

BAB I

PENDAHULUAN

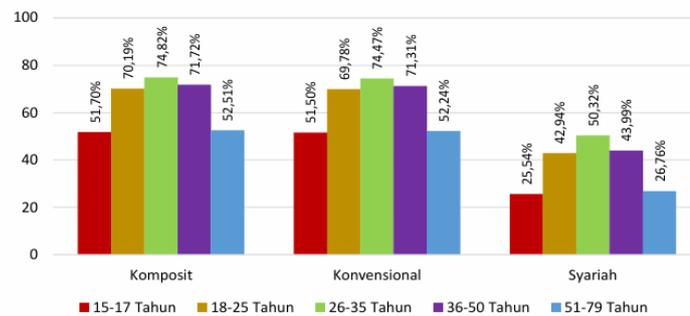
1.1 Latar Belakang

Publik kini menikmati kemudahan yang ditawarkan dari berkembangnya zaman saat ini. Namun, di balik itu semua terdapat dampak negatif yang muncul yaitu perilaku konsumsi yang berlebihan. Tindakan konsumsi yang dilaksanakan oleh seseorang sering kali tidak terlepas dari perubahan kepentingan yang mendasar, yang pada awalnya dirancang untuk memenuhi kebutuhan pokok kini dapat bertransformasi menjadi suatu metode untuk memenuhi keinginan yang sifatnya berulang-ulang terhadap suatu barang, tanpa mempertimbangkan secara mendalam nilai kegunaan dan manfaat dari barang tersebut. Fenomena yang mencerminkan berkecenderungan untuk terus-menerus mencari kepuasan melalui pembelian, dikenal sebagai perilaku konsumtif (Aprilia & Firmialy, 2022). Gunawan & Carissa (2021) berpendapat bahwa individu yang membeli suatu produk tanpa mempertimbangkan prioritas kebutuhan tetapi hanya karena keinginannya, menunjukkan perilaku irasional dan kompulsif. Ancaman perilaku konsumtif kian menguat saat fenomena tersebut tidak lagi terbatas pada orang dewasa, tetapi semakin meluas di kalangan remaja, terutama generasi Z sebagai kelompok demografis yang berperan penting dalam perekonomian global.

Di tengah era progres teknologi yang pesat, Gen Z dikenal karena kemampuan adaptasinya dalam lingkungan *digital modern*. Dengan akses internet yang mudah, penguasaan media sosial, dan perangkat *smartphone* di ujung jarinya, kecanggihan teknologi tersebut dapat dilihat melalui adopsi belanja dan transaksi *online* yang lancar dan intuitif. Berdasarkan survei yang diselenggarakan oleh Populix mencatat 54% penduduk Indonesia memilih untuk berbelanja *daring*, dengan generasi Z menjadi kelompok paling dominan melakukan aktivitas belanja *daring* tersebut. Generasi Z

identik mengalami *FOMO (Fear Of Missing Out)* saat berbelanja dan khawatir akan tertinggal dari tren yang ada. Akibatnya, pola belanja mereka menjadi lebih impulsif. Wilayah Jabodetabek diakui sebagai pusat metropolitan utama di Indonesia dengan cakupan wilayah terluas (Wikipedia, 2024). Pemilihan kawasan Jabodetabek dalam penelitian ini didasarkan juga atas pertimbangan metodologis, dengan pertimbangan bahwa karakteristik masyarakat di kawasan ini dapat mewakili dinamika perilaku konsumsi urban digital society, khususnya pada kelompok usia muda yang menjadi fokus penelitian.

Peneliti melakukan studi awal dengan mengumpulkan data melalui observasi dan penyebaran angket secara online dengan bantuan *Google Form* dan melibatkan 30 responden dari Generasi Z yang tinggal di wilayah Jabodetabek. *Link* angket tersebut disebarakan melalui aplikasi WhatsApp untuk mendapatkan informasi mengenai perilaku konsumsi mereka. Sebanyak 22 orang (73,3%) mendapatkan sumber biaya hidup dari orang tua, sementara 8 orang (26,7%) memperoleh pendapatan dari pekerjaan sampingan. Selain memenuhi kebutuhan sehari-hari, Generasi Z menghabiskan uang untuk barang-barang non-esensial. Survei menunjukkan bahwa 10 orang (33,3%) menggunakan uang mereka untuk membeli fashion dan aksesoris, 9 orang (30%) berbelanja barang diskon, dan 3 orang (10%) membeli produk yang sedang tren. Sebagai tindak lanjut dari hasil angket, peneliti melakukan wawancara dengan 10 responden yang menunjukkan perilaku konsumtif. Dari hasil wawancara, 6 dari 10 responden mengakui bahwa mereka sering membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan nyata. Mereka lebih mengikuti tren yang terlihat di media sosial. Selain itu, 8 dari 10 responden mengaku tidak memiliki catatan keuangan pribadi untuk mencatat pengeluaran dan pemasukan mereka. Meskipun telah mendapatkan pendidikan mengenai literasi keuangan, pengetahuan tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam pengelolaan keuangan pribadi, yang menyebabkan konsumtif di kalangan Gen Z.



Gambar 1. 1 Indeks Literasi Keuangan Menurut Kelompok Umur

Sumber : OJK (2024)

Berdasarkan indeks literasi keuangan yang dipublikasikan oleh OJK, kelompok masyarakat berusia produktif (26-35 tahun) menunjukkan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa Generasi Z, yang masih muda, berisiko lebih besar menghadapi masalah keuangan akibat rendahnya pemahaman mereka tentang literasi keuangan. Oleh karena itu, sebagai kelompok yang sedang berkembang, Generasi Z perlu meningkatkan pemahaman mereka tentang literasi keuangan.

Literasi dalam bidang keuangan dinilai sebagai salah satu aspek yang turut berperan penting terhadap lazimnya perilaku konsumtif seseorang. Menurut Lestari & Hwihanus (2024), literasi keuangan mengacu pada kapasitas seseorang dalam mengenali dan menerapkan prinsip-prinsip fundamental dalam bidang keuangan, termasuk anggaran, tabungan, investasi, dan manajemen utang. Literasi keuangan merupakan upaya sistematis untuk memperluas wawasan, mengasah keahlian, dan membentuk kepercayaan diri dalam mengambil keputusan keuangan pribadi yang bijaksana (Lisdayanti *et al.*, 2023). Tidak peduli seberapa besar pendapatannya, jika seseorang mampu mengelola keuangannya dengan baik, ia dapat mengurangi risiko keuangan. Tingginya literasi keuangan berbanding lurus dengan kualitas pemahaman manusia dalam mengatur

keuangan secara efektif, sehingga ia dapat mengurangi perilaku konsumtif yang muncul dalam dirinya.

Di samping literasi keuangan, gaya hidup disebut sebagai bagian elemen krusial dalam membentuk perilaku konsumtif. Kebiasaan konsumsi seseorang yang merefleksikan cara mereka mengeluarkan uang dan menghabiskan waktu dapat disebut sebagai gaya hidup (Haq *et al.*, 2023). Gaya hidup memiliki arti bagaimana seseorang menggunakan waktunya dalam berbagai kegiatan, apa yang dianggap bernilai di lingkungan sosialnya (minat), serta presepsinya terhadap internal diri dan kehidupan disekitarnya. Gaya hidup sangat memengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Misalnya, generasi Z, yang sering terpapar oleh tren dan pengaruh media sosial, menunjukkan kecenderungan untuk mengadopsi gaya hidup hedonis

Keberadaan *Financial Technology (fintech)* berkontribusi terhadap perilaku konsumtif, lantaran akseibilitas akses dan tanpa hambatan dalam melakukan transaksi keuangan mendorong subjek untuk lebih sering berbelanja dan menggunakan layanan keuangan secara *online*. Keberadaan keuangan digital menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunaannya, sebab aksesnya yang fleksibel dan tidak terbatas oleh lokasi maupun waktu. Penggunaan teknologi keuangan membuat mekanisme pembayaran dalam aktivitas jual beli kini berlangsung dengan cara yang lebih praktis dan optimal. Saat ini generasi Z telah menjadi pionir dalam penggunaan teknologi keuangan di Indonesia. Berdasarkan survei yang dimuat oleh Lokadata.id (2024) hasil menunjukkan bahwa sekitar 78% remaja tercatat rutin mengakses fasilitas *fintech*, mulai dari dompet digital, pinjaman daring, hingga pembayaran elektronik.

Dompet digital atau *E-wallet* kini berfungsi menjadi media digital yang memfasilitasi pengguna untuk menyimpan uang elektronik serta mendukung pelaksanaan transaksi pembayaran tanpa menggunakan uang tunai dengan mudah dan praktis. *E-wallet* sudah sangat dikenal di Indonesia,

terlihat dari data survei yang dikerjakan oleh Cimigo (2024) yang menunjukkan bahwa 81% responden saat ini memanfaatkan *e-wallet*. Mayoritas masyarakat umumnya mengandalkan dua sampai tiga aplikasi *e-wallet* yang berbeda. Di antara berbagai *platform* tersebut, GoPay menempati posisi sebagai yang paling diminati, dengan 76% pengguna saat ini. Diikuti oleh ShopeePay yang memiliki 56% pengguna, dan Dana dengan 49%.



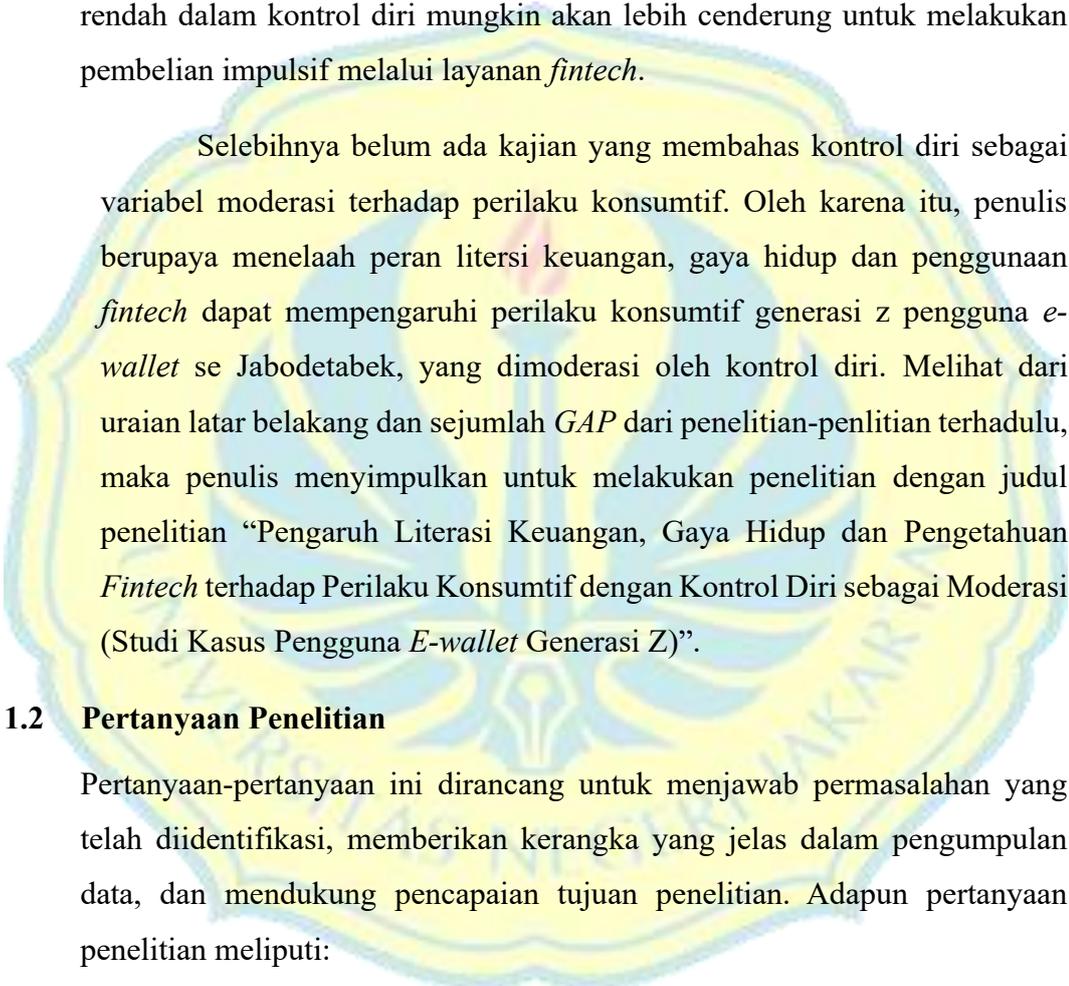
Gambar 1. 2 Persentase Pengguna *E-wallet* di Indonesia

Sumber : Cimigo (2024)

Langkah maju *fintech* yang menghadirkan aplikasi *e-wallet* memang memudahkan kita dalam melakukan berbagai transaksi. Namun dibalik kemudahan membawa tantangan, yaitu sulitnya mengendalikan pengeluaran. Hal ini terjadi karena konsumen seringkali tidak merasakan dampak langsung dari pembayaran, sehingga pengeluaran mereka cenderung meningkat. Masih terbatasnya penelitian yang membahas variabel *fintech* membuat peneliti memilih penggunaan *fintech* sebagai variabel ketiga yang hendak ditelaah.

Kontrol diri digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel moderasi, yang berfungsi untuk memoderasi pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan *fintech* terhadap perilaku konsumtif. Meskipun literasi keuangan yang baik memungkinkan entitas untuk memahami produk-

produk keuangan dan risiko yang terkait, tanpa adanya kontrol diri yang memadai, personal tersebut dapat terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan. Kontrol diri berperan penting dalam menentukan sejauh mana pengetahuan finansial dapat diterapkan dalam praktik sehari-hari. Dengan kata lain, pelaku yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi tetapi rendah dalam kontrol diri mungkin akan lebih cenderung untuk melakukan pembelian impulsif melalui layanan *fintech*.

Selebihnya belum ada kajian yang membahas kontrol diri sebagai variabel moderasi terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penulis berupaya menelaah peran literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan *fintech* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif generasi z pengguna *e-wallet* se Jabodetabek, yang dimoderasi oleh kontrol diri. Melihat dari uraian latar belakang dan sejumlah *GAP* dari penelitian-penelitian terhadulu, maka penulis menyimpulkan untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengetahuan *Fintech* terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Moderasi (Studi Kasus Pengguna *E-wallet* Generasi Z)”.


1.2 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan-pertanyaan ini dirancang untuk menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi, memberikan kerangka yang jelas dalam pengumpulan data, dan mendukung pencapaian tujuan penelitian. Adapun pertanyaan penelitian meliputi:

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif?
3. Apakah *Financial Technology* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif?
4. Apakah Kontrol Diri memoderasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif?

5. Apakah Kontrol Diri memoderasi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif?
6. Apakah Kontrol Diri memoderasi pengaruh *Financial Technology* terhadap Perilaku Konsumtif?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menggali pemahaman komprehensif terkait determinan dari perilaku konsumtif. Literasi keuangan, gaya hidup, dan *financial technology* diposisikan sebagai independen yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Sementara itu, kontrol diri bertindak sebagai faktor moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan tersebut. Untuk itu, penelitian ini disempurnakan dengan tujuan untuk mengetahui:

1. Untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif
2. Penelitian ini untuk menguji pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif
3. Untuk menganalisis pengaruh *Financial Technology* terhadap Perilaku Konsumtif
4. Studi ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kontrol Diri dalam memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif
5. Untuk menguji pengaruh Kontrol Diri dalam memoderasi hubungan antara Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif
6. Untuk menguji pengaruh Kontrol Diri dalam memoderasi hubungan antara *Financial Technology* terhadap Perilaku Konsumtif

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini ditujukan mampu menghasilkan manfaat pengembangan teori sekaligus praktis. Temuan dari penelitian ini tidak hanya akan memperkaya literatur dalam bidang manajemen keuangan dan perilaku konsumtif, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi konsumen dan pengambil kebijakan terkait penggunaan teknologi finansial dalam pengelolaan keuangan. Manfaat penelitian ini dapat dijabarkan pada poin-poin berikut:

1. Teoretis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap pendalaman teori perilaku konsumtif dengan menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku tersebut, seperti literasi keuangan, gaya hidup, dan teknologi finansial.
2. Praktis : Literatur menyediakan data empiris, nantinya bisa dikenakan personalitas, terutama akademisi muda, untuk memaknai urgensi literasi keuangan dan kontrol diri dalam pengelolaan keuangan pribadi. Ini diharapkan dapat membantu mereka membuat keputusan konsumsi yang lebih bijak.

Intelligentia ~ Dignitas