

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku konsumtif telah menjadi fenomena yang semakin mengkhawatirkan di Indonesia, khususnya di kalangan generasi milenial yang merupakan kelompok usia produktif dengan penghasilan relatif stabil atau tergolong cukup tinggi. Generasi ini, yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 dan kini berusia 29–44 tahun, generasi ini memiliki karakteristik yang dinamis, cenderung mudah terpengaruh oleh tren sosial, serta adaptif terhadap teknologi. Hal ini menjadikan generasi milenial yang paling rentan terhadap perilaku konsumtif memengaruhi berbagai aspek kehidupan di tengah kemajuan digital (Rozaini & Sitohang, 2020).

Perilaku konsumtif yang ditunjukkan pada generasi milenial dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan kurangnya literasi keuangan (Ulum & Solekah, 2024). Kemudahan penggunaan *e-payment* ditandai dengan munculnya berbagai metode pembayaran, seperti E-Wallet, QRIS, Transfer Bank, PayPal, Kartu Kredit, Virtual Account, Kode QR, Paylater dan lain-lain. *E-payment* memfasilitasi bagi pengguna dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi (Nur et al., 2024). Selain itu, didukung dengan adanya *zero* administrasi dan kemunculan berbagai promo diskon sehingga pengguna memiliki kecenderungan untuk melakukan transaksi secara rutin.

Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), penggunaan teknologi pembayaran digital mengalami lonjakan signifikan. Data Bank Indonesia mencatat bahwa nilai transaksi QRIS di DIY mencapai Rp12,2 triliun hingga September 2024, meningkat drastis 212% dari tahun sebelumnya yang hanya Rp3,9 triliun (Radar Jogja, 2024). Bahkan menurut Olavina selaku Director of Communications DANA Indonesia, D.I. Yogyakarta menjadi top transaksi di Indonesia peringkat ke dua nasional setelah Jawa Tengah dari 190 juta pengguna DANA (Muhamad Faisal, 2025)

Salah satu bentuk *e-payment* yang mendominasi adalah *e-wallet*, yang merupakan wujud dari inovasi teknologi finansial modern. *E-wallet* memberikan kemudahan transaksi berbasis internet serta akses yang luas, terutama bagi generasi milenial yang terbiasa dengan teknologi (Nawawi, 2020). Beberapa layanan *e-wallet* yang paling umum digunakan antara lain OVO, Shopeepay, Gopay, Dana, dan LinkAja LinkAja (Oktary & Wardhani, 2023). Keuntungan yang ditawarkan *e-wallet* sebagai alat transaksi digital, seperti beragam promosi, potongan harga, dan kemudahan akses, menarik minat pengguna untuk rutin bertransaksi (Oktary et al., 2023). Namun, ketika pola konsumsi lebih dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif dan dorongan emosional daripada kebutuhan yang rasional, penggunaan *e-wallet* dapat mendorong perilaku konsumtif.

Faktor lain yang diyakini memiliki pengaruh terbentuknya perilaku konsumtif yaitu gaya hidup. Menurut Oskar et al. (2022) gaya hidup menunjukkan pola hidup sehari-hari seseorang, termasuk cara menghabiskan

waktu, prioritas, dan perspektif terhadap lingkungan sekitar. Menurut Mengga et al. (2023) gaya hidup yang konsumtif dapat menyebabkan individu melakukan pembelian barang dan jasa secara lebih. Kemajuan teknologi seluler, *e-commerce* dan media sosial, telah memfasilitasi pembelian berlebih untuk kepuasan gaya hidup. Menurut Yola & Agus (2021) gaya hidup yang melampaui batas wajar menunjukkan indikasi perilaku konsumtif. Pernyataan tersebut sejalan penelitian oleh Funky et al. (2021) menunjukkan bahwa gaya hidup secara positif dan signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif.

Gaya hidup generasi milenial di D.I. Yogyakarta menurut General Manager Genie Indonesia menyatakan bahwa generasi milenial di D.I. Yogyakarta termasuk paling aktif untuk belanja *online*. Kota Yogyakarta menempati posisi kelima dan Kabupaten Sleman ketiga secara nasional (Dinisari, 2021). Menurut Wisataone et al. (2022) *marketspace* atau platform *online* berfungsi sebagai perantara antara penjual dari berbagai toko dengan pembeli, memberikan kontribusi terhadap kemudahan transaksi *online*. Perkembangan platform ini turut memengaruhi gaya hidup konsumtif generasi milenial, yang semakin sering berbelanja secara *online*. Data dari Lokadata menunjukkan bahwa generasi milenial Yogyakarta melakukan transaksi belanja *online* dengan tingkat tertinggi, terhitung 42% dari 113.000 milenial di Indonesia (Astuti & Faujiah, 2023).

Namun dapat diindikasikan tingginya perilaku konsumtif di D.I. Yogyakarta tidak sejalan dengan tingkat pendapatan masyarakat. Berdasarkan laporan resmi, Pada tahun 2025 D.I. Yogyakarta memiliki kenaikan tingkat

Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) sebesar 6,5% dari tahun 2024. Kota Yogyakarta memiliki UMK tertinggi sebesar Rp2.655.041,81 pada tahun 2025 dari Rp 2.492.998 pada tahun 2024, diikuti oleh Kabupaten Sleman, Bantul, Kulon Progo sedangkan Kabupaten Gunungkidul memiliki UMK terendah yaitu Rp2.330.263,67 pada 2025 dari Rp 2.188.041 pada tahun 2024 (Pemda DIY, 2024). Dalam konteks UMK di D.I. Yogyakarta tergolong lebih rendah dibanding provinsi lain di Pulau Jawa, penghasilan masyarakat seharusnya mendorong perilaku konsumtif yang lebih bijak dan terkontrol.

Di sinilah peran literasi keuangan menjadi penting menjadi penentu dalam membentuk perilaku konsumsi yang bijak. Literasi keuangan yang rendah mendorong individu untuk melakukan pengeluaran tanpa perencanaan atau prioritas yang jelas (Oskar et al., 2022). literasi keuangan yang baik dapat membantu orang dalam menghindari tantangan keuangan, karena mereka sering menghadapi *trade-off*, yang mengharuskan melepaskan satu kepentingan untuk kepentingan lainnya (Sianipar et al., 2023).

Rendahnya literasi keuangan terbukti menjadi salah satu faktor yang mendorong perilaku konsumtif melalui keputusan keuangan yang beresiko. Sementara itu, sama yang terjadi pada generasi milenial di D.I. Yogyakarta menunjukkan bahwa tekanan ekonomi akibat konsumtif ini mendorong sebagian individu mencari solusi instan melalui pinjaman online Hidayat & Pertiwi (2025). Di D.I. Yogyakarta pinjaman *online* banyak di antaranya bersifat ilegal dan tidak diawasi oleh otoritas jasa keuangan. Fakta tragis menunjukkan bahwa hingga Oktober 2024, terdapat 52 kasus bunuh diri di

D.I. Yogyakarta yang berkaitan langsung dengan jeratan pinjaman online ilegal (Erwin Prima, 2024).

Selain pinjaman *online*, bentuk lain dari keputusan keuangan yang berisiko akibat rendahnya literasi keuangan adalah penggunaan layanan kredit digital seperti *PayLater*. Berdasarkan data dari Kredivo (2024) kelompok usia 26–35 tahun yang termasuk generasi milenial menjadi pengguna terbanyak layanan *PayLater* di Indonesia, dengan kontribusi mencapai 44,6% dari total transaksi pada tahun 2023. Di wilayah D.I. Yogyakarta, penggunaan *PayLater* juga menunjukkan tren yang signifikan, menjadikan D.I. Yogyakarta sebagai salah satu dari sepuluh provinsi dengan transaksi dan nilai penggunaan tertinggi secara nasional yaitu 1,1% dari jumlah transaksi. Hal ini mencerminkan tingginya minat yang tinggi generasi milenial di D.I. Yogyakarta terhadap layanan kredit digital. Karena terdapat gap antara literasi dan inklusi sehingga untuk meningkatkan literasi keuangan OJK D.I. Yogyakarta melaksanakan program Generasi Nasional Cerdas Keuangan (Gencarkan) 2024 dan akan dilaksanakan secara rutin (Arief Junianto, 2024).

Kebaharuan pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 1 Kebaharuan Penelitian

Kebaharuan Penelitian		
Aspek	Kebaharuan	Diferensiasi dari penelitian sebelumnya
Konteks	Meneliti perilaku konsumtif pengguna <i>e-wallet</i> di Daerah Istimewa Yogyakarta.	Fokus pada perilaku konsumtif milenial pengguna <i>e-wallet</i> di Malang Raya (Ulum & Solekah, 2024), Perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam di FEB Universitas Jambi (Nur et al., 2024), Perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh Generasi Z dalam lingkup mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, di UIN Raden Intan Lampung, angkatan 2019 (Fungky et al., 2021).
Sampel	Generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta yang berusia 29-44 tahun.	Generasi milenial berusia 18-25 tahun di Malang Raya (Ulum & Solekah, 2024), Mahasiswa FEB Universitas Jambi (Nur et al., 2024), Mahasiswa angkatan 2019 Prodi Manajemen Bisnis Syariah di UIN Raden Intan Lampung (Fungky et al., 2021).
Hasil Penelitian	Menguji inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh kemudahan penggunaan <i>e-payment</i> , gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.	Ulum & Solekah (2024) menyatakan kemudahan <i>e-payment</i> , gaya hidup, dan literasi keuangan, memberikan pengaruh positif dan signifikan. Nur et al. (2024) menunjukkan bahwa <i>e-payment</i> dan literasi keuangan syariah tidak memberikan pengaruh signifikan, namun gaya hidup secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif. Fungky et al. (2021) menemukan gaya hidup memiliki dampak positif dan signifikan, namun literasi keuangan berdampak negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Sumber : Peneliti, 2024

Penelitian ini dilakukan di D.I. Yogyakarta menggunakan sampel yang diambil dari generasi milenial berusia 29–44 tahun. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang dilakukan di wilayah dan populasi berbeda, seperti generasi milenial usia 18–25 tahun di Malang Raya (Ulum & Solekah, 2024), mahasiswa FEB Universitas Jambi (Nur et al., 2024), serta mahasiswa

Generasi Z pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah di UIN Raden Intan Lampung (Fungky et al., 2021), penelitian ini mengkaji pengaruh kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam konteks sosial dan budaya D.I. Yogyakarta. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristiknya sebagai kota pelajar dan pusat kebudayaan, yang memungkinkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang berbeda dari wilayah lain.

Urgensi dari penelitian ini didasarkan pada kecenderungan perilaku konsumtif pada generasi milenial di D.I. Yogyakarta yang semakin mengkhawatirkan. Kemudahan penggunaan *e-payment* mendorong frekuensi konsumsi secara rutin. Bahkan, D.I. Yogyakarta tercatat sebagai wilayah dengan transaksi digital yang mengalami lonjakan dari tahun sebelumnya. Nilai transaksi QRIS di provinsi ini mencapai Rp12,2 triliun hingga September 2024, meningkat sebesar 212% dibandingkan tahun sebelumnya 3,9 triliun (Radar Jogja, 2024). D.I. Yogyakarta juga menjadi transaksi *e-wallet* DANA tertinggi kedua secara nasional. Selain itu, gaya hidup berbelanja *online* juga sangat dominan, dengan Yogyakarta dan Sleman menempati posisi kelima dan ketiga nasional. Selain itu, generasi milenial Yogyakarta melakukan transaksi tertinggi di *e-commerce* terhitung 42% dari 113.000 milenial di Indonesia. Di sisi lain, maraknya aktivitas konsumtif ini tidak sejalan dengan kondisi pendapatan masyarakat dimana karena faktor rendahnya literasi keuangan membuat generasi milenial D.I. Yogyakarta lebih rentan terhadap pinjaman *online* dan tingginya nilai transaksi *PayLater* turut

mendorong kecenderungan konsumtif generasi milenial di D.I. Yogyakarta, karena memungkinkan mereka membeli berbagai kebutuhan gaya hidup tanpa pembayaran langsung.

Untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *grand theory Antecedents–Behaviour–Consequence* (ABC) yang dikembangkan oleh Geller (2005). Dalam konteks penelitian ini, kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan berperan sebagai *antecedents* yang memicu terbentuknya *behaviour* berupa perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut selanjutnya menimbulkan *consequence* berupa dampak negatif yang terlihat dari tingginya kasus pinjaman *online* dan meningkatnya nilai transaksi penggunaan *PayLater* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Mengacu pada latar belakang yang sudah peneliti jelaskan, tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh kemudahan *e-payment*, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap pengguna *e-wallet*, khususnya pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan *E-Payment*, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Wallet* Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada penjelasan yang terdapat dalam bagian latar belakang sebelumnya, ada berbagai permasalahan yang menjadi faktor perilaku

konsumtif pada generasi milenial di D.I. Yogyakarta. Meskipun *e-payment* mempermudah dalam bertransaksi terutama pada pengguna *e-wallet*, namun ada kekhawatiran tentang efeknya terhadap gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, terutama membeli secara tidak rasional dan berlebihan. Hal ini menjadi penting untuk diteliti karena perilaku konsumtif dapat berdampak pada stabilitas keuangan individu, khususnya ditujukan bagi mereka yang masih memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam mengelola keuangan. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah kemudahan penggunaan *e-payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan *e-payment* terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a) Melalui kajian ini diharapkan berkontribusi pada pengetahuan ilmiah di bidang ekonomi, khususnya terkait dengan pengaruh kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Generasi Milenial: Tujuan dari kajian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman guna memperluas wawasan kepada generasi milenial mengenai kecenderungan perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-wallet*, sehingga diharapkan dapat mendorong pengambilan keputusan mengelola keuangan dengan lebih hati-hati dan bertanggung jawab. Dengan begitu generasi milenial dapat mengelola keuangan pribadi secara lebih optimal guna mencapai tujuan finansial jangka panjang.

b) Bagi Pemerintah: Kajian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam merumuskan kebijakan yang relevan dan pengawasan terhadap penggunaan layanan keuangan digital. Temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menyusun program edukasi keuangan yang ditujukan bagi generasi milenial, serta sebagai dasar dalam mengantisipasi dampak negatif perilaku konsumtif yang dipicu oleh

kemudahan akses teknologi finansial. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat mendukung upaya pemerintah dalam menciptakan masyarakat yang lebih bijak dalam mengelola keuangan yang bersifat konsumtif.

E. Ruang Lingkup

Penelitian ini berfokus pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan *e-wallet*. Ruang lingkup penelitian mencakup faktor kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet*. Penelitian yang dilakukan melalui survei terhadap responden yang menggunakan *e-wallet* dengan rentang usia 29-44 tahun.

F. Batasan Penelitian

1. Variabel-variabel yang diteliti meliputi:
 - a) Kemudahan Penggunaan *E-payment*
 - b) Gaya Hidup
 - c) Literasi Keuangan
2. Tempat penelitian yang dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Objek penelitian hanya berfokus pada generasi pengguna *e-wallet* pada individu yang berusia 29-44 tahun yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Periode pengamatan penelitian dilakukan pada tahun 2025.