# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, kebutuhan maupun keinginan yang dimiliki manusia selalu mengalami perubahan atau bahkan cenderung terus naik. Manusia akan selalu menambah proporsi konsumsinya atau keinginannya, dibandingkan dengan penambahan dari segi pendapatannya.

Salah satu hal yang tidak lepas dari kegiatan ekonomi dari dalam diri manusia adalah dengan adanya kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi yang dilakukan manusia ini memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, seperti membeli pakaian, membeli makanan-minuman, membeli kendaraan, membeli rumah, pendidikan, hiburan, dan lain sebagainya. Kebutuhan setiap manusia sangat berbeda-beda, dan setiap kebutuhan pun sangat berpengaruh pada tingkat konsumsi manusia.

Ketika kebutuhan manusia semakin tinggi, maka hal tersebut akan berdampak juga terhadap bertambahnya konsumsi seseorang. Pada saat ini, saat masyarakat melakukan kegiatan konsumsi ternyata bukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya saja, melainkan lebih mementingkan melakukan konsumsi hanya karena keinginan dan kepuasannya, atau bahkan lebih mementingkan gengsi atau gaya hidup *(lifestyle)* mereka. Memang hal ini tidak menjadi masalah jika pendapatan mereka itu lebih besar, tetapi jika pendapatan mereka lebih rendah daripada keinginan mereka untuk membeli sesuatu sesuai gengsi, maka hal tersebutlah yang seharusnya dikurangi, apalagi untuk masyarakat yang hidup di kota besar.

Setiap orang memiliki perilaku konsumsi dan hal ini tidak terlepas dari kegiatan konsumsi. Perilaku yang dilakukan oleh konsumen baik secara individu maupun kelompok merupakan perilaku konsumsi untuk mengambil suatu keputusan dalam penggunaan barang atau jasa. Dan sebagaimana yang kita ketahui bahwa didalam perilaku konsumsi ini merupakan dasar para

konsumen dalam membuat keputusan pembelian barang. Kegiatan konsumsi yang dimiliki oleh setiap individu pun berbeda-beda. Menurut Kotler & Armstrong dalam (Puspitasari & Indrarini, 2021) perilaku konsumsi dipengaruhi oleh empat faktor, diantaranya adalah faktor sosial, budaya, pribadi, dan psikologis.

Konsumsi memiliki pengaruh besar terhadap stabilitas perekonomian di Indonesia. Jadi, jika konsumsi semakin tinggi, maka perubahan kegiatan ekonomi di Indonesia pun akan ikut tinggi. Konsumsi juga merupakan salah satu kegiatan yang secara langsung bisa memenuhi kebutuhan manusia dengan menggunakan barang atau jasa dengan tujuan bisa mendapatkan kepuasan yang dapat menghabiskan nilai guna dari barang atau jasa tersebut.

Pada dasarnya manusia pun tidak lepas dari kebutuhan sehari-harinya bahkan sampai mereka merasa tidak akan pernah puas, maka dari itu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat selalu berusaha sedemikian rupa agar kebutuhan atau keinginannya dapat terpenuhi. Jadi, dengan melalui kegiatan konsumsi, kebutuhan manusia pun bisa terpenuhi, karena masyarakat akan mengalokasikan kekayaannya semaksimal mungkin untuk pemenuhan kebutuhannya. Dalam mengonsumsi kebutuhan pun memiliki faktor-faktor pendukung, salah satunya adalah melalui kebiasaan masyarakat tersebut, gaya hidup, dan juga pendapatan tinggi yang dimiliki oleh masyarakat.

Salah satu negara yang memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi adalah masyarakat di Indonesia. Budaya konsumtif yang semakin melebar di kalangan masyarakat ini juga disebabkan oleh gaya hidup yang semakin tinggi. Hal ini bisa dilihat dari seringnya masyarakat di Indonesia yang sangat senang untuk berbelanja. Gaya hidup seperti inilah yang sudah tertanam untuk sebagian besar masyarakat yang tinggal di kota besar. Dimana yang sering kita temukan juga, masih banyak masyarakat yang menghabiskan uang lebih besar dari pada pendapatannya.

Jika dilihat saat terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia, salah satu bidang yang terdampak selain dari bidang kesehatan adalah pada bidang perekonomian. Dalam kegiatan perekonomian yang terdampak ialah kegiatan

yang berhubungan dengan proses jual-beli. Dalam situasi perekonomian yang kurang baik di Indonesia, maka perilaku konsumtif juga semakin meningkat dikalangan masyarakat.

Dengan adanya peningkatan konsumsi di masyarakat, di sisi lain dapat menggerakkan aktivitas ekonomi dan bisnis bagi sektor yang terdampak langsung dengan adanya pandemi. Hal ini dikarenakan konsumsi memiliki peranan yang penting, bisa melalui pembentukan PDB maupun dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Namun dampak negatif dari perilaku konsumtif inipun akan menimbulkan ancaman bagi masyarakat itu sendiri.

Dr. Wisnu Wibowo selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Airlangga mengatakan bahwa ancaman yang kita hadapi adalah dengan adanya keseimbangan finansial atau *financial stability* dari konsumen itu sendiri. Hal ini dikarenakan jika konsumsi atau pola belanja masyarakat tidak didasari pada kebutuhan, seperti terjebak dalam pola kehidupan yang cenderung konsumtif, dimana masyarakat membeli barang yang cenderung terlalu berlebihan, maka akan mengganggu keseimbangan neraca keuangan dari tiap individu atau dari tiap keluarga.[1]

Dalam meminimalisir ancaman tersebut, masyarakatpun harus bisa mengembalikan pola perilaku sesuai kebutuhannya saja, bukan hanya atas keinginan semata. Selain itu, seharusnya masyarakat bisa membuat perencanaan keuangan dengan lebih disiplin, agar bisa mengelola keuangan dan juga menjaga kestabilan keuangannya seraya menyiapkan dana darurat dalam mempersiapkan diri untuk menghadapi situasi yang tidak pasti di tengah masa pandemi Covid-19. Dengan ini, masyarakat diharapkan bisa menjadi konsumen yang lebih cerdas dan rasional. Jadi, dengan begitu keberlangsungan ekonomi di dalam keluarga pun akan menjadi lebih aman dan terjaga.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pun mengeluarkan pendapat bahwa perilaku konsumtif masyarakat di Indonesia semakin tinggi, sampai lupa untuk terbiasa

[1] Asthesia Dhea Cantika, "Dosen FEB: Ancaman Perilaku Konsumtif di Tengah Pandemi" https://old.unair.ac.id/site/article/read/2998/dosen-feb-ancaman-perilaku-konsumtif-di-tengah-pandemi.html

menabung.[2] Selain itu juga survei yang telah dilakukan oleh *Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD)* pada tahun 2020 berkata bahwa masyarakat Indonesia memiliki ketahanan dana darurat yang hanya bisa digunakan untuk satu minggu saja.[3]

Sebelum adanya pandemi Covid-19, masyarakat melakukan pembelian barang, pencarian tentang informasi jasa, ataupun melakukan kegiatan lainnya itu dilakukan secara langsung dengan cara mendatangi tempat yang ingin dituju. Sedangkan pada saat adanya pandemi Covid-19, kegiatan tersebut berubah secara tidak langsung menjadi serba *online* melalui beberapa e-commerce atau aplikasi lainnya yang tersedia, seperti membeli barang, mencari informasi terkait jasa, membeli makanan, dan lain sebagainya.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa sudah sebanyak 27,20% responden sudah mengalami kenaikan aktivitas belanja melalui *online*, karena hal ini merupakan dampak dari adanya pandemi Covid-19 yang bisa mempengaruhi Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Aktivitas belanja *online* ini pun mengalami peningkatan yang cukup drastis selama pandemi Covid-19, hal ini dikarenakan ruang gerak selama pandemi sangat terbatas, sehingga membuat masyarakat selalu menghabiskan kegiatan atau waktunya di dalam rumah, baik itu untuk para pelajar ataupun para pekerja.

Alasan penggunaan *e-commerce* yang semakin meningkat adalah karena hal ini dapat memudahkan masyarakat dirumah dalam membeli suatu barang, selain itu juga selama pandemi Covid-19 ini pun *platform e-commerce* selalu memberikan promosi agar masyarakat tertarik membeli melalui online daripada membeli secara langsung diluar sana.

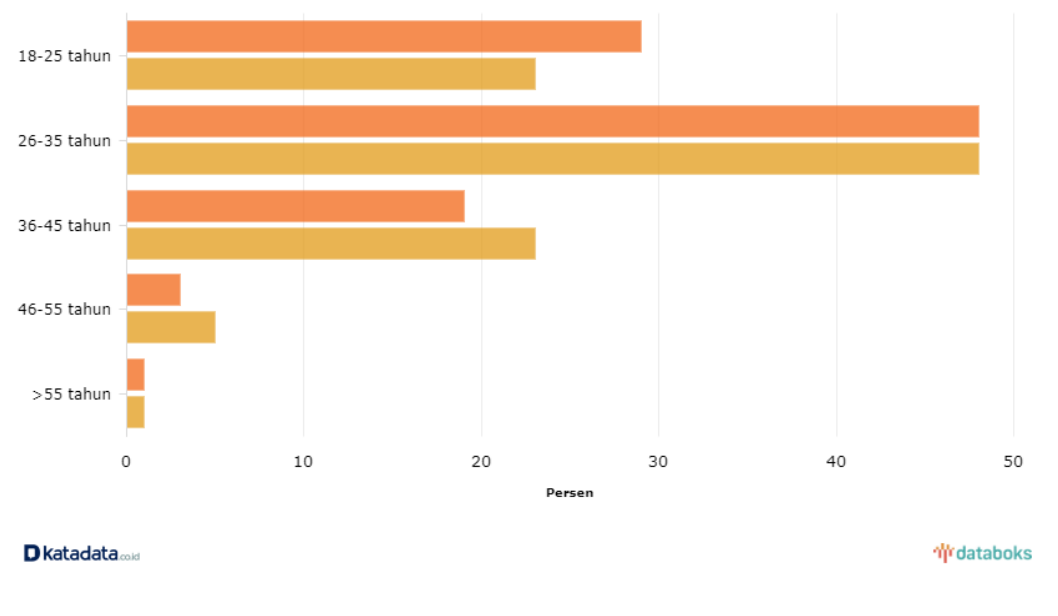
Selama adanya pandemi Covid-19 di Indonesia, penggunaan e-commerce mengalami peningkatan mencapai sekitar 5-10 kali. Selama pandemi juga

[2] Bambang Priyo Jatmiko, "OJK: Orang Indonesia Makin Konsumtif", https://money.kompas.com/read/2015/08/08/110746226/OJK.Orang.Indonesia.Makin.Konsumtif

[3] Novita Intan, “Survei: Dana Darurat Masyarakat Hanya Cukup Sepekan“ https://www.republika.co.id/berita/r1xy7x485/survei-dana-darurat-masyarakat-hanya-cukup-sepekan

transaksi online harian pun meningkat dari 3,1 juta menjadi 4,8 juta transaksi. Dan data mencatat bahwa penambahan konsumen baru pengguna e-commerce ini bertambah sebanyak 37%. (Nurlela, 2021)

Adapun berdasarkan riset Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa generasi milenial menjadi penyumbang terbesar terhadap proporsi jumlah transaksi belanja online selama pandemi Covid-19. Hal tersebut tercatat sudah sebanyak 48% konsumen pengguna e-commerce yang berusia 26-35 tahun yang melakukan transaksi pada tahun 2021.




***Gambar 1. 1 Jumlah Transaksi Belanja Online Berdasarkan Kelompok Umur***

Selama masa pandemi Covid-19 yang kurang lebih sudah 2 tahun berada di Indonesia, ternyata pada saat ini pun teknologi modern sedang berkembang pesat dan keadaan platform e-commerce yang digunakan pun semakin canggih, sehingga menuntut segalanya menjadi cepat dan juga praktis. Ketika adanya perubahan gaya hidup yang mulai beralih menggunakan e-commerce, para produsen pun berbondong-bondong untuk menjual produknya di platform tersebut, sehingga mengakibatkan naiknya minat masyarakat untuk melakukan transaksi di e-commerce selama berada dirumah. Data pun menghasilkan bahwa

pendapatan para pelaku usaha yang berjualan di platform tersebut mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dari biasanya. (Irkham, 2020)

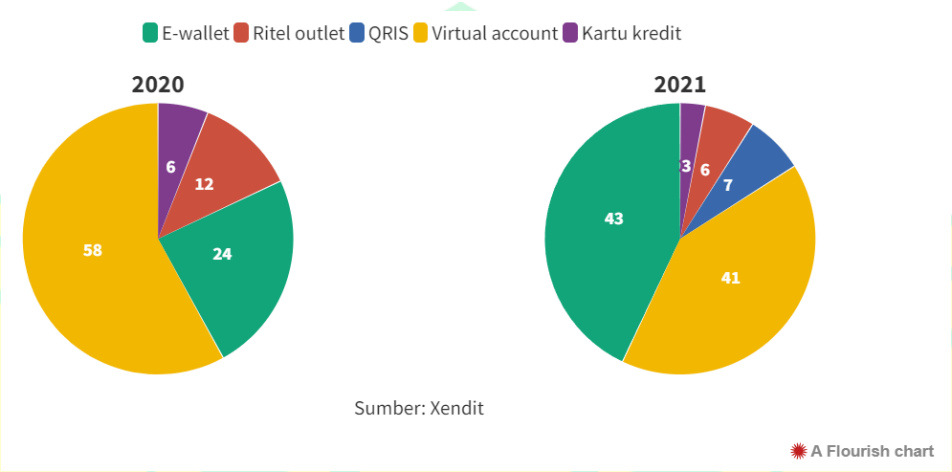
Selain kenaikan pesat pada penggunaan e-commerce selama pandemi, masyarakat pun membutuhkan sistem pembayaran yang lebih cepat, efisien, dan juga aman selama mereka bertransaksi. Hal tersebut membuat banyaknya pendiri *start up* terus memberikan inovasi baru yaitu menggunakan teknologi modern atau yang berbasis media digital. Dan salah satu hasil dari inovasi ekonomi digital pada sektor perekonomian adalah dengan terbentuknya sistem pembayaran non-tunai.

Dengan adanya inovasi yang terus dikembangkan dalam segi keuangan, hal ini sejalan dengan adanya program GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) yang digerakkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2014, program ini memiliki tujuan untuk memberikan kesadaran kepada masyarakat terhadap penggunaan pembayaran non tunai. Melihat pentingnya peran teknologi dan keuangan saat ini, maka dari itu terjadilah perubahan yang sangat cepat yaitu beralihnya pembayaran tunai ke pembayaran yang berbasis digital atau yang biasa kita sebut dengan *digital payment.* Karena teknologi memiliki kedudukan penting yaitu untuk memudahkan masyarakat dalam memanfaatkan sumberdaya yang dibutuhkan. (Mujahidin, 2020)

Salah satu bentuk dari digital payment adalah dengan adanya dompet digital atau sering disebut dengan e-wallet. Seperti yang diketahui semua orang, bahwa penggunaan e-wallet itu dapat memudahkan seseorang dalam bertransaksi, seperti contoh saat ini kita tidak perlu membawa dompet dengan uang tunai yang banyak lagi, cukup dengan membawa telepon genggam yang ada jaringan internetnya, maka kita sudah dapat menggunakan pembayaran dimana pun dan kapan pun, terutama dimasa pandemi Covid-19 ini jadi lebih memudahkan kita terhindar untuk bersentuhan langsung dengan uang tunai.

Berdasarkan data yang diberikan oleh Xendit selaku perusahaan *payment gateway* dan teknologi keuangan di Indonesia, dalam periode satu tahun penuh (30 November 2020 – 30 November 2021) dari 150 juta transaksi digital yang

diproses Xendit, 43 persen transaksi keuangan di Indonesia menggunakan e-wallet. Jumlah tersebut telah meningkat dari 24 persen di tahun 2020.[4]



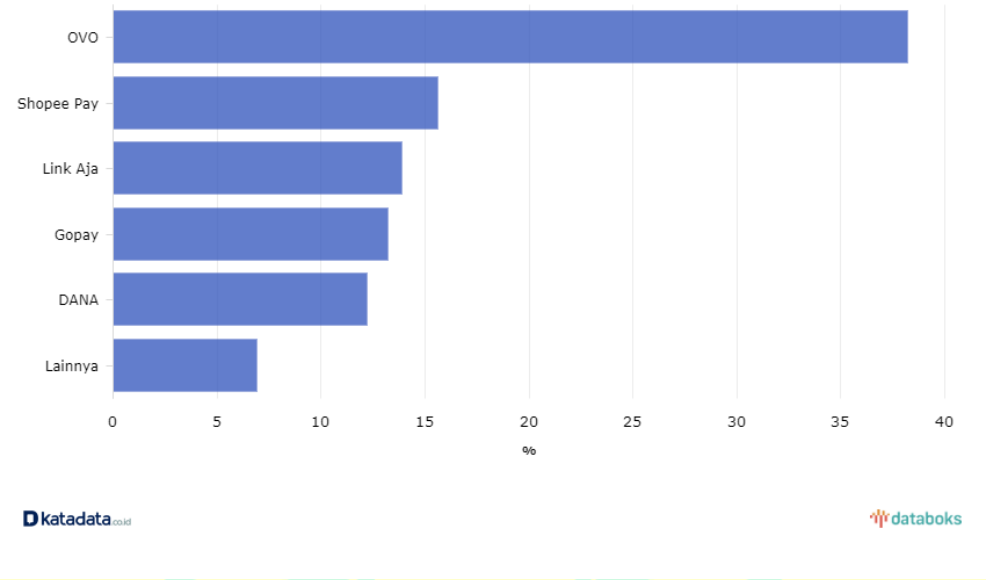

***Gambar 1. 2 Tren Penggunaan Alat Bayar Digital 2020-2021***

Data yang telah dipaparkan oleh Xendit menyatakan bahwa nilai total volume transaksi mengalami kenaikan yaitu sebesar US$12 miliar pada tahun 2021. Hal lain yang ditemukan oleh Xendit adalah bahwa metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah diantaranya *e-Wallet* (43%), *Virtual Account* (41%), kartu kredit (3%), dan *QR Code* (7%).[5]

Pemakaian e-wallet ini pun telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun, terutama selama adanya pandemi covid-19, total pertumbuannya pun sampai mencapai >300% dari awal tahun 2021. Jadi, jumlah pengguna e-wallet di Indonesia juga meningkat sampai 2,4 kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya.

[4] Faisal Javier, "E-wallet Jadi Alat Pembayaran Digital Terpopuler di 2021" https://data.tempo.co/data/1316/e-wallet-jadi-alat-pembayaran-digital-terpopuler-di-2021

[5] *Ibid.*




***Gambar 1. 3 Pangsa Pasar E-Wallet Indonesia pada 2020***

Berdasarkan hasil survei dari Boku Inc. pada "Mobile Wallets Report 2021" yang telah dikutip dari databoks, telah menunjukkan bahwa OVO telah menguasai sebesar 38,2% pangsa pasar dompet digital (e-wallet) tertinggi di Indonesia pada tahun 2020. Dengan pangsa pasar tersebut, transaksi melalui OVO telah mencapai US$10,75 miliar sepanjang tahun 2020. Angka yang diperkirakan akan terus meningkat hingga lima tahun kedepan. Selain itu juga Shopeepay telah berada di posisi kedua dengan pangsa pasar sebesar 15,6%, selanjutnya pada posisi ketiga terdapat LinkAja memiliki pangsa pasar sebesar 13,9%, posisi keempat terdapat Gopay yang memiliki pangsa pasar sebesar 13,2%, dan yang terakhir terdapat DANA yang memiliki pangsa pasar sebesar 12,2%.[6]

Laporan tersebut telah memberikan data bahwa nilai transaksi e-wallet di Indonesia telah mencapai US$28 miliar pada tahun 2020. Total pengguna e-

[6] Viva Budy Kusnandar, "Bukan Jakarta, Provinsi Ini Catat Pertumbuhan Konsumsi Masyarakat Tertinggi pada 2021" https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/08/bukan-jakarta-provinsi-ini-catat-pertumbuhan-konsumsi-masyarakat-tertinggi-pada-2021

wallet di tanah air pun tercatat sebesar 63,6 juta. Angka tersebut telah diprediksi akan mencapai 202 juta pengguna pada tahun 2025.

Berdasarkan data diatas, maka dapat kita lihat dari tahun ke tahun penggunaan e-wallet semakin pesat. Adapun dampak yang diakibatkan dari adanya fasilitas e-wallet diantaranya adalah dapat meningkatkan investasi perusahaan, dapat membantu perekonomian negara, dan juga dapat menghemat waktu seseorang untuk melakukan transaksi.

Namun meskipun e-wallet dapat memberikan berbagai macam manfaat, masyarakat juga tidak boleh lupa akan dampak negatif dari adanya fasilitas e-wallet ini, yaitu salah satunya adalah bahwa para konsumen menjadi jauh lebih konsumtif dari sebelumnya.

Menurut survei yang telah dilakukan oleh lembaga riset pasar Ipsos Indonesia melalui (Lalu Pilip Hardi Sastrawan, 2019), telah mencatat bahwa penggunaan e-wallet didominasi oleh generasi millenial (kelahiran tahun 1980-1996) dan juga Gen-Z (kelahiran tahun 1997-2002). Seperti yang dikutip dari (Beke et al., 2022) juga mengatakan bahwa "*They grew up in the digital, media-saturated era, depend heavily on mobile devices, which has brought a whole new quality to our everyday lives (at least those who have access to modern technology)*" dan generasi mudapun cenderung berjiwa wirausaha dan terbuka terhadap inovasi yang mereka tanggapi dan adaptasikan dengan cepat. Mereka mudah tertarik dengan promo seperti potongan harga yang ditawarkan, poin belanja yang bisa ditukarkan menjadi hadiah, maupun berbagai teknik pemasaran lainnya. Pada akhirnya, hal tersebut akan membuat masyarakat menjadi kurang berhati-hati dalam mengatur pengeluaran pribadinya.

Oleh karena itu, sebagai masyarakat yang bijak dalam menghadapi kemajuan teknologi yang saat ini sudah semakin canggih, kita diperbolehkan menggunakan e-wallet sebagai pengganti uang tunai, akan tetapi kita juga harus megetahui batasan penggunaan e-wallet untuk menghindari sikap konsumtif. Masyarakat harus bisa mengatur keuangannya sendiri sesuai dengan apa yang kita butuhkan, bukan sesuai dengan apa yang kita inginkan.

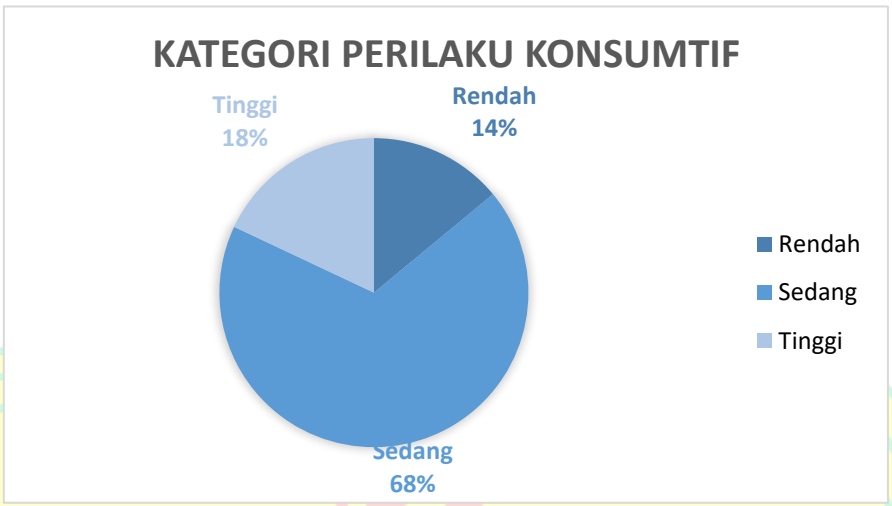
Peneliti juga telah melakukan riset dengan menyebarkan kuisioner pada bulan Mei 2022 kepada 50 orang generasi milenial di Jakarta mengenai perilaku konsumsi mereka disetiap harinya, dan untuk memudahkan pemaparan hasil pra-riset ini, peneliti membuat kategorisasi skor subjek dari hasil pengukuran skala yang diolah menggunakan Ms. Excel. Kategori perilaku konsumtif yang dilakukan dalam riset ini didasari pada rumus pengkategorian menurut Azwar dalam buku "Penyusunan Skala Psikologi edisi 2" yang dikutip dari (Musritha, 2021), sebagai berikut:

| Kategori | Keterangan |
|---|---|
| Tinggi | X < M - 1SD |
| Sedang | M - 1SD <= X < M +1SD |
| Rendah | M + 1SD <= X |

Berdasarkan ketentuan diatas, maka dapat diketahui batasan skor perilaku konsumtif dalam riset yang telah dilakukan, yaitu:

1. Kategori Rendah: X < 32
2. Kategori Sedang: 32 <= X < 48
3. Kategori Tinggi: X >= 48

Dari hasil penyebaran kuisioner yang telah dilakukan kepada 50 orang generasi milenial di Jakarta melalui media google form yang telah menyajikan lima opsi jawaban bernilai skor tertinggi 5 dan terendah 1, yang terdiri dari 11 pertanyaan. Dari data yang didapatkan skor tertinggi didapatkan sebesar 55 dan skor terendah 16, serta hasil analisis mean dari data perilaku konsumtif didapatkan sebesar 40,14 dan standar deviasi sebesar 8,357. Berikut hasil yang terbentuk dalam diagram yang telah diolah oleh peneliti:




***Gambar 1. 4 Diagram Pra-Riset Perilaku Konsumtif***

Dari gambar yang dapat dilihat diatas, bahwa responden yang termasuk dalam kategori rendah adalah sebesar 14% yaitu 7 dari 50 orang, yang termasuk dalam kategori sedang adalah sebesar 68% yaitu 34 dari 50 orang, dan yang termasuk dalam kategori tinggi adalah sebesar 18% yaitu 9 dari 50 orang. Hal ini berarti kebanyakan generasi milenial di DKI Jakarta masih cenderung berperilaku konsumtif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah memudahkan kehidupan manusia. Namun ada hal yang masih harus diperhatikan, bahwa dampak yang dihasilkan bisa positif atau negatif. Seperti yang dikutip dari (Mitra et al., 2019) yang mengatakan bahwa "*Over time, human consumption has significantly increased, shifting the focus from the satisfaction of needs to desires."* Dimana kemajuan pesat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah mengubah dunia menjadi desa global, dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Adanya Fasilitas E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Milenial di Jakarta"**

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan pokok - pokok masalah penelitian, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh dari penggunaan e-commerce terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh dari penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh dari penggunaan e-commerce dan adanya fasilitas e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Jakarta?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan e-commerce terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan e-commerce dan adanya fasilitas e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada geneasi milenial di Jakarta.

## 1.4 Manfaat

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti memiliki dua manfaat yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut penejelasan mengenai kedua manfaat tersebut:

### a. Manfaat Teoritis

1. Memberikan pemahaman lebih untuk memperdalam ilmu dalam memperluas wawasan dan menganalisis masalah-masalah aktual yang terjadi saat ini dan kedepannya mengenai perilaku konsumtif.

2. Memberikan kontribusi bahan referensi dan sebagai sumber informasi bagi pihak lain yang memerlukan penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumtif.
3. Memberikan informasi dan masukan kepada masyarakat untuk menentukan dasar kebijaksanaan dalam upaya memperbaiki pola konsumsi masyarakat.

**b. Manfaat Praktis**

1. Bagi Mahasiswa

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman atau informasi lebih yang terkait dengan pengaruh penggunaan e-commerce dan fasilitas e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat.
2. Bagi Akademik

   Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi dan literatur keilmuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti yang berhubugan dengan masalah serupa.
3. Bagi Peneliti

   Penelitian ini sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, dan memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada peneliti terkait fakta yang terjadi di lapangan tentang perilaku konsumtif.