

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Modernitas teknologi memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya secara instan, salah satunya bertransaksi atau berbelanja secara daring/*online*. Secara sederhana kebiasaan masyarakat berbelanja secara konvensional atau bertatap muka kini digantikan dengan menggunakan media internet. Apalagi, sejak terjadinya wabah Covid-19 masyarakat lebih memilih untuk belanja secara daring/*online*. Berbelanja secara daring merupakan solusi bagi masyarakat untuk meminimalisir risiko penularan Covid-19. Ditambah dengan himbuan pemerintah untuk tetap di rumah membuat masyarakat lebih menggunakan media *online* dalam berbelanja.

Perilaku berbelanja secara daring (*online*) dikarenakan tiga hal, yaitu :

- 1) *Visiting (Search)*, pertama kali konsumen akan mengunjungi situs maupun aplikasi *e-commerce* sesuai dengan kebutuhan barang yang diinginkan.
- 2) *Purchasing/* Pembelian, selanjutnya mereka akan membeli dan membayar barang atau jasa tersebut.
- 3) *Multi-channel shopping*, konsumen tidak hanya dapat berbelanja secara daring melalui website saja melainkan banyak aplikasi *e-commerce* yang kini mendukung dalam berbelanja online (Forsythe, Liu, Shannon, & Gardner, 2007).

Dalam survei sosial demografi akibat Covid-19 yang dilakukan oleh BPS tahun 2020 menunjukkan sebanyak 31% responden menghadapi kenaikan kegiatan belanja secara daring selama pandemi Covid-19 54 dari 100 responden generasi milenial yang berbelanja secara daring merupakan wanita (Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, 2020). Bersumber pada survei tersebut menunjukkan angka paling besar yaitu 51% dalam berbelanja makanan baik bahan mentah atau bahan jadi. Sedangkan dalam survei statistik *e-commerce* tahun 2020 menyimpulkan makanan, minuman dan bahan makanan merupakan salah satu kelompok barang terbanyak yang terjual melalui *e-commerce* (Statistika, 2021).

Belanja makanan menggunakan media digital saat ini digunakan masyarakat selama pandemi Covid-19. Pada penelitian (Chang & Meyerhoefer, 2021) menemukan bahwa selama pandemi Covid-19 secara signifikan meningkatkan belanja makanan *online* melalui *platform* dikarenakan *platform* belanja makanan *online* menjadi lebih ramah pengguna sehingga *platform online food delivery* dinilai meningkat dan stabil. Selanjutnya pada penelitian (Zhao & Bacao, 2020) menyimpulkan bahwa keandalan, ketepatan waktu, dan personalisasi merupakan faktor yang menentukan pelanggan untuk terus menggunakan aplikasi *online food delivery* selama periode pandemi Covid-19. Sudah banyak aplikasi digital yang memberikan layanan pesan antar makanan seperti *Go Food*, *Grab Food*, *Shopee Food*, *Kulina*, *Traveloka*, dan lain sebagainya. Dengan munculnya *online food delivery* telah mengubah cara konsumen dan

pemasok makanan berinteraksi dan memberikan dampak yang berkelanjutan di seluruh dunia (Li, Miroso, & Bremer, 2020). Keuntungan dari *online food delivery* ini yakni memberikan fasilitas akses konsumen terhadap makanan siap saji serta memungkinkan penyedia makanan untuk tetap beroperasi selama wabah global Covid-19.

Segala kemudahan teknologi saat ini mendorong masyarakat lebih berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif mengarahkan individu kepada pemborosan (Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny, & Herlina, 2017). Perilaku konsumtif terjadi juga pada kalangan mahasiswa tidak hanya dikalangan orang yang sudah bekerja. Mahasiswa saat ini cenderung mengikuti gaya hidup yang *up to date*.

Para remaja rela mengeluarkan uang bukan karena untuk memenuhi kebutuhannya, melainkan menuruti keinginannya. Masyarakat tidak lepas dari pengaruh konsumsi tersebut, maka tidak heran jika sasaran utama bagi perusahaan ialah remaja (Hayati, Yusuf, & Asnah, 2020). Remaja termasuk kelompok yang mudah terpengaruh oleh iklan, teman sebaya, dan memiliki tingkat keingintahuan yang tinggi terhadap hal baru. Generasi milenial dianggap sebagai generasi yang kreatif, namun karena adanya faktor oleh budaya digital dan penggunaan internet masyarakat Indonesia mereka dinilai sangat konsumtif (Rosita, 2020).

Kurangnya pengetahuan akan literasi keuangan menyebabkan remaja kurang memiliki keahlian dalam mengelola keuangan secara efektif,

sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Generasi milenial harus mempunyai literasi keuangan yang cukup agar dapat mencapai tujuan keuangan (Ningtyas, 2019). Tujuan utamanya ialah mempersiapkan para pelajar dengan keterampilan dan pengetahuan keuangan agar mampu memperhitungkan secara efisien dalam menghadapi masalah ekonomi sehari-hari (Arianto & Sojanah, 2019).

Kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi menjadi semakin penting di dunia saat ini (Chen & Volpe, 1998). Melalui literasi keuangan individu dapat membuat pengaturan perencanaan keuangan agar dapat meningkatkan taraf kehidupan (Yushita, 2017). Pemahaman pengelolaan keuangan masyarakat khususnya remaja dapat ditingkatkan melalui pendidikan keuangan (Sari, 2018).

Selain literasi keuangan yang merupakan sub faktor psikologis dalam perilaku konsumen, terdapat sub faktor pribadi yaitu pengendalian diri (Dewi, Rusdarti, & Sunarto, 2017). Kurang mampunya mengontrol diri dan literasi akan keuangan mengakibatkan timbulnya perilaku konsumtif. Adapun pengaruh lain yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan dan kesejahteraan keuangan seperti masalah pengendalian diri, keluarga, teman sebaya, ekonomi, masyarakat dan lembaga (Huston, 2010). Pengendalian diri berkorelasi dengan bagaimana seseorang mengelola emosi dan motivasi dalam dirinya (Halimatussakdiyah, Martono, & Sudarma, 2019).

Tinggi rendahnya perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kontrol diri (Mutrofin, 2018). Individu dengan pengendalian diri yang baik menderita kecemasan lebih sedikit terkait masalah keuangan, mereka memiliki rasa aman serta percaya diri untuk menghadapi situasi sekarang dan masa yang akan datang (Strömbäck, Lind, Skagerlund, Västfjäll, & Tinghög, 2017). Kontrol diri juga merupakan kemampuan individu dalam membaca situasi diri dan lingkungan (Nisa & Arief, 2019), dimana mereka dapat membatasi diri terhadap perhatian lain untuk berperilaku negatif. Untuk dapat mengendalikan diri, individu harus memiliki perencanaan sebelum bertindak.

Terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu konformitas. Suatu pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh masyarakat dalam berperilaku konsumtif disebut sebagai konsumsi konformitas (Kang, Cui, & Son, 2019). Remaja akan dipengaruhi oleh kelompok sebayanya sehingga menjadi konform dengan kelompoknya (Romadloniyah & Setiaji, 2020). Remaja cenderung menyamakan perilakunya dengan kelompoknya untuk menghindari celaan ataupun keterasingan.

Pada akhirnya, mereka akan berusaha untuk dapat tampil agar diterima dengan kelompoknya. Perubahan perilaku yang diakibatkan oleh lingkungan kelompok teman sebaya inilah dapat mempengaruhi perilaku konsumtif para remaja. Dimana mereka akan cenderung mengikuti pola perilaku konsumtif yang dimiliki oleh kelompoknya.



Fenomena ini marak terjadi di ibu kota Jakarta. Bukan hal yang umum lagi, bahwa kota Jakarta merupakan kota metropolitan dimana banyaknya pusat perbelanjaan seperti *mall*, *outlet*, *restaurant*, ataupun *cafe*. Terlebih dengan bertumbuhnya bisnis-bisnis kuliner di Jakarta menciptakan banyak rumah makan, tempat jajanan kecil, maupun *cafe* yang dapat diperoleh dengan harga terjangkau oleh kaum pelajar ditambah dengan adanya promo-promo yang ditawarkan melalui aplikasi layanan pesan-antar makanan. Sehingga, walaupun pada masa pandemi Covid-19 seperti ini membuat para remaja atau mahasiswa dapat dengan mudah mengakses dan memesan makanan melalui aplikasi layanan pesan-antar makanan atau dikenal dengan *online food delivery* sambil melakukan Pembelajaran Jarak Jauh dari rumah.

Generasi milenial sangat menyukai hal yang instan. Dengan aplikasi layanan pesan-antar, individu tidak perlu lagi kesulitan untuk membeli bahan makanan dan mengolahnya menjadi makanan yang dapat dikonsumsi. Mereka dapat memilih makanan pertama kali dengan memilih restoran terdekat, harga termurah, dan menu yang diinginkan melalui sebuah aplikasi. Kemudian pembayaran dapat dilakukan baik secara *online to offline*. Mereka akan lebih konsumtif jika tidak dapat mengendalikan diri dengan adanya penerapan manajemen keuangan dan penilaian biaya keuangan (Halimatussakdiyah et al., 2019). Konformitas perlu diperhatikan agar perilaku konsumtif tidak semakin tinggi (Romadloniyah & Setiaji, 2020).

Oleh karena itu, sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2018. Latar belakang pemilihan sampel ini adalah bahwa saat ini Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang menempuh masa studi semester enam, dimana mereka memiliki latar belakang ekonomi dan telah memperoleh beberapa mata kuliah terkait pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan, kewirausahaan, pengantar akuntansi, akuntansi keuangan, dan sebagainya yang kemungkinan memiliki literasi keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak memiliki latar belakang ekonomi.

Dalam penelitian (Mawo, Thomas, & Sunarto, 2017), (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019), dan (Kusairi, Sanusi, Muhamad, Shukri, & Zamri, 2020) menunjukkan terdapat pengaruh negatif pada variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan dalam penelitian (Indarti & Canda Sakti, 2017) literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Variabel kontrol diri pada penelitian (Dikria & W., 2016) menunjukkan pengaruh negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan dalam penelitian (Fattah, Indriayu, & Sunarto, 2018), kontrol diri menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku konsumtif dan pada penelitian (Salsabila & Nio, 2019) variabel kontrol diri tidak menunjukkan pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suminar & Meiyuntari, 2015) konformitas tidak

memiliki hubungan dengan tingkat perilaku konsumtif, sedangkan menurut penelitian (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013) menunjukkan hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif.

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan literasi keuangan dan kontrol diri sudah banyak dilakukan, tetapi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif masih belum menunjukkan ketidakkonsistenan. Oleh karena itu mendorong dilakukannya penelitian ini dengan beberapa pengembangan dan menambahkan variabel bebas yaitu konformitas serta meneliti lebih lanjut menggunakan variabel literasi keuangan dan kontrol diri dan ditinjau dari perspektif mahasiswa.

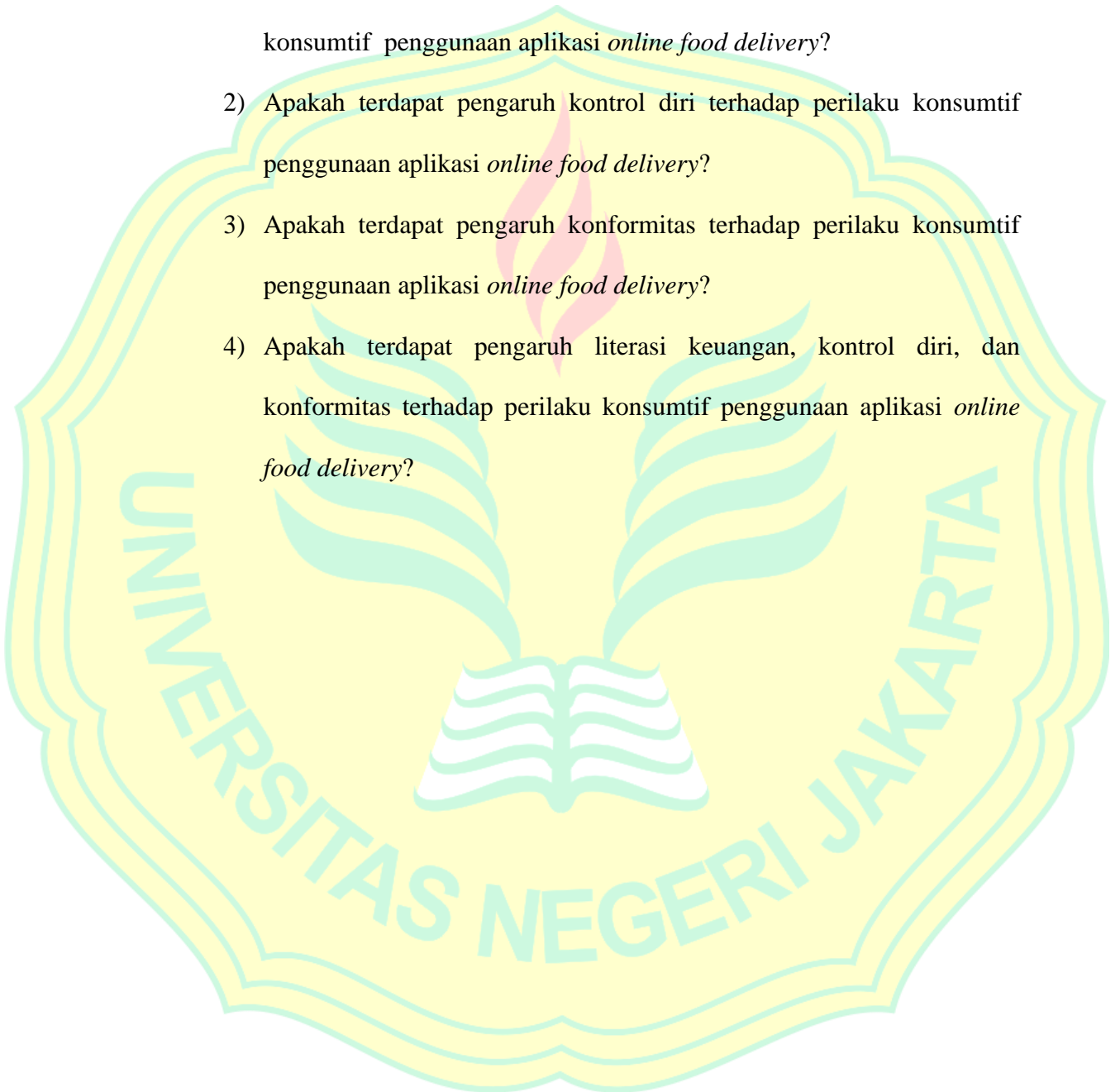
Sehingga, berdasarkan uraian tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dalam menggunakan aplikasi *Online Food Delivery*.



## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery*?
- 2) Apakah terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery*?
- 3) Apakah terdapat pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery*?
- 4) Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery*?



### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery*.
- 2) Mengetahui terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery*.
- 3) Mengetahui terdapat pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery*.
- 4) Mengetahui terdapat pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery*.

### D. Kebaruan Penelitian

Kebaruan penelitian dalam penelitian ini yang dapat dilihat dari penambahan variabel bebas yaitu konformitas, menambahkan objek penelitian yaitu penggunaan aplikasi *online food delivery* dimana pada penelitian sebelumnya belum ada yang menggunakan variabel dan objek penelitian tersebut serta subjek penelitian yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dengan populasi terjangkau Mahasiswa Fakultas Ekonomi tahun angkatan 2018.