

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kebudayaan manusia dari tahun ke tahun akan semakin meningkat. Berkembangnya peradaban manusia telah menciptakan cara dan adaptasi hidup baru bagi individu dan kelompok sosial di dunia lingkungan hidupnya, salah satunya adalah kemajuan teknologi yang mengubah sebagian besar gaya hidup masyarakat perkotaan maupun pedesaan. Saat ini, masyarakat cenderung lebih banyak menggunakan *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari. Dapat dilihat bahwa kebanyakan masyarakat menggunakan *smartphone* untuk berkomunikasi, seperti menelepon atau SMS, berbincang di media sosial, berbisnis, dan melakukan transaksi secara digital. Hal ini yang membuat masyarakat tidak lepas dari *smartphone*-nya karena terhubung dengan internet.

Kini digital telah memasuki ke seluruh sistem kehidupan sosial masyarakat, salah satu hal yang paling terasa di era digital saat ini adalah dampaknya terhadap perekonomian masyarakat. Kehadiran teknologi di era digital dapat mendorong perekonomian Negara ke arah ekonomi digital. Dalam buku Don Tapscott yang berjudul "*The Digital Economy: Promise and Peril in The Age of Networked Intelligence*", ekonomi digital disebut dengan ekonomi baru, di mana adanya penggunaan informasi digital yang eksklusif.¹ Pada sebelumnya, ekonomi digital sudah ada pada tahun 1980-an menggunakan *personal computer* (CP) dan internet. Penggunaan PC dan internet ini menjadi sebuah permulaan dari perkembangan *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Munculnya teknologi membuat era *old digital economy* tersebut

¹ Teguh Permana dan Andriani Puspitaningsih, "Studi Ekonomi Digital Di Indonesia", *Jurnal Simki Economic*, Vol, 4 No, 2, (2021).

memasuki era *new digital economy* yang dapat dilihat dengan munculnya *mobile technology* (MT) serta akses internet yang luas.²

Indonesia merupakan Negara yang berpotensi untuk mengembangkan ekonomi digital. Perkembangan ekonomi digital di Indonesia sangat pesat, hal ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia. Menurut laporan *We Are Social*, ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2022. Jumlah ini sedikit meningkat 1,03% tahun ke tahun. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 202,6 juta. Jika dilihat 5 tahun terakhir, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat.³ Selain itu, nilai ekonomi digital di Indonesia juga tertinggi di Asia Tenggara dengan nilai tercatat sekitar USD 70 miliar dan dapat mencapai USD146 miliar pada tahun 2025.⁴

Dengan meningkatnya ekonomi digital, maka munculnya sistem pembayaran yang berbasis *online* menggunakan uang elektronik (*E-money*). Uang elektronik adalah alat pembayaran yang mekanismenya menggunakan teknologi untuk membuat aktivitas perdagangan menjadi lebih cepat, akurat, dan efisien.⁵ Jika dilihat dalam sejarah, sistem pembayaran dimulai dengan cara sistem barter yaitu model transaksi yang secara langsung menukar barang dengan barang atau barang dengan jasa, tanpa mengeluarkan uang sebagai perantara dalam proses transaksinya⁶ dan kemudian berkembang menjadi sistem yang sudah terintegrasi dengan teknologi elektronik digital. Perkembangan uang elektronik dimulai pada tahun 1960, ada sebuah

² Sindy Lita Kumala, "Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia", *Journal of Economics and Regional Science*, Vol, 1 No, 2, (2021).

³ Cindy Mutia Annur, 2022, "Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022", diakses dari <https://tinyurl.com/24rs27cy>, pada tanggal 15 Mei 2022.

⁴ Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022, "Nilai Ekonomi Digital Indonesia USD 70 Miliar, Tertinggi di Asia Tenggara", diakses dari <https://tinyurl.com/4r6wsmrw>, pada tanggal 1 Juli 2022.

⁵ Ni Made Dwi Aksami dan I Made Jember, "Analisis Minat Penggunaan Layanan *E-Money* pada Masyarakat Kota Denpasar", *E-Jurnal EP Unud*, Vol, 8 No, 9, (2019).

⁶ Nur Rachmat Arifin, "Analisis Praktek Barter Pasca Panen Padi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol, 10 No, 2, (2019).

perusahaan komputer yang bernama IBM (*International Business Machines Corporation*) yang bekerja sama dengan perusahaan American Airlines. Perusahaan IBM menciptakan sebuah sistem pendukung kerja, yaitu SABRE (*Semi Automatic Business Related Environment*) yang menghubungkan kantor-kantor American Airlines untuk memberikan pelayanan kepada penumpang secara *online*.⁷

Di Indonesia, uang elektronik pertama kali diterbitkan pada April 2007. Sejak diresmikannya Bank Indonesia, uang elektronik telah memberi manfaat bagi penggunanya dan Bank Indonesia. Ada dua jenis uang elektronik yaitu uang elektronik berbasis fisik (*chip*) dan uang elektronik berbasis aplikasi (*E-wallet*). Uang elektronik yang berbasis fisik digunakan sebagai alat untuk mencatat saldo dan biasanya disediakan oleh pihak bank dan kepemilikannya dengan membeli kartu lalu mengisi saldo, misalnya E-Money, Flazz, dan Brizzi. Sedangkan, uang elektronik berbasis aplikasi tidak dalam bentuk fisik tetapi dalam bentuk aplikasi yang dapat dipantau dengan menggunakan koneksi internet, seperti ShopeePay, OVO, DANA, dan lain-lainnya.

Penelitian ini memfokuskan pada fenomena *cashless* pada penggunaan dari dompet digital yang per tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2021 berdasarkan data Xendit, transaksi pada penggunaan dompet digital mencapai 43% dari 150 juta lebih transaksi yang diproses oleh Xendit.⁸ Dompet digital didefinisikan sebagai suatu bentuk layanan keuangan atau FinTech (*Financial Technology*) yang berupa aplikasi *online* yang berfungsi untuk menyimpan uang dan melakukan transaksi. Berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI), jumlah dompet digital yang sudah memiliki lisensi resmi di Indonesia tercatat sudah ada 38 layanan.

⁷ Bill Alfredo Saragih. "Fenomena Penggunaan Uang Elektronik Sebagai Alat Pembayaran Di Era Digital" (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2021).

⁸ Faisal Javier, 2022, "*E-Wallet* Jadi Alat Pembayaran Digital Terpopuler di 2021", diakses dari <https://tinyurl.com/yckvjeyr>, pada tanggal 1 Juli 2022.

Pemanfaatan dompet digital berguna dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari belanja, pembayaran tagihan, pembayaran transportasi, memesan makanan, hingga pembelian pulsa atau paket data. Hal yang menarik minat masyarakat untuk menggunakan dompet digital selain memudahkan bertransaksi, yaitu juga memberikan fitur yang menguntungkan, salah satunya menawarkan berbagai diskon dan promo bagi penggunanya.

Perubahan sistem pembayaran seperti ini memberikan fenomena baru atau yang dikenal dengan istilah *cashless*. Masyarakat yang melakukan pembayaran secara digital dan tidak lagi menggunakan uang tunai disebut dengan istilah *cashless society*. Sebelum berkembangnya sistem pembayaran digital, masyarakat masih melakukan kegiatan transaksi secara langsung atau manual. Fenomena *cashless* di Indonesia diawali pada tahun 2015, pada persiapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Lalu, Bank Indonesia (BI) yang mengkampanyekan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014. Tujuan Bank Indonesia melakukan kampanye GNNT adalah menciptakan sistem pembayaran non tunai yang aman dan efektif, yang pada akhirnya akan dapat mendorong sistem keuangan nasional berjalan secara efisien. Dalam gerakan tersebut juga diharapkan dapat mengurangi hambatan yang terjadi ketika melakukan pembayaran secara tunai serta menciptakan *mindset* pada masyarakat bahwa berjalannya sistem *cashless* menunjukkan masyarakat Indonesia yang sudah modern.⁹

Perkembangan fenomena *cashless* juga didorong salah satunya oleh munculnya pandemi COVID-19 di tahun 2020. Pandemi COVID-19 memberikan berbagai perubahan dalam berbagai segi. Sistem *cashless* digunakan untuk mengurangi resiko terpapar virus COVID-19 yang apabila menempel pada kartu ATM, uang tunai, dan tangan orang lain yang setelah

⁹ Safira Khairunnisa. "Peran *E-Money* dalam Mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada Karyawan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jambi". (Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2019).

memberikan atau menerima uang tersebut. Pada tahun 2020 berdasarkan data BPS Telekomunikasi Indonesia, masyarakat yang memiliki *smartphone* mencapai 62,84% dan masyarakat yang menggunakan internet juga mengalami peningkatan selama tahun 2016 hingga 2020 yang bisa dilihat dari meningkatnya persentase masyarakat yang mengakses internet di tahun 2016 kurang lebih 25,37% menjadi 53,73% pada tahun 2020.¹⁰ Perkembangan sistem *cashless* akan terus meningkat seiring dengan banyaknya pengguna *smartphone* dan internet di Indonesia.

Dengan banyaknya jumlah pengguna *smartphone* dan internet, maka dapat dipastikan hampir sebagian masyarakat menerapkan sistem *cashless* untuk kegiatan berkonsumsi. Menurut Suyasa dan Fransisca (2005: 172) dalam penelitian Eni Lestarina bahwa perilaku konsumtif adalah pembelian barang yang bertujuan untuk memenuhi keinginan bukan untuk mencukupi kebutuhannya dan dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan.¹¹ Perilaku konsumtif dapat dirasakan semua kalangan masyarakat, salah satunya adalah di kalangan remaja. Pada usia tersebut cenderung berpotensi mengkonsumsi barang secara berlebihan dan hanya sebatas keinginan saja terhadap suatu barang. Khususnya pada remaja akhir, di mana di usia tersebut mayoritas sudah memiliki penghasilan perbulannya.

Fenomena *cashless* menjadi salah satu faktor perubahan terhadap pola konsumsi pada remaja akhir. Kini remaja akhir cenderung membeli sesuatu tanpa berpikir panjang serta menjadi lebih sering memilih untuk memenuhi standar gaya hidupnya sehingga tidak menyesuaikan dengan penghasilan yang dimilikinya. Fenomena *cashless* sebelum adanya pandemi juga sudah populer dan diminati oleh masyarakat karena memberikan berbagai manfaat. Lalu,

¹⁰ Badan Pusat Statistika, 2021, "Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020", diakses dari <https://tinyurl.com/5ed83ehx>, pada tanggal 1 Juli 2022.

¹¹ Eni Lestarina, dkk, "Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja", *Jurnal Riset Tindakan Indonesia (JRTI)*, Vol, 2 No, 2, (2017).

setelah masuknya pandemi COVID-19, fenomena *cashless* semakin berkembang, di mana masa pandemi mewajibkan masyarakat untuk mengurangi resiko penyebaran virus COVID-19. Salah satunya dengan melakukan transaksi secara *online*. Dampak tersebut membuat banyak pelaku usaha yang hanya menerima pembayaran secara *online* sehingga masyarakat harus menggunakan pembayaran *cashless* sebagai sarana transaksi. Hal tersebut yang menjadi urgensi pada penelitian ini.

Peneliti perlu melakukan pengkajian lebih dalam pada pengguna dompet digital di Gading Walk, Mall Kelapa Gading 3. Peneliti memilih lokasi tersebut karena merupakan Kawasan yang sudah menerapkan berbagai penggunaan *cashless*. Pengunjung juga banyak yang mendatangi lokasi tersebut karena terdapat berbagai fasilitas dan *tenant* yang tersedia. Makanan dan minuman yang berada di sekitar Gading Walk juga bervariasi, dari harga yang termurah hingga yang mahal pun ada, sehingga semua kalangan masyarakat bisa datang untuk berkumpul dan berkegiatan di Gading Walk. Mengacu pada apa yang dipaparkan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Perilaku Konsumsi dalam Penggunaan Dompet Digital (Studi Kasus: 10 Remaja Akhir di Gading Walk)”**.

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat dilihat bahwa ada peningkatan pada ekonomi digital yang menimbulkan sistem pembayaran *online*, hal ini juga didorong oleh munculnya pandemi COVID-19. Lalu, dapat dilihat juga pada data pengguna *smartphone* dan internet yang per tahunnya mengalami peningkatan sehingga hampir seluruh masyarakat menerapkan sistem *cashless*. Dari fenomena *cashless* ini memberikan pengaruh pada penggunaanya untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat terjadi pada semua kalangan masyarakat, salah satunya pada remaja akhir,

dimana pada usia remaja akhir cenderung untuk berkonsumsi secara berlebihan karena berbagai faktor.

Berdasarkan uraian permasalahan penelitian di atas, maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai fenomena *cashless* terhadap perilaku konsumtif pengguna dompet digital. Dengan ini peneliti akan merumuskan permasalahan tersebut dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan fenomena *cashless* dalam bertransaksi digital?
2. Bagaimana penggunaan dompet digital berdampak pada perilaku konsumsi?
3. Bagaimana bentuk-bentuk perilaku konsumsi dalam penggunaan dompet digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berkaitan dengan permasalahan penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya. Dengan mengacu pada permasalahan penelitian tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan perkembangan fenomena *cashless* dalam bertransaksi digital.
2. Mendeskripsikan bagaimana dampak dari penggunaan dompet digital pada perilaku konsumsi.
3. Mendeskripsikan bentuk-bentuk perilaku konsumsi pada penggunaan dompet digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Menurut tujuan penelitian yang telah diuraikan, penulis membagi manfaat penelitian ke dalam dua kategori yaitu:

Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis dan pembaca mengenai sosiologi ekonomi dalam

perkembangan fenomena *cashless* di era digital yang memberikan dampak konsumtif serta bentuk-bentuk perilaku konsumtif dalam menggunakan pembayaran digital.

2. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi, studi, bahan bacaan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama tentang fenomena *cashless* dan perilaku konsumtif dalam pembayaran digital.

Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagi masyarakat diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih luas mengenai perkembangan fenomena *cashless* yang memberikan dampak pada perilaku konsumtif masyarakat.
2. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai cara mengamalkan ilmu ketika kuliah dengan melakukan penelitian untuk menyelesaikan pendidikan.
3. Peneliti juga mengharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi bagi peneliti lain yang akan mengambil tema yang sama dengan perspektif yang berbeda.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Pertama, penelitian ini dilakukan pada tahun 2020 oleh Firman Katon dan Ulfa Yuniati dengan judul “Fenomena *Cashless Society* dalam Pandemi COVID-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial)”.¹² Munculnya pandemi COVID-19 menyebabkan masyarakat beralih menggunakan pembayaran *cashless*, salah satunya melalui aplikasi dompet digital. Perilaku masyarakat yang bertransaksi dengan menggunakan dompet digital ini tentunya

¹² Firman Katon dan Ulfa Yuniati, “Fenomena *Cashless Society* dalam Pandemi COVID-19 (Kajian Interaksi Simbolik pada Generasi Milenial), *Jurnal SIGNAL*, Vol, 2 No, 2, (2020).

mengarah ke *cashless society*. Ada banyak jenis dompet digital, tetapi pada penelitian ini hanya berfokus pada satu jenis dompet digital, yaitu OVO. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui alasan yang melatarbelakangi generasi milenial dalam menggunakan OVO serta bagaimana interaksi yang dilakukan selama masa pandemi COVID-19 dengan mengacu pada konsep *mind, self, society*. Lalu, penelitian ini menggunakan jenis kualitatif yang menggunakan metode penelitian fenomenologi dengan perspektif interaksi simbolik. Kemudian, hasil dari penelitiannya adalah adanya motif dari penggunaan OVO pada *shopping* dan *relaxation*. Interaksi yang dilakukan oleh generasi milenial merupakan perilaku gaya hidup baru sebagai sebuah bentuk kemudahan layanan masyarakat untuk mengurangi adanya resiko terpapar virus COVID-19.

Kedua, penelitian ini dilakukan oleh Nada Diva Rizki Rembulan dan Egi Arvian Firmansyah pada tahun 2020 dengan judul “Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompet Digital”.¹³ Pada penelitian ini ia menjelaskan bahwa pada 2018, masyarakat Indonesia sudah mengenal pembayaran dompet digital. Hal tersebut menyebabkan munculnya fenomena pengadopsian pada teknologi baru. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keputusan konsumen untuk menggunakan dompet digital dengan menggunakan teori TAM (*Technology Adoption Model*) dan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Teori TAM memiliki dua konstruksi utama, yaitu PEOU (*Perceived Ease of Use*) dan PU (*Perceived Usefulness*). Sedangkan, teori UTAU memiliki empat konstruksi, yaitu ekspektasi performa, ekspektasi kerja, pengaruh sosial (SI), dan kondisi fasilitas (FC). Selain itu ada juga variabel terkait, yaitu *trust (TRST)*, *security (SCR)*, dan *lifestyle compatibility (LC)*. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan pendekatan eksplanasi survey (*exploratory survey*). Hasil dari

¹³ Nada Diva Rizki Rembulan dan Egi Arvian Firmansyah, “Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompet Digital”, *Valid Jurnal Ilmiah*, Vol, 17 No, 2, (2020).

penelitian ini adalah adanya pengaruh perilaku dalam menggunakan dompet digital pada variabel PEOU, FC, TRST, SI, dan LC. Sedangkan variabel *SCR* berpengaruh pada perilaku penggunaan melalui *TRST*.

Ketiga, penelitian ini dilakukan oleh Shahnaz Hazbiyah dan Eka Wenats Wuryanta pada tahun 2020 dengan judul “Fenomena *Cashless* Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial”.¹⁴ Penelitian dilakukan untuk mengetahui dampak perubahan gaya hidup generasi milenial dari fenomena *cashless*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan *intrinsic case study*. Perubahan dalam bertransaksi ke arah hidup modernitas ini mendorong peneliti menggunakan teori strukturasi dari Anthony Giddens. Terakhir, hasil dari penelitian ini adalah *financial technology* mengubah dan membentuk suatu gaya hidup yang baru pada kalangan milenial. Hal ini terjadi karena adanya kemudahan dan efisien sehingga kalangan milenial lebih memilih menggunakan transaksi *cashless*.

Keempat, penelitian ini dilakukan oleh Syfa Nuril Auliya, Abdul Rahman, dan Danang Purwanto yang berjudul “Fenomena Perilaku Konsumsi Menggunakan Sistem Pembayaran *Cashless* (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Kendal)” pada tahun 2022.¹⁵ Dengan maraknya masyarakat yang menggunakan pembayaran *cashless*, maka peneliti memiliki tujuan mengapa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi, bagaimana sistem pembayaran *cashless*, dan pengaruh dari sistem pembayaran *cashless* terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kabupaten Kendal. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan dianalisis dengan teori perilaku masyarakat konsumsi Jean Baudrillard. Kemudian, hasil penelitian yang didapatkan adalah penyebab masyarakat Kabupaten Kendal

¹⁴ Shahnaz Hazbiyah dan Eka Wenats Wuryanta, “Fenomena *Cashless* Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial”, *Jurnal IKON*, Vol, 24 No, 2, (2020).

¹⁵ Syfa Nuril Auliya, dkk, “Fenomena Perilaku Konsumsi Menggunakan Sistem Pembayaran *Cashless* (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Kendal)”, *Jurnal Sosio e-kons*, Vol, 14 No, 1, (2022).

menggunakan pembayaran *cashless* karena nilai guna dan nilai tukar yang mencukupi kegiatan berkonsumsi dalam kehidupannya. Namun, pembayaran *cashless* di Kabupaten Kendal masih dikatakan terbatas karena tidak semua tempat menyediakan pembayaran *cashless*.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Purnama Ramadani Silalahi, Rindi Safira, Zsasa Aulia Hubara, dan Eka Purnama Sari. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2022 berjudul “Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan”.¹⁶ Tujuan peneliti untuk mengetahui bagaimana penggunaan dari dompet digital yang mempengaruhi individu untuk berbelanja. Jenis penelitiannya adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik kuesioner sebanyak 100 orang. Kemudian, hasil dari penelitian yang didapat adalah adanya pengaruh dari menggunakan dompet digital terhadap tingkat berbelanja karena adanya kemudahan, kepercayaan, dan manfaat dari menggunakan dompet digital dengan nilai R Square sebesar 0,827. Sedangkan, sisanya dipengaruhi oleh variabel permintaan lain.

Keenam, penelitian ini dilakukan oleh Marvello Yang, Abdullah Al Mamun, Muhammad Mohiuddin, Noorshella Che Nawi, dan Noor Raihani Zainol pada tahun 2021 yang berjudul “*Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets*”.¹⁷ Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana dampak dari manfaat, pengaruh sosial, gaya hidup dari penggunaan dompet digital dengan menggunakan teori UTAUT. Metode yang dipakai adalah metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 501 orang. Hasil dari penelitian tersebut bahwa adanya pengaruh positif dari penggunaan dompet digital. Usia dan jenis kelamin juga tidak mempengaruhi kompatibilitas gaya hidup. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa adanya rancangan strategi yang

¹⁶ Purnama Ramadani Silalahi, dkk, “Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol, 10 No, 2, (2022).

¹⁷ Marvello Yang, dkk, “*Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets*”. *Journal Sustainability*, Vol, 13 No, 2, (2021).

efektif untuk menarik perhatian konsumen di tengah pasar yang sedang meningkat.

Ketujuh, penelitian ini dilakukan oleh Daisy Mui Hung Kee, Nur Nuha Binti Nor Hisam, Nur Hidayu Binti Abd Rashid, Nur Sobbah Binti Abdul Aziz, Nur Aqilah Binti Mazlan, dan Nur Aimi Zayani Binti Mahadi pada tahun 2021 yang berjudul “*The Impact of Using Cashless Payment during the Covid-19 Pandemic: A Case Study of Maybank*”.¹⁸ Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dampak dari penggunaan pembayaran *cashless* selama masa pandemi COVID-19 pada Bank Maybank. Bank Maybank merupakan bank terbesar di Malaysia dan tercatat sebagai lembaga perbankan dengan peringkat pertama. Penelitian ini melakukan pengumpulan data dari situs resmi Maybank dan situs web lain untuk mendapatkan informasi lebih tentang layanan Maybank. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 125 responden pengguna Bank Maybank dan survei dilakukan melalui Google Form lalu disebarikan melalui WhatsApp dan Facebook. Hasil dari penelitian ini adalah banyak responden yang puas dengan penggunaan pembayaran *cashless* di aplikasi Bank Maybank atau platform pembayaran elektronik lainnya. Selain itu, banyak responden juga yang setuju bahwa pandemi COVID-19 membawa dampak positif pada metode pembayaran *cashless*. Pembayaran *cashless* menurutnya dapat memutus rantai penularan virus COVID-19 dan tetap terjaga kebersihannya.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Rashi Singhal dan Abhilasha Gupta pada tahun 2021 yang memiliki judul “*Impact of COVID-19 on Digital Payment Services at Town and Villages*”.¹⁹ Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui konsep pembayaran *cashless* serta dampak dari pandemi COVID-

¹⁸ Daisy Mui Hung Kee, dkk, “*The Impact of Using Cashless Payment during the Covid-19 Pandemic: A Case Study of Maybank*”, *International Journal of Accounting Finance in Asia Pasific*, Vol, 4 No, 2, (2021).

¹⁹ Rashi Singha dan Abhilasha Gupta, “*Impact of COVID-19 on Digital Payment Services at Towns and Villages*”, *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, Vol, 9 No, 5, (2021).

19 terhadap layanan pembayaran *cashless* yang berada di Kota dan Desa di India. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan data primer yang dilakukan dengan survey dan data sekunder seperti artikel dan jurnal. Hasil dari penelitian ini adalah adanya peningkatan yang tinggi di Kota dan Desa di India dalam penggunaan layanan pembayaran *cashless* melalui berbagai aplikasi pada masa pandemi COVID-19. Ada berbagai pembayaran digital, yaitu Google Pay (Tez), Paytm, PhonePe, dan Internet Banking. Penelitian ini juga menjelaskan adanya peningkatan pada pemahaman dan pengetahuan tentang pembayaran *cashless*. Aplikasi pembayaran *cashless* juga sebagai kontributor besar bagi perkembangan ekonomi di India.

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Friday Ogbu Edeh, Dwi Nita Aryani, Tanuji A/P Subramaniam, Daisy Mui Hung Kee, Tejas Samarth, Rajesh Kumar Nair, Thirumagai A/P Kannappan, Yee Shan Tan, dan YO Ching Teh yang berjudul “*Impact of COVID-19 Pandemic on Consumer Behavior towards the Intention to Use E-Wallet in Malaysia*” pada tahun 2021.²⁰ Tujuan dari adanya penelitian ini adalah melihat dampak COVID-19 terhadap niat masyarakat menggunakan dompet digital. Karena sebelum adanya COVID-19, masyarakat Malaysia menganggap negatif mengenai dompet digital. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner sebagai instrumennya. Lalu, hasil dari penelitian ini bahwa masyarakat Malaysia menggunakan dompet digital karena persepsi kenyamanan, kondisi yang memfasilitasi, dan keamanannya.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Galih Ika Pratiwi yang berjudul “Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC)

²⁰ Friday Ogbu Edeh, dkk, “*Impact of COVID-19 Pandemic on Consumer Behavior towards the Intention to Use E-Wallet in Malaysia*”, *International Journal of Entrepreneurship*, Vol, 4 No, 3, (2021).

Chapter Malang)” pada tahun 2015.²¹ Tujuan penelitian ini dilakukan adalah mengetahui perilaku konsumtif dari anggota komunitas motor BKRC Chapter Malang mengenai gaya hidupnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Untuk pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi partisipan, dan studi pustaka. Lalu, hasil dari penelitian ini bahwa setiap kegiatan yang biasa dilakukan oleh anggota BKRC tidak terlepas dari kegiatan konsumsi yang mempunyai nilai guna di dalamnya. Contoh perilaku konsumsi yang terjadi adalah membeli motor Kawasaki hingga membeli dan mengganti onderdil original atau aslinya dengan onderdil variasi atau *touring*. Kemudian juga mempunyai nilai tanda, yang dimana para informan untuk dapat bergabung ke komunitas motor BKRC Chapter Malang diwajibkan memiliki motor Kawasaki terlebih dahulu. Terakhir, adanya simulasi yang menunjukkan bahwa informan merasa puas ketika menggunakan motor Kawasaki karena dapat diekspresikan melebihi dari fungsi asli motor sebagai alat transportasi.

²¹ Galih Ika Pratiwi, “Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor *Bike of Kawasaki Riders Club* (BKRC) Chapter Malang)”, *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, Vol,1 No, 5. (2015).

Tabel 1.1
Tinjauan Literatur Sejenis

NO.	NAMA PENELITI	JUDUL	METODOLOGI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Firman Katon dan Ulfa Yuniati (Jurnal Nasional)	Fenomena <i>Cashless Society</i> dalam Pandemi COVID-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial)” (Jurnal SIGNAL, Volume 2, No. 2 Tahun 2020 Hlm 89-214).	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode fenomenologi melalui pendekatan interaksi simbolik. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi non-partisipan.	Membahas fenomena <i>cashless society</i> terlebih dahulu hingga membahas dompet digital.	Penelitian ini memfokuskan pada satu jenis dompet digital, yaitu OVO dan menganalisis motif dan interaksi dalam menggunakan OVO berdasarkan pendekatan interaksi simbolik. Sedangkan, penulis membahas semua jenis dompet digital, termasuk juga pada pemilihan informan. Lalu pada bagian analisis, penulis menggunakan perspektif dari Jean Baudrillard mengenai masyarakat konsumtif.
2.	Nada Diva Rizki Rembulan dan Egi Arvian Firmansyah (Jurnal Nasional)	Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompet Digital. (Valid Jurnal Ilmiah, Volume 17, No. 2 Tahun 2020 Hlm 111-128)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanasi survey (<i>explanation survey</i>). Data diperoleh melalui survey	Membahas dompet digital, mulai dari awal mula, perkembangannya, jenis dompet digital, hingga promo yang	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menganalisis menggunakan teori TAM dan UTAUT. Sedangkan, penulis menggunakan metode kualitatif dan teori Jean Baudrillard mengenai masyarakat konsumtif. Lalu, penelitian ini subjek utamanya adalah konsumen

NO.	NAMA PENELITI	JUDUL	METODOLOGI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
			dengan menggunakan kuesioner <i>online</i> Googleform.	diberikan.	yang beragama Islam. Sedangkan, penulis tidak memilih informan dengan berdasarkan agama.
3.	Shahnaz Hazbiyah dan Eka Wenats Wuryanta (Jurnal Nasional)	Fenomena <i>Cashless</i> Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial (Jurnal IKON, Volume 24, No. 2 Tahun 2020).	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan <i>intrinsic case study</i> .	Membahas fenomena <i>cashless</i> dengan menggunakan metode kualitatif.	Penelitian ini mengkaji berdasarkan teori strukturasi dari Anthony Giddens. Sedangkan, penulis berdasarkan teori masyarakat konsumtif dari Jean Baudrillard. Lalu, penelitian ini menspesifikkan informan yang menggunakan GoPay. Sedangkan, peneliti memilih informan yang menggunakan jenis dompet digital apapun.
4.	Syfa Nuril Auliya, Abdul Rahman, dan Danang Purwanto (Jurnal Nasional)	Fenomena Perilaku Konsumsi Menggunakan Sistem Pembayaran <i>Cashless</i> (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Kendal) (Jurnal Sosio e-Kon, Volume 14 No 1	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus (<i>case study</i>).	Memiliki metode penelitian yang sama dan membahas pembayaran <i>cashless</i> dan awal mula informan menggunakan pembayaran	Penelitian ini memiliki subjek penelitiannya yang luas yaitu masyarakat Kabupaten Kendal. Sedangkan, peneliti subjek penelitiannya adalah masyarakat yang berada di Gading Walk, Mal Kelapa Gading 3, Jakarta Utara.

NO.	NAMA PENELITI	JUDUL	METODOLOGI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
		Tahun 2022).		<i>cashless.</i>	
5.	Purnama Ramadani Silalahi, Rindi Safira, Zsasa Aulia Hubara, dan Eka Purnama Sari (Jurnal Nasional).	Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan (Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Volume 10, No 2 Tahun 2022).	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik kuesioner dengan sampel sebanyak 100 orang.	Membahas dompet digital hingga mengapa konsumen berbelanja dari penggunaan dompet digital.	Penelitian ini menggunakan SPSS dalam mengolah data. Sedangkan, penulis mengolah data dengan melakukan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.
6.	Marvello Yang, Abdullah Al Mamun, Muhammad Mohiuddin, Noorshella Che Nawi, dan Noor Raihani Zainol (Jurnal Internasional)	<i>Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets (Journal Sustainability Volume 13, No. 2 Tahun 2021).</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner online Google Form. Sampel yang dipilih sebanyak 501 orang. Lalu, ada wawancara struktural dengan beberapa responden untuk mendapatkan informasi lebih mengenai manfaat menggunakan	Membahas kegunaan dan manfaat dari dompet digital melalui pengalaman informan atau responden.	Perbedaan penelitian ini pada metode penelitian dan teori yang digunakan. Lalu, penelitian ini juga hanya menjelaskan penggunaan dompet digital. Sedangkan, penulis menjelaskan perilaku konsumtifnya yang diakibatkan oleh penggunaan dompet digital.

NO.	NAMA PENELITI	JUDUL	METODOLOGI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
			dompet digital.		
7.	Daisy Mui Hung Kee, Nur Nuha Binti Nor Hisam, Nur Hidayu Binti Abd Rashid, Nur Sobbah Binti Abdul Aziz, Nur Aqilah Binti Mazlan, dan Nur Aimi Zayani Binti Mahadi. (Jurnal Internasional)	<i>The Impact of Using Cashless Payment during the Covid-19 Pandemic: A Case Study of Maybank (International Journal of Accounting Finance in Asia Pasific, Volume 4, No. 2. Tahun 2021)</i>	Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner online Googleform. Sampel dipilih sebanyak 125 responden.	Membahas perubahan pada pembayaran <i>cashless</i> selama masa pandemi COVID-19 dan dampaknya dari penggunaan <i>cashless</i> .	Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus pada Bank Maybank. Sedangkan, penulis menggunakan pendekatan studi kasus pada dompet digital.
8.	Rashi Singhal dan Abhilasha Gupta. (Jurnal Internasional)	<i>Impact of COVID-19 on Digital Payment Services at Towns and Villages (International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT), Volume, 9 No, 5. Tahun 2021)</i>	Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan data primer yang dilakukan dengan survey dan data sekunder yang diambil dari artikel dan jurnal.	Membahas pembayaran non tunai di masa pandemi COVID-19 serta manfaat dari pembayaran <i>cashless</i> .	Penelitian ini dilakukan pada Kota dan Desa di India dan membahas dampak dari COVID-19 pada pembayaran <i>cashless</i> . Sedangkan, penulis melakukan di Jakarta Utara, Indonesia, sehingga terdapat perbedaan pada fenomena <i>cashless</i> .

NO.	NAMA PENELITI	JUDUL	METODOLOGI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
9.	Friday Ogbu Edeh, Dwi Nita Aryani, Tanuja A/P Subramaniam, Daisy Mui Hung Kee, Tejas Samarth, Rajesh Kumar Nair, Thirumagai A/P Kannappan, Yee Shan Tan, dan Yi Ching Teh (Jurnal Internasional)	<i>Impact of COVID-19 Pandemic on Consumer Behavior towards the Intention to Use E-Wallet in Malaysia (International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific Vol, 4 No, 3. Tahun 2021)</i>	Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden yang berasal dari berbagai bagian Malaysia.	Membahas dompet digital yang paling banyak digunakan oleh responden dan penggunaan dompet digitalnya, mulai dari memesan makanan, membayar tagihan, <i>transfer</i> , hingga membayar parkir.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan, penulis menggunakan metode kualitatif. Lalu, penelitian ini meneliti masyarakat Malaysia, di mana dompet digitalnya berbeda dengan di Indonesia.
10.	Galih Ika Pratiwi (Jurnal Nasional)	Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor <i>Bike of Kawasaki Riders Club</i> (BKRC) Chapter Malang) (Jurnal Mahasiswa Sosiologi, Vol 1, No 5 Tahun 2015).	Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pengumpulan data yaitu observasi partisipan, wawancara. dan studi pustaka.	Menganalisis perilaku konsumtif dengan menggunakan teori konsumtif oleh Jean Baudrillard.	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumtif pada bentuk gaya hidup dari anggota motor, sedangkan penulis untuk mengetahui perilaku konsumtif dari anak remaja akhir yang menggunakan dompet digital. Penelitian ini juga menggunakan teknik observasi partisipan dan studi pustaka, sedangkan penulis menggunakan teknik observasi non partisipan

NO.	NAMA PENELITI	JUDUL	METODOLOGI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
					dan dokumentasi.

Sumber: Diolah dari Tinjauan Penelitian, 2022.



1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 *Cashless* sebagai Alat Pembayaran Berbasis Digital

Menurut pengertian dari Cambridge Dictionary, *cashless* adalah fenomena pertukaran uang yang menggunakan atau mengoperasikan kartu debit, dan kredit, dan sistem elektronik, tidak lagi dengan uang dalam bentuk logam dan kertas. *Cashless* disebut juga dengan alat pembayaran yang berbasis digital atau non tunai. Pembayaran non tunai dibagi dalam dua jenis, yaitu uang elektronik yang berbentuk *chip* dan dompet elektronik yang berbasis *server*. Menurut Bank Indonesia (2006), kemunculan alat pembayaran non tunai dapat menggantikan peran uang tunai dalam transaksi ekonomi Indonesia.²² Transaksi *cashless* pertama di Indonesia pada tahun 2015 saat persiapan dibentuknya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Pada 2014, Bank Indonesia mulai membentuk program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), dengan tujuan untuk mendorong kesadaran serta meningkatkan penggunaan non tunai yang di mulai dari kalangan masyarakat, pelaku bisnis, dan pemerintah.²³ Pembayaran *cashless* ini merupakan sebuah praktik ekonomi digital, yaitu perilaku kebiasaan yang terdiri dari beberapa elemen. Seperti menggunakan ATM untuk mendapatkan uang tunai atau penggunaan uang digital di perangkat elektronik.²⁴

Masyarakat yang lebih memilih melakukan transaksi pembayaran tanpa menggunakan uang tunai disebut dengan *cashless society*. *Cashless society* erat berkaitannya dengan digitalisasi, di mana masyarakat modern sebagai masyarakat yang paham teknologi dan hidup berdampingan dengan

²² Irma Aidilia Putri, “Pengaruh Perkembangan *Cashless Transaction* Terhadap Kebutuhan Uang Tunai (KARTAL) Masyarakat (Studi Kasus Indonesia Periode 2010-2014)”, *Jurnal Ilmiah*, Vol, 3 No,1, (2015).

²³ Lina Marlina, Ahmad Mundzir, dan Herda Pratama, “*Cashless* dan *Cardless* Sebagai Perilaku Transaksi di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis dan Empiris”, *Co-Management*, Vol, 3 No, 2, (2020).

²⁴ Tim Jordan. *The Digital Economy*. Cambridge: Polity Press (2020). Hlm 11.

internet sehingga dapat menempatkan diri dengan hadirnya budaya baru, yaitu pembayaran non tunai (*cashless*). Terlebih lagi, pembayaran non tunai ini dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja melalui *gadget* yang sesuai dengan karakteristik masyarakat modern yang menyukai sesuatu yang praktis dan efektif. Kehadiran konsep *cashless society* juga dikarenakan pada fakta yang mengatakan apabila penggunaan uang tunai dalam transaksi membutuhkan biaya yang cukup besar, terutama yang berkaitan dengan pengeluaran uang fisik, perputaran, pendistribusian, perawatan hingga penggantian uang yang rusak.²⁵ Namun, konsep *cashless* tentu juga memberikan dampak, khususnya pada *cashless society*, baik dampak positif maupun dampak negatif.

1.6.2 Remaja Akhir

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), remaja memiliki arti mulai dewasa dan sudah sampai umur untuk kawin.²⁶ Remaja (*adolescence*) berasal dari bahasa latin *adolescere* yang berarti tumbuh kearah kematangan.²⁷ Kematangan yang dimaksud adalah tidak hanya berarti kematangan fisik tetapi terutama kematangan sosial psikologi. Masa remaja adalah salah satu periode dari perkembangan manusia yang merupakan transisi dari anak-anak ke dewasa. Oleh karena itu, pola pikir akan berubah dan berproses menuju dewasa.

Remaja banyak didefinisikan oleh beberapa ahli, namun dalam penelitian ini merujuk pada Departemen Kesehatan Republik Indonesia tahun 2009, remaja dibagi menjadi dua yaitu remaja awal (*early adolescence*) dan remaja akhir (*late adolescence*). Untuk remaja awal berada di rentang usia 12

²⁵ Sifwatir Rif'ah, "Fenomena *Cashless Society* di Era Milenial dalam Perspektif Islam", *Journal of Sharia Economics*, Vol, 2 No, 1, (2019).

²⁶ Remaja. Pada KBBI Daring. Diakses pada 7 Agustus 2023, dari <https://kbbi.web.id/remaja>.

²⁷ Mohammad Ali. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Bumi Aksara (2009). Hlm 48.

hingga 16 tahun yang masih dalam Pendidikan yang akan mengubah pola pikirnya untuk ke jenjang selanjutnya. Sedangkan remaja akhir berada di rentang usia 17 hingga 25 tahun yang dalam masa peralihan remaja ke dewasa dengan perkembangan hormon yang nantinya akan mengubah fisik dan pola pikir yang lebih matang.

Menurut konsep psikologi perkembangan terdapat karakteristik remaja akhir, yaitu:

1. Perkembangan sosial, yaitu perkembangan dalam penyesuaian sosial. Remaja akhir harus menyesuaikan masalah perilaku sosial, nilai-nilai baru, dan kelompok sosial baru bertujuan untuk bersosialisasi. Contohnya adalah sadar untuk bergaul, ketertarikan dengan lawan jenis, dan mulai memilih karir.
2. Pengembangan moral, yaitu perkembangan yang dimana remaja akhir melihat moralitas sebagai nilai dari perilaku yang harus dihormati dan menjadi norma yang mengatur dalam menjalin hubungan dengan masyarakat dan kelompok sosial.
3. Perkembangan seksual, yaitu perkembangan yang dimana remaja akhir menemukan identitas diri berbentuk orientasi seksual yang dilihat dari emosional, romantis, hasrat seksual, dan kasih sayang kepada orang yang dicintainya.
4. Perkembangan emosi, yaitu perkembangan mengenai perasaan, seperti bahagia dan tidak bahagia.²⁸

²⁸ Bernadet Maress, "6 Konsep Psikologi Perkembangan Remaja Akhir", <https://dosenpsikologi.com/konsep-psikologi-perkembangan-remaja-akhir>, diakses pada 7 Agustus 2023.

Selain itu, Sarwono (2012) juga menandai remaja akhir dalam lima hal, yaitu:

1. Minat yang menunjukkan kematangan terhadap fungsi-fungsi intelek.
2. Ego berorientasi pada mencari peluang untuk bersatu dengan orang lain untuk mencari pengalaman.
3. Terbentuknya identitas seksual yang permanen.
4. Egosentrisme tergantikan dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.
5. Munculnya batasan yang memisahkan diri sendirinya dengan masyarakat.²⁹

Dapat disimpulkan bahwa masa remaja akhir ini transisi perkembangan dengan berbagai tahapan menuju ke dewasa awal. Usia remaja akhir umumnya berada di bangku SMA akhir, calon mahasiswa/i, mahasiswa/i semester akhir, dan mahasiswa/i yang sudah lulus dan bekerja. Begitu juga ditandai dengan kondisi psikis, masalah ego, dan terbentuknya identitas seksual.

1.6.3 Perilaku Konsumsi dan Fenomena Simulasi-Simulakra

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah “perilaku” memiliki arti tanggapan atau reaksi setiap individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan istilah “konsumtif” itu bersifat konsumsi, artinya hanya menggunakannya dan tidak menghasilkan sendiri.³⁰ Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan aktivitas dari setiap individu untuk mengkonsumsi sesuatu, hal ini terjadi karena adanya rangsangan. Sehingga dari rangsangan tersebut akan menghasilkan sebuah perilaku.

²⁹ Sarlito Wirawan Sarwono. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada (2012). Hlm 230.

³⁰ Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta (2008). Hlm 278.

Perilaku konsumtif sendiri banyak didefinisikan oleh beberapa ahli, salah satunya Jean Baudrillard. Jean Baudrillard merupakan seorang Sosiolog di era post modern dari Prancis. Ia mengkritisi perkembangan masyarakat konsumsi ke dalam tiga buku karangannya, pertama berjudul “*The System of Object*” pada tahun 1968. Buku pertamanya menjelaskan mengenai objek konsumsi atau komoditi yang sukses mengatur setiap aspek kehidupan manusia di era kapitalisme lanjut. Ia mengatakan bahwa masyarakat perlu mengonsumsi agar tetap merasa hidup.

Buku karangan berikutnya berjudul “*La Société de Consommation*” pada tahun 1970. Bukunya juga diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris dengan judul “*The Consumer Society: Myths and Structures*”. Dalam buku ini, ia melanjutkan pemikirannya tentang fenomena konsumsi masyarakat dengan meyakini bahwa konsumsi sudah menjadi faktor dasar dalam ekologi spesies manusia dan konsumsi sebagai penggerak utama masyarakat kontemporer. Menurutnya, konsumsi diatur dari sebuah pemikiran magis yaitu mentalitas primitif yang didasarkan pada kepercayaan akan kemahakuasaan pikiran.³¹ Lalu, buku ketiga pada tahun 1981 berjudul “*Simulations*” yang menjelaskan kondisi sosial budaya masyarakat Barat dalam dunia simulasi. Dalam era kapitalisme lanjut, semua yang nyata kini menjadi simulasi.³² Tidak hanya itu, simulasi juga dijelaskan dalam bukunya yang berjudul “*Simulacra and Simulations*”. Simulasi merupakan proses di mana realitas tergantikan oleh citra, tanda, atau representasi simbolis. Lalu dilanjut dalam simulakra yang dimana citra dan representasi tidak lagi memiliki referensi yang jelas pada realitas yang nyata. Tidak terdapat realitas sesungguhnya, tetapi ada delusi ketika melihat realitas di simulasi. Kondisi tersebut menimbulkan jarak antara kebenaran dan kepalsuan.

³¹ Jean Baudrillard. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: SAGE Publications (1998). Hlm 31.

³² Jean Baudrillard. *Simulations*. Los Angeles: Semiotext (1983). Hlm 2.

Masyarakat konsumsi adalah masyarakat yang mengkonsumsi barang dengan bertujuan melihat keindahannya, namun tidak pada kegunaannya, sehingga masyarakat tidak akan merasa puas dan menimbulkan rasa ingin mengkonsumsi terus menerus. Masyarakat mengkonsumsi sebagai sebuah simbol dan tanda yang mengarah dalam bentuk kekayaan, status sosial, dan sebagainya. Fenomena tersebut menyebabkan masyarakat terjebak pada “sistem kebutuhan palsu”.³³ Hal ini dijelaskan oleh Baudrillard bahwa di era post modern, masyarakat konsumen tidak pernah berhenti berkeinginan karena terpengaruh dari industri yang menarik perhatian tiap individu. Sehingga munculnya perubahan logika masyarakat dalam mengkonsumsi, yaitu logika kebutuhan yang menjadi logika hasrat. Logika hasrat akan muncul ketika melihat sesuatu yang menarik, namun tidak melihat dari sisi nilai dan makna intrinsiknya.

Dalam teorinya ia juga menjelaskan konsep masyarakat konsumsi berdasarkan nilai tukar, nilai guna dan nilai tanda atau simbolis memiliki sifat abstrak. Nilai simbolis muncul dikarenakan adanya tawaran sebuah iklan yang menyangkal kebutuhan konsumen dan menyerang rasa sombong tersembunyi dalam diri manusia, sehingga produk yang ditawarkan sebagai simbol prestise dan gaya hidup mewah yang menimbulkan rasa bangga dan percaya diri. Hal ini juga menjadi awal mula pencampuran antara kenyataan dengan simulasi dan menciptakan hiperrealitas di masyarakat, di mana yang nyata dan tidak nyata menjadi tidak jelas.³⁴

Pengertian mengenai hal nyata dan tidak nyata digambarkan oleh sebuah media, di mana hal yang nyata ditunjukkan melalui model konseptual yang berhubungan dengan mitos yang tidak sesuai dengan realitas yang

³³ Indra Bakti sakti, dkk, “Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard”, *Jurnal Sosiologi USK*, Vol, 13 No, 2, (2019).

³⁴ Desy Misnawati. “Simbol dan Makna “Kuliner” (Studi Etnografi Kuliner Lokal dan Fast Food pada Masyarakat di Kota Palembang)” (Palembang: Universitas Bina Darma, 2020).

sebenarnya. Media menayangkan sebuah bentuk dan model yang ideal demi menarik perhatian masyarakat konsumen. Salah satu contohnya adalah sebuah iklan di televisi yang menayangkan sebuah produk dan dipromosikan tidak sesuai realita konsumennya. Namun iklan tersebut ditayangkan secara berulang-ulang, sehingga akhirnya diterima oleh masyarakat sebagai realitas yang sebenarnya.

Masyarakat konsumsi modern tidak hanya mengkonsumsi barang, melainkan juga jasa manusia dan hubungan antar manusia. Menurut Baudrillard segala hal bisa menjadi suatu objek konsumen sehingga konsumsi mencengkeram seluruh kehidupan.³⁵ Kemudian dalam teorinya, usaha Baudrillard digolongkan sebagai “*breaking the habit*” yang merupakan istilah dari judul lagu Linkin Park dalam album Meteora. Istilah tersebut artinya adalah memutuskan kebiasaan buruk membelanjakan uang yang bukan pada tempat dan skalanya atau memutuskan kebiasaan boros, kebiasaan hura-hura, dan sebagainya.³⁶

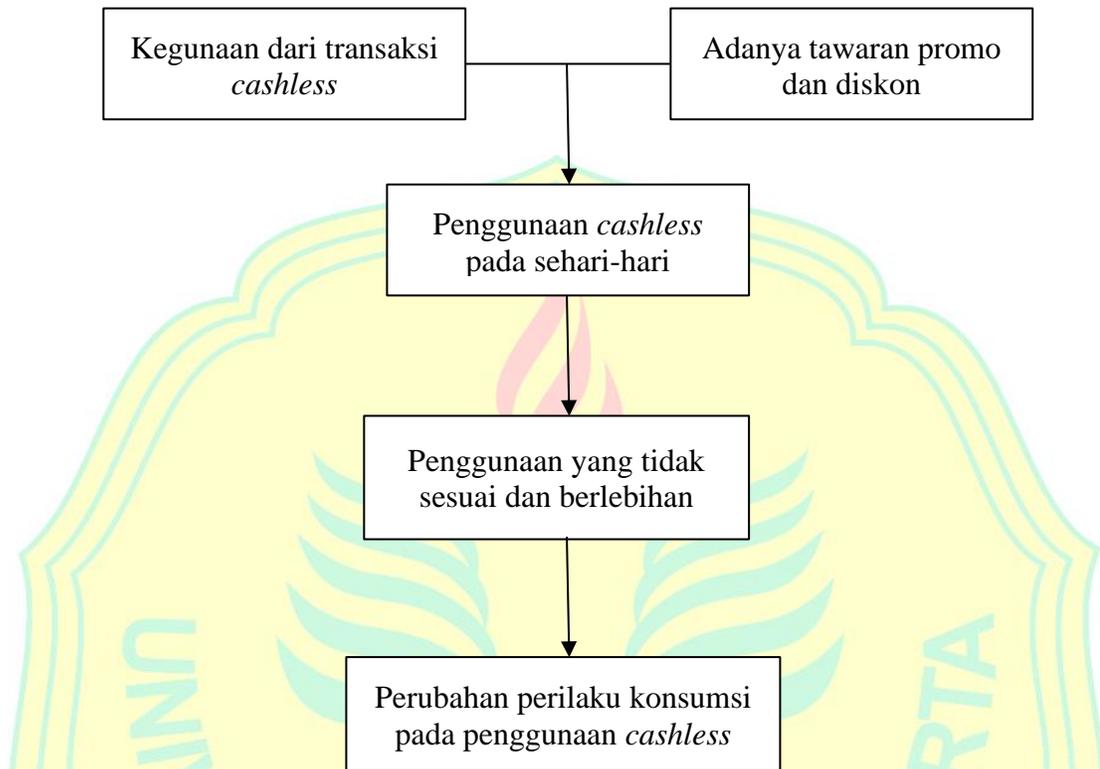
Sesuai juga pada teori masyarakat konsumsi Baudrillard yang mempelajari konsumerisme hingga menjadi gaya hidup masyarakat modern.³⁷ Masyarakat modern tentunya akan mengikuti perkembangan yang ada, salah satunya penggunaan pembayaran digital. Pembayaran digital tentunya memberikan keuntungan bagi penggunanya, tetapi apabila pengguna tidak menggunakan dengan bijak, maka penggunaannya akan tidak terarah. Pembayaran digital memberikan kemudahan dan keuntungan, sehingga hal ini memperkuat timbulnya perilaku konsumtif.

³⁵ Jean Baudrillard. *Masyarakat Konsumsi*. (Wahyunto, Terjemahan). Bantul: (Kreasi Wacana, 2004). Hlm 10.

³⁶ *Ibid*, Hlm 36.

³⁷ Noor Fatmawati, “Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya *Online Shop*”, *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*. Vol. 29 No. 1, (2020).

Skema 1.1
Hubungan Antar Konsep



Sumber: Hasil Interpretasi Penulis (2023)

Dari beberapa uraian di atas, sesuai dengan perilaku anak remaja di era sekarang ini yang mudah terpengaruh untuk berkonsumsi. Banyak faktor yang mempengaruhi anak remaja menjadi konsumtif, salah satunya adalah tawaran dari sebuah iklan media. Tawaran tersebut mempengaruhi perilaku anak remaja untuk berkonsumsi tanpa didasarkan perencanaan dan kebutuhan, melainkan sekedar hanya keinginan saja. Anak remaja seringkali menggunakan uangnya untuk membeli produk yang diinginkan tetapi tidak melihat fungsinya. Selain itu, anak remaja juga membeli sesuatu yang diinginkan karena mengikuti adanya tren. Hal tersebut yang disebut dengan masyarakat yang berdasarkan logika hasrat. Lalu teori masyarakat konsumtif

dari Jean Baudrillard ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif tidak dilihat dari nominal atau angka tetapi dilihat dari hilangnya nilai asli dalam berkonsumsi, yaitu konsumen yang mengkonsumsi dengan bertujuan melihat keindahannya, tidak pada nilai gunanya. Kedua konsumsi sebagai tanda identitas mereka, yaitu konsumsi karena adanya simbol status sosial. Ketiga adanya simulasi dan simulakra dalam konsumsi. Keempat beralihnya objek ke tanda, yaitu konsumsi tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan nyata, tetapi untuk memperoleh tanda-tanda yang merepresentasikan keinginan, kekayaan, dan identitas. Terakhir masyarakat konsumtif yang menghasilkan pertumbuhan pasar seperti hiburan dan gaya hidup menjadi komoditas penting. Seperti media yang berperan besar dalam membentuk tanda dan citra konsumsi.

1.7 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin (dalam Creswell, J 1998:24) penelitian kualitatif adalah penelitian yang akan menghasilkan temuan yang tidak akan didapatkan pada penggunaan statistik atau kuantifikasi (pengukuran).³⁸ Peneliti menggunakan penelitian kualitatif agar mendapatkan informasi atau data yang lebih detail terkait topik penelitian yang diambil. Informasi yang didapat akan digunakan untuk menentukan tujuan penelitian dengan mudah.

Kemudian, metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Jenis studi kasus yang digunakan adalah studi kasus deskriptif. Penggunaan metode studi kasus deskriptif agar mendapatkan suatu gambaran yang akurat mengenai fenomena yang diteliti. Menurut Whitney (1960) metode studi kasus deskriptif dapat menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat.³⁹

³⁸ Creswell, J. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*. London: Sage Publications. (1998). Hlm 24.

³⁹ Rusandi dan Muhammad Rusli, “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus”, *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, Vol, 3 No, 1, (2022).

Interpretasi bertujuan untuk menerjemahkan informasi dari yang sebelumnya berbentuk selain tulisan menjadi sebuah tulisan. Oleh karena itu, metode ini digunakan agar mendapatkan informasi dari informan yang kemudian akan diinterpretasi menjadi sebuah tulisan yang menjawab permasalahan penelitian.

1.7.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif sering disebut dengan istilah informan. Informan adalah orang yang dipercaya sebagai narasumber yang nantinya akan memberikan berbagai informasi yang sesuai dengan topik peneliti. Subjek yang dijadikan sumber data yaitu anak remaja akhir yang menggunakan dompet digital di Gading Walk, Mall Kelapa Gading 3, Jakarta Utara. Informan yang dipilih adalah remaja akhir yang berarti dimulai dari usia 17 hingga 25 tahun. Lalu, peneliti juga tidak menentukan jenis merek dompet digital, sehingga memilih informan yang menggunakan merek dompet digital apa saja.

Pada penelitian ini terdiri dari 10 orang informan. Alasan memilih 10 informan, karena peneliti berharap ingin memperoleh banyak informasi yang dibutuhkan, sehingga hasilnya dapat maksimal. Peneliti memilih informan juga dilakukan secara acak yaitu 6 dari hasil observasi yang melihat seorang informan yang bertransaksi dengan pembayaran dompet digital dan menanyakan informan tersebut untuk mencocokkan kriteria yang peneliti inginkan. Lalu, peneliti juga memilih informan dari 4 teman peneliti yang juga sering berkegiatan di Gading Walk. Dari 4 teman peneliti tersebut sering berkegiatan di Gading Walk, karena dekat dengan lokasi kerja dan rumahnya. Tidak hanya itu, peneliti juga melihat karena teman peneliti telah menjadikan tempat berkumpulnya di Gading Walk. Sama dengan 4 informan di atas bahwa peneliti mencocokkan 6 informan tersebut dengan kriteria informan yang peneliti inginkan. Alasan peneliti memilih informan dengan cara tersebut agar dapat menghindari bias informasi yang didapatkan dari informan yang

merupakan teman peneliti, sehingga peneliti juga memilih informan yang di luar dari teman peneliti.

1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat yang akan dilakukannya suatu penelitian. Tempat penelitian ini dilakukan di Gading Walk, Mall Kelapa Gading 3 yang berlokasi di JL. Mandiri Tengah No. RT. 13/RW. 18, Kelapa Gading Timur, Kecamatan Kelapa Gading, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240. Mall Kelapa Gading adalah pusat perbelanjaan (*shopping center*) di Jakarta Utara yang mencakup berbagai fasilitas seperti Menara Satu, The Summit Apartment, Gading *Food City*, POP! Hotel, Harris Hotel, dan La Piazza *Lifestyle Center*.

Adapun alasan peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut karena berdasarkan pra survey, peneliti melihat semua *tenant-tenant* di Gading Walk sudah menerapkan penggunaan *cashless*. Dalam seharinya, banyak pengunjung yang datang atau berkegiatan di Gading Walk karena memiliki berbagai fasilitas, mulai dari sekolah TK internasional, tempat bermain dengan binatang, apartemen, kafe, *coffee shop*, restoran, toko kelontong, toko tas, toko perlengkapan kesenian, tempat yoga, hingga klinik kecantikan dan dokter gigi. Lalu, beberapa *tenant* juga memberikan berbagai penawaran promo yang akan menarik banyak pengunjung, khususnya anak remaja yang masih memiliki finansial keuangan yang rendah, sehingga dapat memudahkan mereka untuk berkonsumsi dengan menggunakan promo yang dihadirkan. Tidak hanya itu, kawasan Gading Walk yang merupakan sebagai tempat untuk *hangout* memiliki layanan mesin powerbank yang tentunya akan membuat pengunjung lebih nyaman lagi untuk *hangout*. Karena pada era digital ini membuat masyarakat, khususnya anak remaja yang segala aktivitasnya tidak lepas dari penggunaan gadget, sehingga hal tersebut membuat jasa sewa powerbank dapat menarik perhatiannya agar tetap terkoneksi. Mesin powerbank yang tersedia

juga hanya dapat digunakan dengan pembayaran *cashless*, sehingga hal ini juga mendukung adanya *cashless society* di Gading Walk.

Selain itu, Gading Walk juga mengusung konsep *outdoor*, di mana sering menjadi incaran anak remaja untuk berkumpul. Konsep terbuka atau *outdoor* yang digunakan dapat memberikan suasana yang berbeda dan rasa aman terutama di masa pandemi untuk meminimalisir proses penyebaran COVID-19. Gading Walk juga dimanfaatkan untuk bermain bersama dengan anjing peliharaan, karena disana merupakan kawasan area ramah anjing (*dog friendly*). Untuk waktu penelitian akan dilakukan selama tiga bulan, mulai dari bulan Juli 2022 sampai September 2022.

1.7.3 Peran Peneliti

Peran peneliti dalam penelitian sangat diperlukan yaitu sebagai pengamat, perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis data yang didapatkan dari informan. Oleh karena itu, peneliti sebagai kunci utama dalam *melakukan* penelitian. Peran peneliti juga terlibat langsung pada informan dengan mendatangi lokasi penelitian untuk mengumpulkan data. Peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan aplikasi *voice memos* dan *notes* di *smartphone* sebagai perekam suara dan mencatat informasi serta kamera untuk dokumentasi.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

1.7.4.1 Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pedoman wawancara yang berisi garis besar sehingga pertanyaan yang diberikan tertuju pada pokok permasalahan. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang bersifat pribadi antara peneliti dengan informan. Dengan sifatnya yang pribadi,

wawancara dapat berjalan dengan baik apabila peneliti menciptakan suasana yang akrab dan terbuka dengan informan. Metode wawancara mendalam ini digunakan untuk mewawancarai 10 remaja akhir pengguna dompet digital di Gading Walk, dengan menggunakan pedoman wawancara. Setelah wawancara, peneliti menyusun hasil wawancara ke dalam bentuk tulisan dengan sistematis sebagai hasil catatan untuk keperluan analisis data.

1.7.4.2 Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan atau indra penglihatan. Observasi dilakukan secara langsung di lapangan untuk mengetahui kejadian yang berlangsung di Gading Walk, Mall Kelapa Gading 3. Jenis observasi yang digunakan adalah observasi non partisipan yang dilakukan tanpa terlibat secara langsung pada kegiatan informan. Dalam observasi non partisipan, peneliti tidak terlibat aktif karena hanya sebagai pengamat independen. Observasi yang dilakukan peneliti adalah mengamati apa yang sedang dilakukan masyarakat yang berada di lokasi penelitian dan mendengarkan apa yang diucapkan informan.

1.7.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan berbentuk dokumen, gambar, video, dan catatan lainnya yang berhubungan dengan tema yang dikaji. Teknik ini merupakan pelengkap dari teknik wawancara dan observasi. Pada penelitian teknik dokumentasi ini dilakukan dengan merekam hasil lapangan atau mengambil gambar dengan informan dan lokasi penelitian, sehingga dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

1.7.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan memiliki tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1.7.5.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses untuk memilah atau menyeleksi data yang dianggap pokok dan sesuai dengan fokus penelitian. Dalam teknik ini, semua hasil data wawancara, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh di lapangan akan dianalisis, sehingga tersusun dengan sistematis.

1.7.5.2 Penyajian Data (*Display Data*)

Setelah data direduksi, teknik selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk bagan, tabel, diagram, dan sejenisnya yang berbentuk visual. Penyajian data bertujuan untuk memudahkan peneliti untuk memahami data yang diperoleh di lapangan.

1.7.5.3 Penarikan Kesimpulan (*Concluding Drawing Verification*)

Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Tahap ini merupakan bagian penting karena merupakan kesimpulan dari suatu penelitian. Penarikan kesimpulan juga harus menjawab dari permasalahan penelitian yang pada awal sudah dirumuskan.

1.7.6 Triangulasi Data

Pada penelitian ini, peneliti menguji validitas data yang diperoleh dengan menggunakan teknik triangulasi. Tujuan dari triangulasi adalah menguji data yang diperoleh agar lebih jelas keakuratannya. Menurut Dwidjowinoto dalam buku Rachmat Kriyanto mengemukakan beberapa jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber data, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi periset, dan triangulasi metode.⁴⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber data, yang mengecek sumber data yang diperoleh juga ditanyakan kepada informan lain yang masih berhubungan satu sama dengan yang lain.

⁴⁰ Feri Fernandes. "Komunitas Pimpinan Perusahaan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan CV. Busana Indah Selaras". (Jakarta: Universitas Satya Negara Indonesia, 2019).

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini secara keseluruhan terdiri atas lima bab yang bersifat berhubungan antara suatu bab pembahasan dengan bab lainnya, yang bertujuan agar memudahkan pembaca dalam mengikuti alur pembahasan penelitian ini. Adapun sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I :

Bab 1 merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan penelitian, kerangka konseptual, metodologi penelitian, subjek penelitian, lokasi dan waktu penelitian, peran peneliti, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, triangulasi data, dan sistematika penulisan.

Bab II :

Bab II merupakan bab yang membahas mengenai gambaran umum pada pusat perbelanjaan di Gading Walk yang terdiri dari berbagai fasilitas. Lalu penulis menjelaskan bagaimana fenomena *cashless* yang terjadi di Gading Walk hingga bagaimana pola penggunaan dari dompet digital. Terakhir, penulis mendeskripsikan profil dari 10 informan anak remaja akhir.

Bab III :

Bab III merupakan bab temuan lapangan. Pada bab ini, penulis akan mulai menjawab rumusan masalah dari hasil temuan yang didapatkan. Mulai dari bagaimana fenomena *cashless* pada 10 remaja akhir. Terakhir penulis menjelaskan awal penggunaan hingga penggunaannya dari dompet digital pada 10 remaja akhir.

Bab IV :

Bab IV merupakan bab hasil analisis dari hasil temuan yang kemudian dikaitkan dengan teori masyarakat konsumtif yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard.

Bab V :

Bab V merupakan bab penutup yang terdiri dari 2 sub-bab, yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi ringkasan yang diambil berdasarkan penelitian yang dilakukan. Sedangkan, saran berisi sanggahan yang kemudian diberikan suatu solusi kepada penelitian.

