

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia tidak dapat terlepas dari kegiatan konsumsi. Kegiatan tersebut dilakukan seseorang guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Konsumsi merupakan kegiatan membelanjakan yang dilakukan seseorang terkait barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan seseorang, baik itu untuk kebutuhan jasmani ataupun rohani seperti, sandang, pangan, papan, kesehatan, dan pendidikan. Sejalan dengan Fielnanda & Sahara (2018) pola konsumsi berhubungan dengan kebutuhan akan makan, kesehatan, pendidikan, hiburan dan kebutuhan lainnya. Namun, apabila kegiatan berbelanja dilakukan secara berlebihan tanpa di pertimbangkan, hal itu menjadi berperilaku konsumtif. Dengan kata lain, konsumsi yang dilakukan secara berlebihan mendorong seseorang menjadi berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif digambarkan dengan individu yang melakukan pembelian namun bukan karena kebutuhan, melainkan karena keinginan. Sejalan dengan Fransisca & Erdiansyah (2020) perilaku konsumtif digambarkan sebagai tindakan membeli suatu barang tanpa didasari dengan kebutuhan dan tanpa pertimbangan. Perilaku konsumtif juga terjadinya di kalangan remaja, bukan hanya di masyarakat dewasa saja. Di masa remaja ini, seseorang berada di tahap mencari jati diri. Maka, pada masa remaja ini seseorang cenderung mencari hal baru, dan dapat dengan mudah terpengaruh oleh pengaruh lingkungan, salah satunya pengaruh perilaku konsumtif. Sejalan dengan Wardani & Anggadita (2021) alasan remaja cenderung berperilaku konsumtif karena secara sosiologis, remaja rentan terhadap pengaruh-pengaruh eksternal, karena pada usia ini sedang terjadinya proses pencarian jati diri.

Salah satu penyebab tingginya perilaku konsumtif karena adanya kemajuan teknologi, yaitu adanya internet. Dari data APJII (2023) alasan masyarakat menggunakan internet dilihat dari rentang skor yaitu sebanyak 3,33

untuk mengakses sosial media, dan sebanyak 2,92 menggunakan internet untuk melakukan transaksi online (rentang skor maksimum 4, menunjukkan alasan yang dianggap semakin penting).

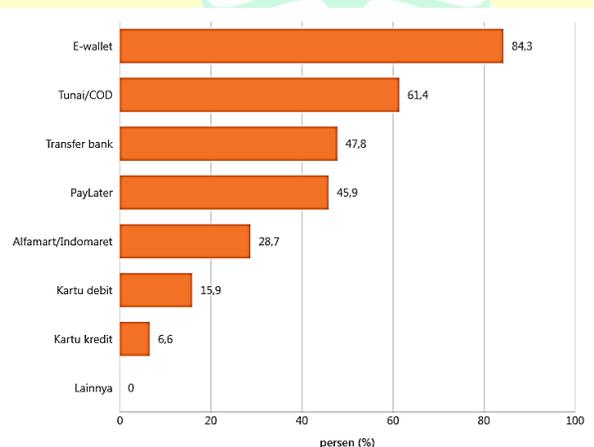
Dengan kemajuan teknologi, belanja dapat dilakukan secara online, hal itu membuat masyarakat terutama mahasiswa merasa senang dan mudah karena untuk memenuhi kebutuhannya, mereka tidak perlu repot-repot untuk datang ke tempat untuk membeli barang tersebut, hanya perlu mengaksesnya di internet. Belanja *online* menjadi belanja yang dianggap efektif karena tidak memerlukan dan membuang banyak waktu (Andika et al., 2021). Sejalan dengan Fardiah et al. (2019) dengan adanya online shop, seseorang dapat mencari berbagai macam produk yang mereka inginkan dimana saja dengan hanya menginput nama produk, memilih produk yang tersedia, memesan produk, kemudian membayar melalui transfer.

Menurut Wijayanti & Astiti (2017) perilaku konsumtif disebabkan oleh adanya faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu motivasi, harga diri, proses belajar, konsep diri, hasil observasi, dan kepribadian. Sedangkan faktor eksternal yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga, dan kelompok sosial.

Meskipun, perilaku konsumtif ini dapat mendorong perputaran ekonomi dan dapat membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat (Mumpuni & Aski Marissa, 2023). Namun adanya perilaku konsumtif ini jika tidak segera diatasi akan terus membuat seseorang menjadi boros, mengurangi kesempatan menabung, tidak dapat mengontrol nafsu belanja hingga dapat menimbulkan kecemburuan sosial. Sejalan dengan Kurniawan (2017) dampak negatif adanya perilaku konsumtif antara lain adanya kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan mendatang.

Selain itu, adanya kemajuan teknologi mendorong terjadinya perubahan dalam berbagai aspek kehidupan. Perkembangan teknologi ini tidak luput dengan adanya kemajuan dalam sistem pembayaran. Sistem pembayaran yang awalnya hanya menggunakan uang tunai, kini berkembang menjadi pembayaran non tunai. Sistem pembayaran non tunai tidak menggunakan uang kartal, melainkan menggunakan kartu, cek, bilyet, nota, giro, debit, ataupun uang elektronik *e-money* (Bank Indonesia, n.d.). Adanya uang elektronik ini menggeser sistem pembayaran tunai menjadi sistem pembayaran digital atau yang disebut *e-payment*. Saat ini hampir seluruh kegiatan ekonomi telah menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Dari mulai kebutuhan pokok, *skincare*, *fashion*, transportasi, sedekah hingga berbagai tagihan terkait rumah tangga seperti listrik, air, dan lainnya.

Adanya sistem pembayaran digital ini, memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. Adanya pembayaran digital, tak luput dengan munculnya dompet digital atau yang disebut dengan *e-wallet*. Fenomena penggunaan dompet digital semakin banyak diminati, karena di Indonesia sendiri sudah mulai menerapkan pembayaran menggunakan dompet digital. Hal itu didukung dengan adanya hasil survei dalam Insight Asia yang bertemakan “*Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*” seperti gambar 1.1



Gambar 1. 1 Grafik Metode Pembayaran Yang Paling Diminati

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan gambar 1.1 dinyatakan bahwa metode pembayaran yang diminati oleh masyarakat yaitu dompet digital dengan hasil sebanyak 74%, disusul dengan posisi kedua yaitu metode pembayaran secara tunai sebanyak 49% dan yang terakhir metode pembayaran yang diminati yaitu *va transfer* sebanyak 16% (Dhanesworo, 2022).

Dengan munculnya sistem pembayaran digital menggunakan dompet digital membuat masyarakat terutama mahasiswa atau biasa yang disebut dengan generasi milenial, lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun kebutuhan kuliah. Selain itu, adanya dompet digital ini mendorong masyarakat terhindar dari pencurian karena masyarakat tidak perlu repot membawa dompet yang berisi uang tunai. Dengan dompet digital ini, riwayat transaksi pun tercatat, dengan kata lain semua riwayat transaksi tercatat di dompet digital tersebut, hal ini dapat mempermudah masyarakat untuk memantau keuangan mereka. Ditambah dengan cara penggunaannya yang mudah dan praktis, membuat masyarakat mulai beralih menggunakan dompet digital.

Saat ini, terdapat beberapa jenis layanan dompet digital yang digunakan di Indonesia, di antaranya yaitu Gopay, Dana, Ovo, ShopeePay, Linkaja, i.saku, Octomobile, Doku, Sakuku, Jakonemobile. Perusahaan dompet digital juga membuat promo untuk menarik mahasiswa agar mereka menggunakan dompet digital. Adanya promo tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa untuk membeli produk yang sebenarnya belum tentu dibutuhkan. Para *e-commerce*, UMKM, resto cepat saji mulai beralih menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran sehingga memudahkan masyarakat maupun mahasiswa untuk berbelanja.

Oleh karena itu, sudah banyak masyarakat atau mahasiswa melakukan pembayaran digital dengan menggunakan dompet digital karena merasa lebih praktis, efisien, aman, dan menguntungkan. Sejalan dengan Dewi et al. (2021) digital payment merupakan teknologi yang memberi pandangan terkait

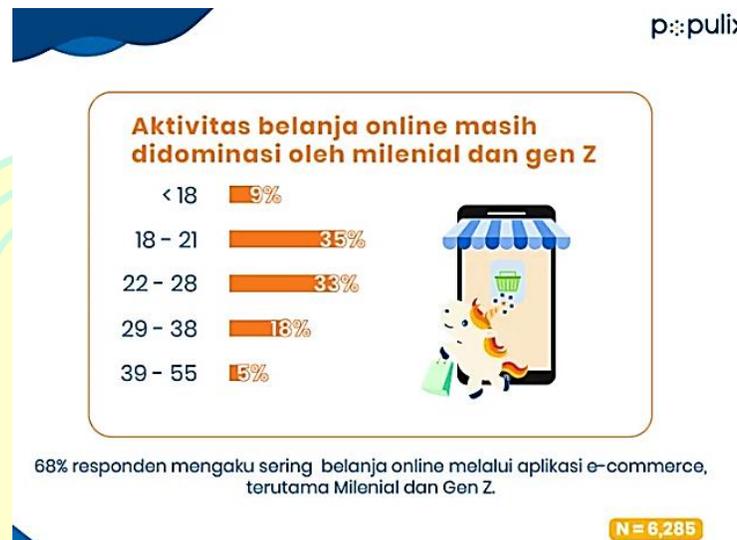
pembayaran non-tunai itu lebih efisien, praktis, juga aman ketika bertransaksi dengan media digital.

Dari hasil survei *Populix*, alasan masyarakat menggunakan dompet digital di antaranya sebanyak 81% tidak repot, 80% bergabung dengan *e-commerce*, 79% menilai dompet digital mudah digunakan. Dilihat dari hasil penelitian IPSOS (*Institut Public de Sondage d`Opinion Secture*) yang dimana merupakan perusahaan riset pasar terdapat 68% yang menggunakan dompet digital adalah kalangan milenial, karena tingkat produktivitasnya jauh lebih aktif dibandingkan kalangan lain (Catriana, 2020).

Universitas Negeri Jakarta merupakan salah satu universitas negeri yang terletak di tengah kota Jakarta dan Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan (LPTK). Hal ini dibuktikan dengan pada tahun 2020, Universitas Negeri Jakarta masuk kedalam TOP 20 perguruan tinggi berdasarkan peringkat klasterisasi perguruan tinggi LPTK di Indonesia yang dilakukan oleh kemendikbud (LPPMUNJ, 2020). Hal itu dapat menjadi alasan kenapa Universitas Negeri Jakarta dapat memiliki banyak mahasiswa. Di Universitas ini, telah menerapkan pembayaran secara non tunai (*cashless*) atau pembayaran secara digital. Hal itu dibuktikan dengan adanya pembayaran non tunai di kantin Blok M yang terletak di kampus A. Selain di kantin, pembayaran digital juga dilakukan untuk melakukan print di mesin print yang disediakan oleh kampus, yang disebar di beberapa titik di wilayah kampus UNJ. Mesin *print* tersebut dapat digunakan dengan menggunakan pembayaran secara digital. Selain itu, saat ini banyak mahasiswa yang sudah menerapkan pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari, seperti melakukan belanja di *e-commerce*. Hal itu mendorong mahasiswa untuk memiliki dompet digital agar memudahkan mereka dalam melakukan transaksi pembayaran.

Adanya kemudahan dalam berbelanja melalui *e-commerce*, dapat mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Sejalan dengan Siregar et al. (2022) konsumen perempuan maupun laki-laki mengatakan adanya

kemudahan dan efisiensi yang didapat saat berbelanja melalui e-commerce mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif.



Gambar 1. 2 Aktivitas Belanja Online

Sumber: info.populix.co

Berdasarkan survei yang dilakukan *Populix*, orang yang belanja online ternyata mayoritas yang berusia 18-21. Dilihat dari rentang usia tersebut, merupakan usia generasi milenial dan gen Z atau golongan usia mahasiswa. Mahasiswa merupakan kelompok remaja akhir yang sudah mulai masuk ke tahap dewasa awal. Perilaku konsumtif sering terjadi di kalangan mahasiswa, karena mahasiswa lebih melek akan kemajuan teknologi, dan masih mudah terpengaruh oleh lingkungan. hal itu membuat perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Salah satunya dengan mahasiswa membeli berbagai macam produk yang viral atau yang bermerk dibandingkan dengan membeli peralatan untuk mendukung perkuliahan.

Fenomena perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa sudah tidak asing, atau dikatakan bahwa sekarang telah menjadi budaya. Sependapat dengan (Septiansari & Handayani, 2021) karena budaya ini, membuat mahasiswa cenderung mengkonsumsi mengarah pada perilaku mubazir atau mengkonsumsi secara tidak rasional, membeli barang yang tidak dibutuhkan,

dan lebih mementingkan karena keinginannya. Mahasiswa juga biasanya sering membeli produk dengan menggunakan dompet digital karena pengaruh promo diskon atau *cashback*, membeli produk karena keinginan bukan sesuai kebutuhan, membeli produk untuk meningkatkan kepercayaan diri, juga mahasiswa senang membeli produk demi menjaga penampilan agar tidak ketinggalan zaman. Fenomena ini juga terjadi dikalangan mahasiswa unj

Walaupun dengan adanya dompet digital ini memudahkan mahasiswa dalam bertransaksi, hal itu tak luput mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Sejalan dengan Astuti & Fujiah (2023) dompet digital mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Dalam ilmu pengetahuan sosial, perilaku konsumtif sering dilihat dari berbagai sudut pandang seperti aspek ekonomi, psikologis, dan budaya. Yang dimana perilaku konsumtif mengacu pada kecenderungan seseorang untuk mengkonsumsi barang/jasa secara berlebihan. Fokus penelitian ini pada mahasiswa yang berada dalam fase transisi antara remaja dan dewasa awal. Dilihat dari sisi ilmu pengetahuan sosial, perilaku konsumtif dapat terjadi karena faktor-faktor seperti lingkungan sosial, pendidikan, budaya yang mempengaruhi perilaku mahasiswa. Dan juga perilaku konsumtif dapat menimbulkan kecemburuan sosial. Kemudian, penelitian yang saya angkat dapat dilihat dari aspek ekonomi perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumsi. Dengan demikian, penelitian ini terdapat keterkaitan dengan Ilmu Pengetahuan Sosial.

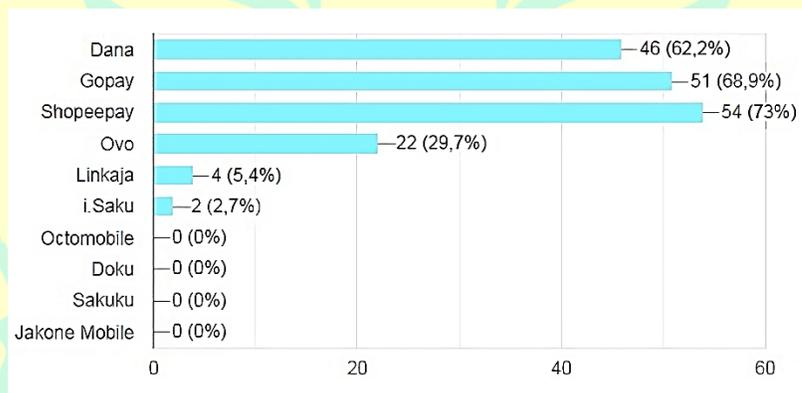
Dilihat dari hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat sebanyak 57 dari 74 mahasiswa UNJ memiliki lebih dari 1 dompet digital. Mahasiswa tersebut bisa memiliki dua hingga lima dompet digital yang digunakan. Berikut data penggunaan dompet digital oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta:

Tabel 1. 1 Jumlah Penggunaan Dompot Digital Mahasiswa UNJ

Nominal Dompot Digital yang digunakan	Total Mahasiswa
1	17
2	21
3	25
4	10
5	1
Total	74

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Selain itu, dari pra penelitian yang dilakukan peneliti tingkat penggunaan dompet digital mahasiswa UNJ didominasi oleh pengguna Shopeepay sebesar 73%, disusul oleh Gopay sebesar 68%, di posisi ketiga ada Dana sebesar 62,2%. Dapat dilihat pada gambar 1.3 dibawah ini

**Gambar 1. 3 Grafik Penggunaan Dompot Digital Mahasiswa UNJ**

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Dari gambar 1.3 dapat dilihat bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sudah banyak yang menggunakan dompet digital. Dengan menggunakan dompet digital memudahkan mahasiswa untuk melakukan transaksi. Hal ini juga memengaruhi cara bagaimana mahasiswa berbelanja, membayar tagihan, serta berinteraksi dengan pedagang atau teman sebaya. Kemudian, mahasiswa yang menggunakan dompet digital juga cenderung lebih konsumtif. Dan tak

luput mendorong mahasiswa ketergantungan menggunakan dompet digital karena adanya kemudahan dalam menggunakan dompet digital.

Pada gambar 1.3 terlihat bahwa Shopeepay dan Gopay banyak digunakan oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Gopay merupakan dompet digital yang digunakan untuk bertransaksi melalui aplikasi gojek. Gojek merupakan suatu aplikasi yang menyediakan layanan di bidang transportasi bagi masyarakat melalui jasa ojek *online* (Masoemiversity, 2020). Layanan transportasi seperti Goride, Gocar, Gotransit, GoBluebird, Gofood, dan lainnya. Tujuan gojek ini untuk menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Adanya layanan tersebut dipermudah dengan adanya pembayaran menggunakan Gopay. Gopay bukan hanya untuk membayar layanan transportasi, namun digunakan untuk membayar layanan yang ada di aplikasi gojek seperti bayar tagihan, listrik, pulsa, makan di restoran hingga belanja *online* (Gopay, n.d).

Sedangkan Shopeepay merupakan layanan dompet digital yang ditawarkan oleh Shopee yang digunakan sebagai metode pembayaran online di Shopee, Offline di Merchant Shopeepay, dan menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan untuk membayar transaksi lainnya (Shopeepay.co.id, n.d.). Sama halnya dengan Gopay, Shopeepay dapat digunakan untuk membayar tagihan seperti listrik, pulsa dan lainnya. Yang membedakan antara Shopeepay dan Gopay yaitu Shopeepay tidak terhubung dengan layanan moda transportasi, sedangkan Gopay terhubung dengan layanan transportasi.

Adanya kemudahan dalam bertransaksi, mendorong mahasiswa Universitas Negeri Jakarta menggunakan Shopeepay dan Gopay ataupun dompet digital lainnya. Adanya perbedaan ini menjadi daya tarik peneliti untuk melihat ada atau tidaknya perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna Shopeepay dan juga Gopay. Karena dilihat dari hasil pra survei, kedua dompet digital tersebut mendominasi sebagai dompet digital yang paling banyak digunakan mahasiswa UNJ.

Dari hasil pra penelitian yang dilakukan peneliti, adanya perbedaan tingkat penggunaan dompet digital yang didominasi antara ShopeePAY dan Gopay oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dan peneliti belum menemukan adanya penelitian yang membahas terkait membandingkan perilaku konsumtif yang menggunakan dompet digital ShopeePAY dengan Gopay. Hal ini mendorong untuk dilakukannya penelitian terhadap pola konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dengan judul “Perbandingan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna ShopeePAY dengan Gopay”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Metode pembayaran yang diminati masyarakat yaitu menggunakan dompet digital
2. Kegiatan belanja online didominasi oleh generasi milenial / gen z
3. ShopeePAY dan Gopay dompet digital yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa Negeri Jakarta

C. Pembatasan Masalah

Agar permasalahan pada penelitian ini tidak meluas, maka peneliti membuat batasan penelitian pada perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna ShopeePAY dengan Gopay.

D. Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna ShopeePAY dengan Gopay?

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dengan menjadi salah satu sumber literasi yang dapat digunakan untuk memperluas wawasan serta referensi pada penelitian selanjutnya pada lingkup perguruan tinggi, khususnya Universitas Negeri Jakarta.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna ShopeePay dengan Gopay
- b. Bagi mahasiswa, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pembaca mengenai penggunaan dompet digital yang bijak agar terhindar dari perilaku konsumtif
- c. Bagi Akademisi, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi penambahan kepustakaan dalam menyediakan bacaan untuk menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pengguna ShopeePay dengan Gopay