

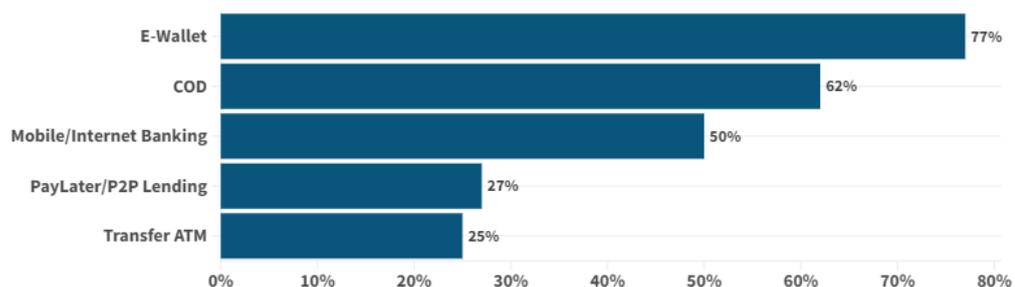
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi memicu perubahan pesat di era digital, sebagian besar aspek kehidupan masyarakat telah berubah, membuat melakukan aktivitas sehari-hari semakin mudah. Hal ini sejalan dengan era globalisasi yang terus berkembang, yang memberikan banyak kemudahan dan keuntungan melalui akses *digital* yang mudah. Selain memberikan manfaat dalam aktivitas harian, teknologi juga dapat memberikan penyediaan berbagai informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Ini juga berlaku untuk sistem pembayaran, yang telah mengalami banyak perubahan sejak awal munculnya transaksi. *Digital Payment*, yang sekarang dikenal sebagai pembayaran digital, adalah hasil dari kemajuan teknologi keuangan. Saat ini dalam proses transaksi tidak hanya menggunakan pembayaran tunai saja. Masyarakat kini dapat memanfaatkan dompet *digital*, sebuah sistem pembayaran elektronik yang beroperasi melalui aplikasi di perangkat seluler. Dompet *digital* menggunakan nomor telepon sebagai identitas rekening dan menyimpan nilai uang secara digital di *server*, sehingga fungsinya serupa dengan uang tunai, tetapi dengan cara penggunaan yang berbeda. *E-wallet* atau dompet *digital* menjadi sarana terutama bagi mahasiswa, untuk melakukan pembayaran *cashless* atau non tunai, yang jauh lebih mudah, aman, dan tidak memakan banyak waktu dalam mengeluarkan uang terutama saat transaksi *retail* yaitu transaksi *e-commerce*, transportasi *online*, dan pemesanan makanan dan minuman (Kumala & Mutia, 2020).

Perkembangan *e-wallet* telah beriringan dengan pertumbuhan bisnis *e-commerce* dan *platform Online Shop* di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan lainnya (Septyanto, 2022). Belanja *online* kini telah bertransformasi menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari sekaligus gaya hidup di era *modern*. Berbagai promosi yang ditawarkan oleh layanan *e-wallet* kerap kali menarik minat masyarakat untuk terus melakukan transaksi digital dengan mudah melalui *smartphone*. Tanpa disadari, hal ini dapat mendorong munculnya perilaku pembelian secara impulsif. Kemudahan penggunaan dompet *digital* juga membuat masyarakat lebih mudah dalam menghabiskan uang, karena tidak adanya bentuk fisik uang yang terlihat membuat mereka kurang menyadari bahwa mereka telah melakukan pengeluaran. Masyarakat sekarang dapat melakukan berbagai jenis transaksi dengan mudah menggunakan *e-wallet* hanya dengan menggunakan *smartphone*, tanpa perlu lagi mengandalkan kartu sebagai media pembayaran (Kirana, 2023).



Sumber: Jakpat

GoodStats

Gambar 1.1 Metode pembayaran terbanyak digunakan di Indonesia

Sumber: goodstats.id (2024)

Menurut Kementerian Perdagangan, jumlah konsumen yang menggunakan *platform* belanja daring (*e-commerce*) di Indonesia diperkirakan mencapai 65,65 juta orang pada tahun 2024. Dompet *digital* atau *e-wallet* telah menjadi metode

pembayaran yang sangat digemari saat berbelanja di *platform e-commerce*. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Jakpat, sekitar 77% responden memilih menggunakan metode pembayaran ini saat berbelanja secara daring. Sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 2007, penggunaan dompet *digital* di Indonesia terus mengalami peningkatan, mencakup berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, investasi, dan lain sebagainya.

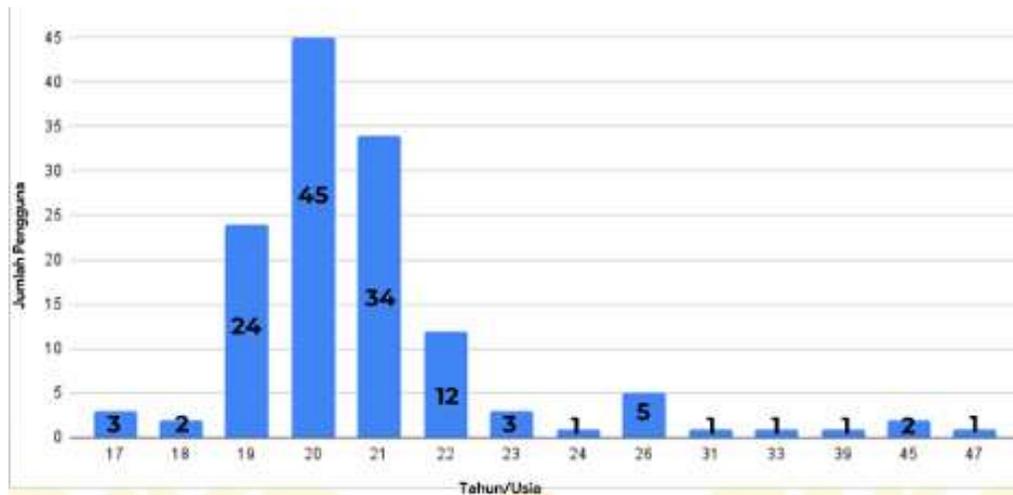
Saat ini, dompet *digital* atau *e-wallet* sedang sangat populer, hal ini disebabkan oleh banyak bermunculannya berbagai macam *e-wallet* yang telah membuka dimensi ekonomi yang baru. Berkembangnya teknologi saat ini, membuat banyak ide dan konsep baru yang terus bermunculan agar masyarakat lebih mudah menerima perkembangan teknologi yang sedang berlangsung. Saat ini, banyak perusahaan yang mulai mengembangkan produk mereka agar menarik bagi konsumen, yaitu menawarkan kemudahan dan manfaat yang menjadi daya tarik bagi konsumen dalam memilih *e-wallet* dari salah satu perusahaan tersebut (Septyanto, 2022).

Dengan banyaknya opsi dompet *digital* yang tersedia dan jumlah pengguna yang terus bertambah, jelas terlihat bahwa masyarakat semakin tertarik dan berminat menggunakan dompet digital. Hal ini karena adanya layanan yang telah diberikan oleh perusahaan-perusahaan *e-wallet*, pengguna *e-wallet* merasakan keuntungan dan kemudahan ketika memenuhi kebutuhannya (Kusuma & Syahputra, 2020).

Tren penggunaan dompet *digital* telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Penawaran promosi yang sering diberikan oleh dompet *digital* mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi daring dengan mudah melalui ponsel pintar mereka. Hal ini tanpa disadari dapat memicu perilaku pembelian impulsif. Selain itu, dompet *digital* juga mempermudah masyarakat dalam membelanjakan uang karena mereka tidak melihat bentuk fisik uang yang digunakan, sehingga mereka cenderung tidak merasa telah mengeluarkan uang.

Keadaan ini diperjelas oleh penelitian Marlina, et al. (2020) yang menjelaskan bahwa dengan *e-wallet*, orang dapat berbelanja lebih banyak tanpa merasa mengeluarkan uang yang disebabkan oleh kenyamanan yang diberikannya. Kemudahan dalam bertransaksi dapat membuat seseorang memiliki perilaku konsumtif, tidak terencana saat belanja, bahkan mengarah ke pembelian secara impulsif (Mujahidin, 2020).

Menurut Kholid (2020), masyarakat Indonesia cenderung memiliki perilaku keuangan yang bersifat konsumtif, yang tercermin dari kurangnya tanggung jawab dalam mengelola keuangan. Hal ini terlihat pada minimnya kebiasaan menabung, berinvestasi, merencanakan dana darurat, serta membuat anggaran untuk masa depan. Dengan demikian, perilaku keuangan masyarakat masih perlu ditingkatkan. Kurangnya pemahaman terhadap literasi keuangan dapat berujung pada permasalahan finansial di kemudian hari. Literasi keuangan berperan penting dalam membangun kesadaran masyarakat agar mampu mengambil keputusan keuangan yang lebih bijaksana.



Gambar 1.2 Tingkat Usia Pengguna *E-Wallet* di Indonesia

Sumber: Roland (2022)

Berdasarkan hasil penelitian (Roland, 2022) pada gambar di atas menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* paling banyak ada pada kalangan Generasi Z dengan umur 19-22 tahun, dan data itu juga di dukung oleh riset yang dilakukan oleh Jakpat dan Daily Social yang menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* paling banyak adalah usia produktif yaitu 20-35 tahun. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di awal tahun 2024 menunjukkan bahwa Generasi Z mendominasi pengguna internet di Indonesia, dengan jumlah total pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang (VISA, 2024). Dominasi Generasi Z dalam penggunaan internet di Indonesia menghasilkan beragam perilaku dan karakteristik, yang tercermin dalam aktivitas mereka seperti penggunaan media sosial, belanja daring, komunikasi melalui aplikasi pesan, dan bermain permainan daring. Generasi Z terpacu untuk mengadopsi perkembangan teknologi, khususnya di bidang *Fintech*, karena kemudahan ini. Mereka sering menghabiskan waktu untuk mencari produk-produk terbaru di toko belanja daring dan transfer dana, juga mereka menyukai kepuasan instan, yaitu mendapatkan

barang dengan cepat dan tanpa kesulitan. Apalagi, ketika kemudahan instan ini digabungkan dengan berbagai promosi yang di tawarkan oleh *e-wallet* dan toko belanja daring, hal ini semakin membuat mereka tertarik menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran.

Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa pembayaran *digital* dapat meningkatkan kesediaan untuk membayar lebih, sehingga membuat pengguna cenderung mengeluarkan uang lebih banyak (Boden et al., 2020). Selain itu, studi sebelumnya juga menemukan bahwa pembayaran non-tunai cenderung meningkatkan perilaku konsumtif (Patrisia, et al., 2023)—diperparah dengan fitur *paylater*, di mana ditemukan bahwa semakin tinggi penggunaan *paylater*, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk menjadi konsumtif (Khairunnisa et al., 2022). Faktor yang mendorong kecenderungan berutang pada Gen Z adalah profil mereka sebagai kelompok usia produktif dengan pendapatan. Artinya, mereka memiliki dana untuk membiayai kebutuhan sehari-hari dan berbelanja. Namun, jika tidak dapat mengelola keuangan dengan baik, Gen Z dan Milenial dapat menjadi konsumtif. Lebih lanjut, jika pendapatan yang dimiliki tidak mencukupi untuk menutupi utang, mereka cenderung menggunakan utang sebagai solusi sementara, tanpa menyadari bahwa ini dapat menjadi sumber masalah di masa depan (Purnama, 2021).

Menurut Vhalery et al. (2019) Kebanyakan remaja tidak mampu untuk bertanggung jawab pada keuangannya sendiri, yang menyebabkan seseorang menjadi pribadi yang tidak terkontrol dan boros. Penelitian yang dilakukan oleh Noor et al., (2020), Natan dan Mahastanti (2022), menunjukkan adanya pengaruh

positif yang signifikan antara *financial literacy* terhadap *financial behavior*. Generasi muda memerlukan literasi keuangan yang tepat agar mereka dapat berperilaku keuangan yang baik dan bijak dalam mengelola keuangan pribadi mereka, sehingga dapat mencapai kesejahteraan. Generasi Z yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam mengelola keuangannya, akan melihat masalah keuangan sebagai sebuah tantangan yang harus dihadapi, bukan sebagai ancaman yang harus dihindari.

Penelitian ini diperkuat oleh hasil studi terdahulu yang dilakukan oleh Insana dan Johan (2020), yang menemukan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Hal ini juga didukung oleh penelitian Dewi et al. (2021), yang menyatakan bahwa penggunaan *e-money* memiliki dampak terhadap perilaku konsumsi. Kemudahan bertransaksi yang ditawarkan oleh aplikasi dompet *digital* (*e-wallet*) berpotensi mendorong gaya hidup konsumtif. Pengguna sistem pembayaran non-tunai sering kali mengalami kesulitan dalam mengontrol pengeluarannya, karena mereka tidak merasakan langsung kehilangan uang saat melakukan transaksi. Kusnawan et al. (2019) menambahkan bahwa ketika bertransaksi secara *digital*, konsumen sering kali tidak menyadari peningkatan perilaku konsumtif, sebab pengeluaran dalam bentuk digital terasa lebih ringan dibandingkan saat menggunakan uang tunai.

Dalam era *digital* yang semakin mempermudah transaksi, pengaruh *overspending* semakin besar, terutama di kalangan generasi muda yang terpapar pada promosi dan kemudahan pembayaran *digital*. Salah satu faktor yang dianggap sangat penting dalam mengendalikan perilaku *overspending* adalah

spending self-control yang merujuk pada kemampuan individu untuk menahan dorongan pengeluaran impulsif dan mengelola keuangan secara rasional untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

Menurut Fernandes dan Oliveira (2021), kemampuan untuk menahan diri dari pembelian impulsif dan mengelola pengeluaran secara strategis menjadi semakin relevan dalam masyarakat yang serba cepat dan terhubung secara *digital*. Penelitian oleh Yu, et al (2023) juga menegaskan bahwa *spending self-control* berperan sebagai mekanisme protektif dalam menghadapi tekanan sosial dan *digital nudges* yang dapat memicu pengeluaran berlebihan. Generasi muda, yang sering terpapar pada iklan dan promosi melalui media sosial dan aplikasi belanja *online*, sangat membutuhkan kemampuan untuk mengelola impuls konsumsi mereka. Oleh karena itu, *spending self-control* diyakini berperan penting dalam mengurangi risiko *overspending* di kalangan konsumen *digital*.

Meskipun penggunaan *e-wallet* telah melekat dengan kehidupan sehari-hari, penelitian mengenai dampak negatifnya terutama terkait perilaku *overspending* masih terbatas. Selain itu, mayoritas studi terdahulu hanya berfokus pada faktor eksternal, sementara faktor *internal* seperti *financial management behavior* belum banyak dieksplorasi, terutama di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang, peneliti terdorong untuk menyusun penelitian dengan judul **“Pengaruh Perencanaan Keuangan Dan Kebiasaan Menabung Terhadap Perilaku *Overspending* Pada *Intervening Spending Self-Control* Pengguna *E-Wallet* Generasi Z”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang muncul, antara lain:

1. Apakah Perencanaan Keuangan berpengaruh terhadap perilaku *overspending*?
2. Apakah Kebiasaan Menabung berpengaruh terhadap perilaku *overspending*?
3. Apakah Perencanaan Keuangan berpengaruh terhadap *Spending Self-Control*?
4. Apakah Kebiasaan Menabung berpengaruh terhadap *Spending Self-Control*?
5. Apakah *Spending Self-Control* berpengaruh terhadap perilaku *overspending*?
6. Apakah Perencanaan Keuangan berpengaruh terhadap perilaku *overspending* melalui *Spending Self-Control*?
7. Apakah Kebiasaan Menabung berpengaruh terhadap perilaku *overspending* melalui *Spending Self-Control*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi pengaruh Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku *Overspending*.
2. Mengidentifikasi pengaruh Kebiasaan Menabung terhadap Perilaku *Overspending*.
3. Mengidentifikasi pengaruh Perencanaan Keuangan terhadap *Spending Self-Control*.
4. Mengidentifikasi pengaruh Kebiasaan Menabung terhadap *Spending Self-Control*.
5. Mengidentifikasi pengaruh *Spending Self-Control* terhadap Perilaku *Overspending*.
6. Mengidentifikasi peran *Spending Self-Control* sebagai variabel mediasi antara Perencanaan Keuangan dan Perilaku *Overspending*.

7. Mengidentifikasi peran *Spending Self-Control* sebagai variabel mediasi antara Kebiasaan Menabung dan Perilaku *Overspending*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan berbagai manfaat, baik bagi ilmu pengetahuan, praktisi, serta masyarakat secara umum. Adapun manfaat dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan dan memperluas pengetahuan kita tentang studi perilaku keuangan Gen Z, khususnya tentang *overspending*, yang semakin penting di era teknologi modern. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menemukan elemen yang memengaruhi perilaku *overspending* pengguna *e-wallet*, dengan mengutamakan perencanaan keuangan dan kebiasaan menabung serta *intervening Spending Self-Control*. Generasi Z, dengan preferensi konsumsi mereka yang berbeda dan ketergantungan mereka pada teknologi, menawarkan tantangan khusus dalam mengelola keuangan pribadi. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan literatur yang masih terbatas terkait hubungan antara perencanaan keuangan, kebiasaan menabung, kontrol diri, dan kecenderungan generasi Z untuk melakukan *overspending* melalui *e-wallet*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan memperluas pengetahuan kita tentang studi perilaku keuangan Gen Z, khususnya tentang *overspending*, yang semakin penting di era teknologi modern. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menemukan elemen yang memengaruhi perilaku

overspending pengguna *e-wallet*, dengan mengutamakan perencanaan keuangan, kebiasaan menabung, dan kontrol diri. Generasi Z, dengan preferensi konsumsi mereka yang berbeda dan ketergantungan mereka pada teknologi, menawarkan tantangan khusus dalam mengelola keuangan pribadi. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan literatur yang masih terbatas terkait hubungan antara perencanaan keuangan, kebiasaan menabung, kontrol diri, dan kecenderungan generasi Z untuk melakukan *overspending* melalui *e-wallet*. Penelitian ini memberikan informasi yang sangat berguna untuk mengembangkan strategi yang lebih baik untuk membantu Generasi Z mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, dengan tujuan mengurangi perilaku *overspending* sambil tetap memungkinkan mereka melakukan transaksi *digital* dengan mudah. Dengan menerapkan pendekatan yang lebih tepat untuk menyesuaikan layanan dan instruksi tentang keuangan, penyedia *e-wallet* dan lembaga keuangan dapat membangun ekosistem keuangan yang lebih sehat.