

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Konsumsi sudah menjadi sebuah bagian yang tak terpisahkan dari keseharian individu dalam menjadalkan aktivitas kehidupannya.. Manusia sebagai entitas ekonomi terus berusaha mencukupi kebutuhannya dengan melakukan tindakan konsumsi. Kebutuhan menjadi aspek yang terikat pada kehidupan masyarakat dan cenderung mengalami peningkatan berkelanjutan, karena pada hakikatnya manusia tidak akan merasa puas. Pola konsumsi masyarakat, berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, perubahan gaya hidup, dan meningkatnya akses terhadap berbagai produk dan layanan. Fenomena tersebut menyebabkan pergeseran perilaku konsumsi, dari sekadar mencukupi kebutuhan dasar menuju pemenuhan kebutuhan tambahan dan mewah, dengan kecenderungan konsumsi yang semakin tinggi (Asisi. & Purwantoro, 2020).

Keberadaan platform digital, iklan, serta berbagai kemudahan pembayaran telah menciptakan lingkungan di mana keputusan konsumsi seringkali dilakukan secara cepat. Masyarakat dapat dengan mudah melakukan konsumsi tanpa harus keluar rumah, adapun harga yang ditawarkan juga lebih murah dibandingkan berbelanja secara konvensional. Hal ini menimbulkan perubahan konsumsi yang semula ditujukan untuk memenuhi kebutuhan menjadi pemenuhan kepuasan diri. Inovasi teknologi yang menawarkan berbagai kemudahan serta didukung oleh gaya hidup dinamis, literasi masyarakat, kenaikan taraf pendapatan telah berkontribusi pada transformasi perilaku konsumsi masyarakat (Nurfarida et al., 2023).

Saat ini, masyarakat seringkali berbelanja tanpa mempertimbangkan kebutuhannya sehingga menimbulkan pemborosan yang berujung pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini disebabkan oleh individu yang bersifat impulsif dan tidak rasional sehingga secara ekonomi dapat menyebabkan pemborosan serta ketidakefisienan dalam pengelolaan biaya (Nainggolan, 2022). Pesatnya

perkembangan industri telah mendorong peningkatan penyedia barang, sehingga pilihan yang tersedia di pasar menjadi bergama dan melimpah. Kondisi ini mendorong peningkatan konsumsi. Namun, apabila hal tersebut tidak disertai dengan kontrol yang baik, pola konsumsi berlebihan dapat berkembang menjadi budaya konsumtif yang melekat dalam kehidupan masyarakat (Nainggolan, 2022).

Gaya hidup yang konsumtif kerap ditemui pada generasi muda, yang lebih mengutamakan aspek kesenangan dan kepuasan dalam melakukan konsumsi secara berlebihan (Amaliya & Setiaji, 2017). Generasi tersebut yaitu Generasi Z yang mencakup individu dengan tahun kelahiran 1997-2012. Generasi ini tumbuh didalam lingkungan dengan akses internet yang mudah dijangkau, perkembangan media sosial yang pesat, serta keberagaman *e-commerce*. Data APJII mencatat bahwa Gen Z mendominasi pengguna internet di Indonesia dengan angka 34,40%, sedangkan Generasi Milenial berada pada posisi kedua dengan 30,62%. Adapun jumlah pengguna *e-commerce* menurut statistika pada tahun 2024 terdapat 65,56 juta pengguna (Statistika, 2024).

Tabel 1.1 Barang Yang Dibeli Oleh Generasi Z dan Milenial Di Indonesia

No	Kategori	Gen Z	Milenial
1	Skincare & bodycare	73%	65%
2	Baju	70%	68%
3	Makanan & minuman	45%	49%
4	Aksesoris gadget	41%	41%
5	Peralatan rumah	33%	51%
6	Perlengkapan traveling	31%	36%
7	Tiket hiburan/film/konser	29%	25%
8	Suplemen kesehatan	27%	43%
9	Buku	27%	20%
10	Bahan makanan	18%	31%

Sumber: Kata Data Insight (2024)

Data tersebut menunjukkan bahwa generasi z cenderung lebih konsumtif dibandingkan generasi milenial. Hal ini ditunjukkan dengan tingginya tingkat belanja pada kategori gaya hidup (*skincare & bodycare*, baju, tiket hiburan/film/konser) yang mencerminkan kepedulian generasi tersebut pada

penampilan dan tren fashion, sedangkan generasi milenial cenderung lebih memprioritaskan kebutuhan rumah tangga dan kesehatan. Generasi milenial lebih fokus pada aspek fungsional dan kebutuhan jangka panjang dibandingkan generasi z yang lebih berorientasi terhadap kesenangan dan gaya hidup.

Meningkatnya tingkat konsumtif masyarakat disebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya adalah keberadaan *digital payment*. Perkembangan teknologi digital dan internet mempercepat adopsi pembayaran digital di Indonesia. Berdasarkan Katadata Insight Center pada tahun 2023 menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling dominan dalam aktivitas transaksi *e-commerce* di Indonesia, dengan persentase mencapai 84,3%.

Pembayaran digital telah menjadi preferensi masyarakat sebagai sistem pembayaran yang digunakan sehari-hari, baik ketika berbelanja secara *online* maupun secara *offline*. Pada saat ini *merchant* di Indonesia telah menyediakan berbagai macam jenis pembayaran, mulai dari pembaran tunai, non-tunai, dan digital. Bank Indonesia (BI) pada tahun 2024 mencatat sebanyak 54,1 juta orang telah menjadi pengguna QRIS dan jumlah merchant sebanyak 34,7 juta. Keberadaan pembayaran digital ini berhasil meningkatkan nilai transaksi di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan nilai transaksi digital pada bulan november 2024 sebesar 689,07 juta transaksi dengan tingkat pertumbuhan sebesar 183,9% (yoy).

Pembayaran digital telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi, namun disisi lain kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh layanan ini telah merubah perilaku konsumsi dalam masyarakat. *Digital payment* berpotensi dalam meningkatkan perilaku konsumtif dalam masyarakat, penggunaan pembayaran digital yang semakin sering cenderung meningkatkan kecenderunagn individu untuk melakukan konsumsi yang berlebihan. Hal ini terjadi karena pada saat bertransaksi secara online, seseorang secara psikologis tidak merasakan kehilangan uang secara langsung, sehingga memicu dorongan untuk terus berbelanja secara berulang (Dewi et al., 2021). sebuah penelitian menyatakan bahwa pembayaran non-tunai mengurangi "*pain of paying*" sehingga mempermudah

konsumen dalam membelanjakan uangnya tanpa adanya pertimbangan yang mendalam. Penggunaan pembayaran digital dapat menurunkan kesadaran individu terhadap besaran pengeluaran, sehingga meningkatkan kecenderungan berbelanja secara impulsif berbelanja impulsif (Banker et al., 2021).

Pendapatan memainkan peran yang krusial dalam menentukan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat. Seiring dengan meningkatnya pendapatan, pola pengeluaran masyarakat cenderung mengalami perubahan, dimana individu cenderung mengalokasikan lebih banyak dana untuk memenuhi kebutuhan, baik itu kebutuhan dasar maupun keinginan individu. Dengan tingkat pendapatan yang lebih besar, pemenuhan kebutuhan, terutama konsumsi menjadi lebih mudah terpenuhi. Pendapatan dan konsumsi memiliki hubungan yang bersifat proporsional dan berbanding lurus. Artinya, ketika pendapatan mengalami kenaikan, pengeluaran untuk konsumsi akan meningkat, begitupun sebaliknya. (Eka & Ngurah, 2021)

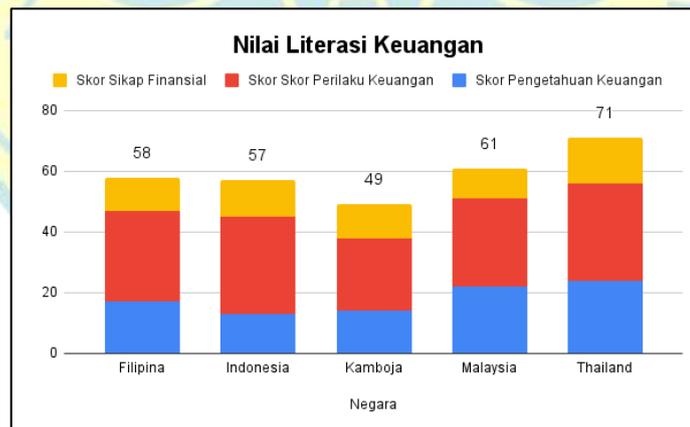
Data pada Badan Pusat Statistika (2024) menyatakan masyarakat Indonesia memiliki pendapatan per kapita sebesar Rp12.341.000. Adapun DKI Jakarta menjadi provinsi dengan tingkat pendapatan per kapita terbesar yaitu Rp19.953.000. Tingginya tingkat pendapatan masyarakat DKI Jakarta mengindikasikan tingginya kemampuan daya beli dibandingkan dengan rata-rata nasional, dengan pengeluaran rata-rata masyarakat DKI Jakarta mencapai Rp2.794.485, jauh lebih besar dibandingkan rata-rata pengeluaran masyarakat Indonesia sebesar Rp1.500.556. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat DKI Jakarta cenderung mengalokasikan lebih banyak dana untuk konsumsi, baik kebutuhan dasar maupun barang jasa yang bersifat sekunder atau mewah.

Namun, pendapatan yang meningkat tidak selalu linier dengan pola konsumsi yang bijaksana. Dengan meningkatnya pendapatan, kecenderungan untuk membelanjakan lebih banyak juga meningkat, bahkan untuk barang dan jasa yang tidak terlalu diperlukan atau bersifat impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan tidak hanya berpengaruh terhadap daya beli, tetapi juga dapat membentuk perilaku konsumsi seseorang, yang dalam beberapa kasus

menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan. Oleh karena itu, meskipun pendapatan yang lebih tinggi memberikan keleluasaan dalam pengeluaran, tanpa pengelolaan yang bijak, kondisi ini dapat menyebabkan kebiasaan konsumsi yang kurang sehat dan berpotensi mengarah pada pemborosan (Eka & Ngurah, 2021).

Setiap individu dalam aktivitas sehari-hari dihadapkan pada sejumlah pilihan konsumsi yang beragam, mulai dari kebutuhan dasar hingga keinginan yang bersifat impulsif. Perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi oleh aspek internal individu. Diperlukan adanya kontrol dalam diri masyarakat, salah satunya adalah dengan meningkatkan literasi keuangan. Literasi keuangan berperan lebih dari sekadar membantu seseorang mengelola pemasukan dan pengeluaran yang baik, tetapi juga berkontribusi dalam mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif yang berlebihan (Bomantara et al., 2023). Data SNLIK oleh OJK memaparkan sebuah hasil bahwa Indeks literasi keuangan di Indonesia menunjukkan angka sebesar 65,43%. Adapun menurut OECD tingkat literasi keuangan Indonesia berada pada nilai 57, lebih rendah dibandingkan negara ASEAN lain yaitu Thailand dengan nilai 71 dan Malaysia dengan nilai 61. (Organization for Economic Co-operation and Growth (OECD), 2023)

Gambar 1.1 Nilai Literasi Keuangan



Sumber: OECD, 2023

Kemampuan pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip keuangan, seseorang dapat merencanakan pengeluaran secara lebih efektif, memastikan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan, serta menghindari keputusan

finansial yang impulsif (Aini & Rahayuningsih, 2024). Lebih jauh, literasi keuangan membantu menekan perilaku konsumtif yang cenderung berlebihan, di mana individu menjadi lebih sadar akan pentingnya menabung, berinvestasi, serta mengalokasikan dana secara strategis demi kestabilan keuangan jangka panjang. Pengetahuan literasi keuangan yang memadai memungkinkan seseorang untuk membentuk kebiasaan finansial yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan (Aini & Rahayuningsih, 2024).

Selanjutnya, kontrol diri menjadi aspek krusial dalam memahami bagaimana seseorang membuat keputusan finansial dan sejauh mana ia dapat menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Kemampuan seseorang dalam mengendalikan dorongan belanja dan mengelola keinginannya sangat berperan penting dalam menentukan pola konsumsi yang bijak. Kemampuan ini berperan dalam mengontrol tindakan sebelum ditentukannya sebuah keputusan (Kumalasari & Soesilo, 2019)

Perilaku konsumtif di kalangan generasi muda umumnya dipicu oleh kebutuhan untuk mendapat pengakuan dari lingkungan sekitar, proses pencarian jati diri yang masih berlangsung, serta kondisi emosional yang belum stabil. Faktor-faktor ini cenderung melemahkan kemampuan mereka dalam mengendalikan diri, sehingga keputusan yang diambil, termasuk dalam hal berbelanja, sering kali didasarkan pada dorongan emosional yang bersifat sementara (Anggreini & Mariyanti, 2014). Kemampuan pengendalian diri yang baik memungkinkan seseorang untuk mempertimbangkan skala prioritas saat melakukan pembelian, dengan mempertimbangkan kebutuhan yang benar-benar penting sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Sebaliknya, kemampuan pengendalian diri yang rendah akan melakukan pembelian tanpa terlebih dahulu menilai urgensi dari barang tersebut (Kusmiati & Kurnianingsih, 2022).

Penelitian terdahulu terkait pengaruh *digital payment*, literasi keuangan, pendapatan, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif telah banyak dikaji dalam penelitian terdahulu. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Nuratika et al., 2022), (Basmantra et al., 2023), (Setiawati & Alam, 2024), (Kiswoyo &

Kumalasari, 2022) *digital payment*, pendapatan, dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan. Namun hasil penelitian Ramadhan Putranton & Djunita Pasaribu (2024) dan Arifa et al., (2024) menemukan bahwa literasi berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan. Adapun (Sagala et al., 2023) menemukan hasil bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pendapatan dan perilaku konsumtif. Sementara itu, variabel kontrol diri menurut (Hayati et al., 2020) dan (Wijaya et al., 2021) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan variabel yang paling berkontribusi yaitu sebesar 51%. Dalam fungsinya memediasi, Halimatussakdiyah et al., (2019) menemukan bahwa pengendalian diri memainkan peran sebagai mediator dalam menghubungkan tingkat literasi keuangan dengan kecenderungan perilaku konsumtif individu.

Berdasarkan gambaran latar belakang tersebut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti *digital payment*, pendapatan, literasi keuangan, dan kontrol diri yang telah dipaparkan sebelumnya penelitian ini mengusung judul **“Pengaruh Adopsi *Digital Payment*, Pendapatan, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Moderasi”**. Penelitian dilakukan karena sebagian besar penelitian belum secara eksplisit memasukkan peran moderasi dari kontrol diri. Padahal, variabel tersebut merupakan aspek psikologis yang sangat menentukan bagaimana seseorang merespons godaan konsumsi. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap tingkat perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh masyarakat Generasi Z yang tinggal di wilayah DKI Jakarta, serta menguji peran kontrol diri sebagai variabel moderasi, untuk melihat bagaimana kemampuan individu dalam mengendalikan diri dapat memengaruhi hubungan antara faktor-faktor tersebut dan perilaku konsumtif.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dengan merujuk pada penjelasan latar belakang sebelumnya, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara Adopsi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh antara pendapatan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta?
4. Apakah kontrol diri memoderasi pengaruh Adopsi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta?
5. Apakah kontrol diri memoderasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta?
6. Apakah kontrol diri memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan penelitian yang telah disusun, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Adopsi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta
4. Untuk mengetahui peran kontrol diri dalam memoderasi pengaruh Adopsi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta
5. Untuk mengetahui peran kontrol diri dalam memoderasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta
6. Untuk mengetahui peran kontrol diri dalam memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik dalam tataran teori maupun praktik, sebagaimana dijelaskan berikut ini.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini ditujukan untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam pendidikan, dengan menyajikan perspektif baru tentang bagaimana adopsi digital payment, pendapatan, dan literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada pemahaman lebih dalam mengenai peran kontrol diri sebagai faktor penghubung yang memoderasi pengaruh antara variabel-variabel tersebut, yang diharapkan dapat memperkaya literatur tentang dinamika perilaku konsumtif di era digital.

2. Manfaat praktis

1) Bagi Pembaca

Penelitian ditujukan untuk menambahkan wawasan pembaca tentang perilaku konsumtif sehingga lebih bijak dalam mengelola keuangan serta menghindari pembelian yang impulsif.

2) Bagi Akademik

Penelitian diharapkan dalam menambahkan literatur bagi penelitian-penelitian berikutnya yang akan meneliti pengaruh adopsi *digital payment*, pendapatan, literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan peran moderasi variabel kontrol diri.

3) Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari pemenuhan persyaratan akademik untuk menyelesaikan studi pada jenjang sarjana di Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Negeri Jakarta serta sebagai sarana memperdalam pemahaman dan wawasan peneliti mengenai fenomena perilaku konsumtif serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.