam hal membeli buku (Septiansari & Handayani, 2021). Generasi Z yang termasuk mahasiswa di Yogyakarta memiliki kecenderungan kecanduan bermain digital yang dapat menciptakan perilaku konsumtif (F. A. Putra, 2020). Sebagai kota pelajar, kota Yogyakarta memiliki berbagai perguruan tinggi yang membawa dampak dengan banyaknya jumlah mahasiswa dengan berbagai karakteristik berbeda yang terkait dengan kehidupan mahasiswa di Yogyakarta seperti pada kegiatan berbelanja pada mahasiswa yang sudah menjadi kebiasaan dan gaya hidup konsumtif biasanya berlangsung terus-menerus dan berkembang menjadi ketergantungan, didukung oleh fasilitas belanja (Sari et al., 2020). Budaya konsumtif ini telah menyebar dan mengakar di lingkungan mahasiswa sehingga susah dihindarkan. Dalam hal ini dibutuhkan kekuatan kontrol diri supaya seseorang bisa mengendalikan dirinya yang akan mengarah kepada perilaku konsumtif (Dewi, 2021).

Kontrol diri merupakan kecakapan seseorang untuk mengontrol perilaku dengan menahan, mengontrol, dan mengendalikan keinginan seseorang melalui segala cara (Dewi, 2021). Tingkat pengendalian diri seseorang berkorelasi langsung dengan kemampuan mereka untuk mengatur perilaku konsumtif. Setiap orang memiliki sistem untuk membimbing, membantu, dan mengendalikan perilaku mereka. Komponen pengendalian diri ini juga dapat membantu dalam melawan keinginan yang tidak perlu (Nisa, 2017). Menurut Ghufron & Suminta (2017) Kontrol diri adalah komponen yang dimiliki setiap orang yang dapat membimbing, membantu, dan mengendalikan cara mereka berperilaku.

Menurut Dewi (2021) *e-money* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Karimah (2022), dan Layaman (2022)

penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan menurut (Yahya et al., 2023) dan (Mengga et al., 2023) menunjukkan dalam penelitiannya bahwa *e-money* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Menurut (Nisa, 2017) jika pengendalian diri mengalami kenaikan, juga perilaku konsumtifnya akan menurun dan bisa dikontrol. Terdapat hasil temuan lain menunjukkan kontrol diri memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif (Dewi et al., 2021b). Menurut Dany & Susanti (2023) terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Menurut Poniman (2023) terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian (Haq et al., 2023) dan menunjukkan kontrol diri tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kontrol diri tidak serta merta mempengaruhi perilaku konsumtif. Disebabkan fakta bahwa mahasiswa adalah remaja tingkat akhir yang belum mampu mengendalikan diri sendiri, peningkatan kontrol diri tidak berdampak pada penurunan perilaku konsumtif.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti akan meneliti bagaimana kontrol diri bertindak sebagai mediator antara *e-money* dan perilaku konsumen. Kontrol diri diperlukan untuk membatasi penggunaan *e-money* yang berdampak pada perilaku konsumen. Penelitian ini berfokus pada bagaimana mahasiswa generasi Z berperilaku sebagai konsumen.. Pada penelitian ini, mahasiswa berasal universitas-universitas pada wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai objek penelitian mengenai pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumtif generasi Z melalui kontrol diri sebagai variabel mediasi.

B. Rumusan Masalah

Penggunaan uang elektronik secara konsisten dapat mendorong perilaku yang tidak wajar (Dewi, 2021). Perilaku yang tidak wajar sering kali dikaitkan dengan penggunaan produk dan jasa yang berlebih, melampaui kebutuhan sebenarnya. Perilaku konsumtif bisa berarti sebagai tindakan membeli produk dan jasa secara berlebihan, tidak masuk akal, dan tidak memperhatikan manfaatnya, akibatnya yang ditampilkan adalah status, harga diri, kekayaan, kehormatan, dan aspek-aspek yang mencolok (Triyaningsih, 2011).

Penggunaan uang elektronik bisa menyebabkan perilaku keuangan yang tidak baik seperti konsumtif atau pemborosan (Dewi, 2021). Hal ini terjadi karena seseorang secara mental tidak ingin menghabiskan uang tunai saat melakukan pembayaran melalui internet, yang memicu ketergantungan untuk terus melakukan pembelian berulang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2021), (Karimah, 2022), dan (Layaman, 2022) penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun penelitian oleh (Yahya, 2021), (Poniman, 2023), (Mengga et al., 2023), dan (Safitri & Candra Sari, 2021) menunjukkan tidak ada pengaruh antara uang elektronik terhadap perilaku konsumtif.

Dengan adanya fenomena pembayaran *e-money* yang mudah, akan membawa dampak positif dan negatif bagi seseorang yang menggunakan. Terdapat kemungkinan mahasiswa akan cenderung konsumtif, dimana hal tersebut termasuk dampak negatif (Dewi, 2021). Maka dari itu kontrol diri diharapkan dapat mencegah atau mengontrol perilaku konsumtif yang bisa menyebabkan permasalahan finansial pada masa yang akan datang.

Kontrol diri merupakan tindakan individu guna mengendalikan perilaku, kontrol kognisi, dan mengendalikan keputusan (Nainggolan, 2022). Seseorang dengan kontrol diri yang kuat akan terlebih dahulu akan mempertimbangkan sebelum mengambil keputusan. Menurut Fattah, Indriayu (2018) mengungkapkan bahwa kontrol diri mempunyai arti yaitu

kemampuan individu untuk menganalisa keadaan dan kondisi tertentu, ini berarti bahwa sebelum melakukan sesuatu, seseorang memertimbangkan mana yang baik dan tidak.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2021), (Dany & Susanti, 2023), (Poniman, 2023) dan (Ramadhani, 2019) menjelaskan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan menurut penelitian (Haq et al., 2023) dan (Layaman et al., 2022) mengemukakan bahwa kontrol diri tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian berikut menjelaskan yakni ketika kontrol diri mahasiswa meningkatkan maka tidak ada pengaruh terhadap turunnya perilaku konsumtif, karena disebabkan mahasiswa adalah remaja taraf akhir belum bisa mengontrol dirinya dengan baik. Dari hasil tinjauan tadi, memberikan adanya ketidakkonsistenan terhadap hubungan pengendalian diri terhadap sikap konsumtif, dimana pada situasi ini terkait dengan sikap konsumtif Mahasiswa.

Sesuai paparan diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *e-money* berpengaruh terhadap Kontrol Diri mahasiswa?
2. Apakah *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ?
3. Apakah Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ?
4. Apakah penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui kontrol diri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh *e-money* terhadap Kontrol Diri mahasiswa
2. Untuk mengetahui Pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
4. Untuk mengetahui apakah Kontrol diri dapat memediasi penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

D. Manfaat Penelitian

Dengan tujuan penelitian yang telah disebutkan, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a) Bagi Pembaca dan Peneliti lain

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan bukti nyata yang dapat dipercaya bahwa *e-money* dan kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Yogyakarta.

- b) Bagi pemerintah

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pemerintah. Dengan penelitian ini pemerintah dapat membuat kebijakan publik seperti peraturan penggunaan uang elektronik.

- c) Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menemukan solusi atau pemecahan masalah sosial, serta untuk memperoleh gambaran mengenai sebab-akibat dari fenomena, kebijakan, atau perubahan sosial.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan *Fintech*

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi Perusahaan *fintech* untuk memenuhi kebutuhan pengguna, sehingga mereka dapat terus meningkatkan kualitas dan fitur yang ditawarkan.

b) Bagi penyedia *e-money*

Dapat digunakan oleh penyedia layanan *e-money* untuk mengembangkan strategi yang bertujuan membantu pengguna mengelola perilaku konsumtif mereka, seperti fitur pengingat atau batasan belanja.

c) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam melakukan transaksi pembayaran khususnya saat menggunakan *e-money*.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Objek penelitian dan ruang penelitian ini, mencakup tiga variabel, yaitu *e-money* sebagai variabel independen, perilaku konsumtif sebagai variabel dependen, serta kontrol diri sebagai variabel mediasi. Penelitian ini yaitu penelitian yang menggunakan metode survei atau penyebaran kuesioner yang berisikan butir pertanyaan. Data primer, atau informasi yang didapatkan langsung dari sumbernya oleh peneliti, dipakai dalam penelitian ini.. Objek pada penelitian ini ialah mahasiswa yang termasuk generasi Z di Yogyakarta yang sudah memiliki dan menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran. Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel mediasi.