

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam masa globalisasi, perubahan serta peningkatan pada kebutuhan dan keinginan individu berlangsung secara dinamis. Seringkali, laju peningkatan konsumsi melebihi pertumbuhan pendapatan yang diperoleh. Kegiatan konsumsi merupakan bagian penting dalam aktivitas ekonomi manusia, yang bertujuan Dalam masa globalisasi, perubahan serta peningkatan pada kebutuhan dan keinginan individu berlangsung secara dinamis. Seringkali, laju peningkatan konsumsi melebihi pertumbuhan pendapatan yang diperoleh (Lestari, 2018). Namun, saat ini konsumsi Dorongan konsumsi tidak semata berasal dari kebutuhan pokok, melainkan juga keinginan dalam mencapai kepuasan pribadi, mempertahankan status sosial, serta mengikuti tren gaya hidup (*life style*). Hal ini sering kali menyebabkan konsumsi melebihi kemampuan pendapatan, terutama di kota-kota besar (Of & Efendiloğlu, 2019).

Rizkalla et al., 2019 mengatakan bahwa konsumsi memiliki peranan penting dalam kestabilan perekonomian di negara kita yaitu Indonesia. Apabila terjadi konsumsi yang terus meningkat, maka kegiatan ekonomi juga akan tumbuh, karena konsumsi secara langsung memenuhi kebutuhan manusia dan menghasilkan kepuasan melalui penggunaan barang atau jasa. Namun, budaya konsumtif yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif, terutama jika pengeluaran lebih besar dari pendapatan. Kondisi ini semakin nyata di Indonesia, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan yang cenderung mengikuti gaya hidup konsumtif (Amaliah et al., 2023).

Kondisi ini semakin nyata saat masa pandemi Covid-19, ketika aktivitas ekonomi serta transaksi perdagangan mengalami dampak yang cukup besar (Puspitasari et al., 2021). Walaupun begitu, lonjakan konsumsi justru mampu mendorong pergerakan perekonomian dan kegiatan usaha, khususnya pada bidang-bidang yang terkena dampak pandemi. Di tengah

transformasi digital yang pesat di Indonesia, sistem pembayaran digital menjadi inovasi penting dalam mempermudah transaksi ekonomi. Salah satu terobosan terbesar adalah peluncuran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), yang menyatukan berbagai metode pembayaran digital dalam satu sistem terpadu.

Adanya QRIS tak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga turut memengaruhi pola perilaku konsumen, terutama di kalangan Generasi Z yang lekat dengan teknologi dan menyukai segala sesuatu yang praktis. Generasi Z merupakan kelompok usia yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012, dan dibesarkan dalam lingkungan yang dipenuhi perkembangan teknologi digital yang sangat cepat. Karakteristik utama yang membedakan generasi ini dari generasi sebelumnya adalah keterkaitan mereka yang mendalam dengan teknologi, media sosial, dan akses informasi secara instan. Sebagai generasi yang tidak pernah mengalami dunia tanpa internet, Generasi Z secara alami memiliki pola pikir yang lebih global dan terhubung secara digital dibandingkan dengan Generasi X atau bahkan Milenial (N. Dewi et al., 2024).

Penggunaan QRIS juga berkaitan erat dengan literasi keuangan, yaitu kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara cerdas dan tepat (Adam et al., 2022). Fenomena kemudahan transaksi digital ini menimbulkan pertanyaan penting: apakah QRIS mendorong perilaku konsumtif yang impulsif, atau justru membantu meningkatkan kesadaran finansial di kalangan Gen Z? Hal ini menjadi aspek penting yang perlu diteliti, mengingat literasi keuangan menjadi kunci dalam pengambilan keputusan konsumsi yang bijak. Pada masa pandemi Covid-19, penggunaan QRIS meningkat signifikan karena kebutuhan untuk mengurangi kontak fisik dalam transaksi. Bahkan setelah pandemi, pembayaran melalui QRIS tetap diminati masyarakat karena kemudahan dan efisiensinya (Sari et al., 2025).



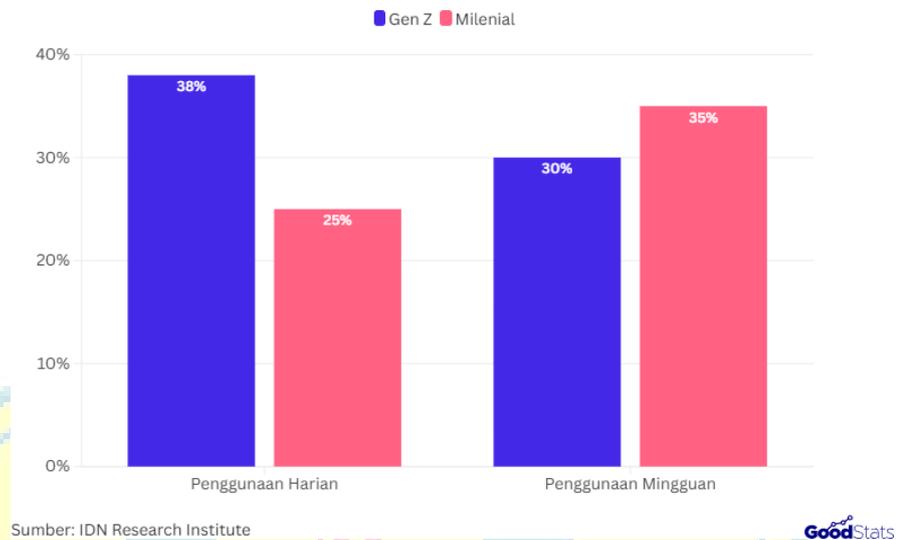
Sumber:
Bank Indonesia (BI)

Informasi Lain:

Gambar 1. 1 Grafik Transaksi Uang Elektronik

Menurut informasi dari Bank Indonesia (BI) yang dikutip melalui Databoks, jumlah serta total transaksi menggunakan uang elektronik di Indonesia menunjukkan lonjakan yang signifikan sejak Januari 2021 hingga Agustus 2024 (Viva Budy Kusnandar 2024). Volume transaksi menunjukkan tren naik secara konsisten, mencapai lebih dari 2,5 juta transaksi pada pertengahan 2024. Sementara itu, nilai transaksi juga mengalami lonjakan, melampaui Rp 200.000 miliar di tahun yang sama. Peningkatan ini terlihat semakin pesat sejak akhir 2022 dan pertengahan 2023, mencerminkan semakin tingginya adopsi pembayaran non-tunai di masyarakat. Data ini menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik terus berkembang, sejalan dengan tren digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia.

Intelligentia - Dignitas



Gambar 1. 2 Frekuensi Penggunaan QRIS Gen Z dan Milenial Tahun 2024

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh IDN Research Institute (2025) terhadap Gen Z dan Milenial di Indonesia pada tahun 2024, penggunaan QRIS menunjukkan tren yang cukup signifikan di kalangan generasi muda. Data menunjukkan bahwa 38% Gen Z menggunakan QRIS secara harian, lebih tinggi dibandingkan dengan Milenial yang hanya 25%. Sementara itu, dalam penggunaan mingguan, 30% Gen Z dan 35% Milenial menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa QRIS telah melekat dalam keseharian digital Generasi Z, yang dikenal cepat dalam mengadaptasi sistem pembayaran non-tunai guna menunjang berbagai kegiatan harian mereka.

Kemudahan diberikan QRIS secara tidak langsung mendorong peningkatan perilaku impulsif, dimana generasi ini cenderung membeli barang atau layanan tanpa perencanaan yang matang, sekadar untuk memenuhi keinginan sesaat atau mengikuti tren yang berkembang. Fenomena "fear of missing out" (FOMO) kerap menjadi faktor pendorong di balik kecenderungan Generasi Z melakukan konsumsi secara berlebihan, dimana mereka merasa harus selalu terlibat dalam setiap perkembangan tren untuk tetap relevan di komunitas sosial mereka (Afista et al., 2024).

Peneliti telah melakukan pra-riset pada Desember 2024 kepada 40 Generasi Z yang berada di Jakarta mengenai perilaku ekonomi mereka dalam pembayaran dan perilaku konsumsi sehari-harinya. Pemilihan responden dilakukan melalui metode purposive sampling, dengan syarat berusia antara 18 hingga 27 tahun, tinggal di wilayah Jakarta, serta rutin menggunakan QRIS dalam aktivitas transaksi harian.

Agar penyajian Pra-Riset menjadi lebih terstruktur, peneliti mengelompokkan skor subjek berdasarkan hasil pengukuran skala yang telah diolah menggunakan Microsoft Excel. Klasifikasi pola konsumsi dalam penelitian ini merujuk pada rumus kategorisasi dari Azwar dalam buku “Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2,” yang dikutip oleh (Ika & Jalantina, 2025) sebagai berikut:

Tabel 1.1 Rumus Kategori Pola Konsumsi

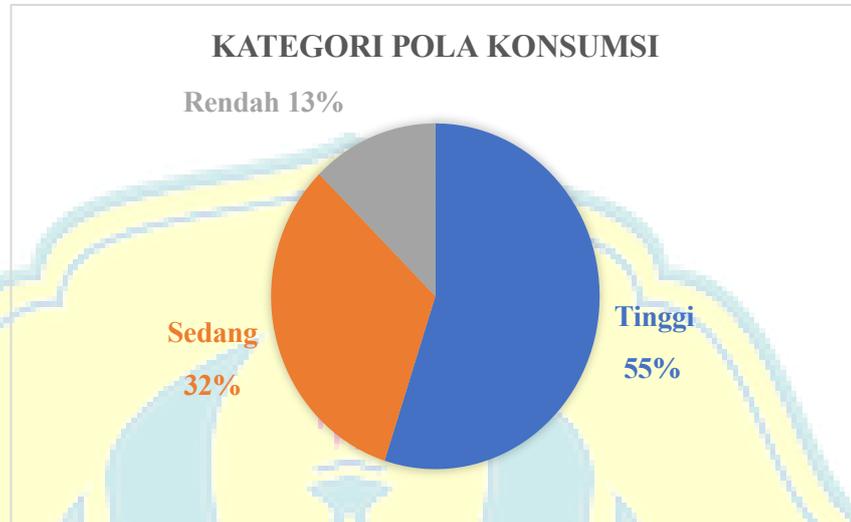
Kategori	Keterangan
Tinggi	$X < \text{Mean} - 1 \text{ SD}$
Sedang	$\text{Mean} - 1 \text{ SD} < X < \text{Mean} + 1 \text{ SD}$
Rendah	$\text{Mean} + 1 \text{ SD} < X$

Berdasarkan ketentuan diatas, maka dapat diketahui batasan skor perilaku konsumsi dalam riset yang telah dilakukan, yaitu:

1. Kategori Tinggi : $X \geq 15.5$
2. Kategori Sedang : $10.5 \leq X < 15.5$
3. Kategori Rendah : $X < 10.5$

Berdasarkan hasil distribusi kuesioner kepada 40 responden Generasi Z di Jakarta melalui Google Form, yang menyertakan tiga pilihan jawaban—Ya (skor 3), Mungkin (skor 2), dan Tidak (skor 1)—dengan total enam pertanyaan, diperoleh data bahwa skor tertinggi mencapai 18 dan skor terendah adalah 9. Rata-rata (mean) skor pola konsumsi tercatat sebesar 14,15 dengan standar deviasi sebesar 2,67.

Berikut merupakan visualisasi data dalam bentuk diagram yang telah diolah oleh peneliti.



Gambar 1. 3 Hasil Pra-Riset Kategori Pola Konsumsi

Hasil analisis menunjukkan bahwa dari total 40 responden Generasi Z di Jakarta, sebanyak 12,5% atau 5 orang berada pada kategori rendah, 57,5% atau 23 responden termasuk dalam kategori sedang, dan 30% atau 12 orang tergolong dalam kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas Generasi Z di Jakarta cenderung menunjukkan tingkat konsumsi pada kategori sedang hingga tinggi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Meski demikian, masih terdapat hal yang perlu menjadi perhatian, yakni bahwa pengaruh yang ditimbulkan dapat bersifat positif maupun negatif, sebagaimana disampaikan dalam hasil penelitian yang dikutip (Edy et al., 2018) disebutkan bahwa perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran digital turut memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Faktor seperti kemudahan akses, kecepatan proses, serta kenyamanan dalam penggunaannya berperan dalam mendorong peningkatan kecenderungan konsumtif.

Melalui pemaparan latar belakang tersebut, peneliti merasa terdorong untuk mengangkat topik penelitian berjudul: “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan QRIS Terhadap Pola Konsumsi Gen Z di Jakarta”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti merumuskan inti permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a) Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap pola konsumsi Gen Z di Jakarta?
- b) Apakah penggunaan QRIS berpengaruh terhadap pola konsumsi Gen Z di Jakarta?
- c) Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara literasi keuangan dan pemanfaatan QRIS terhadap pola konsumsi Generasi Z di wilayah Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan terhadap pola konsumsi Generasi Z di Jakarta.
- b) Untuk mengkaji pengaruh penggunaan QRIS terhadap pola konsumsi Generasi Z di Jakarta.
- c) Untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan dan penggunaan QRIS secara simultan terhadap pola konsumsi Generasi Z di Jakarta.

1.4 Manfaat

Merujuk pada uraian sebelumnya, penelitian ini memberikan dua jenis manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan secara praktis. Penjelasan masing-masing manfaat tersebut disampaikan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Menyumbangkan pemikiran bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya dalam menjelaskan hubungan antara literasi keuangan serta teknologi pembayaran digital (QRIS) dengan pola konsumsi Generasi Z.
2. Dapat dijadikan sebagai referensi serta sumber informasi bagi peneliti maupun akademisi yang ingin mendalami keterkaitan antara literasi keuangan, penggunaan QRIS, dan perilaku konsumtif di kalangan generasi muda.
3. Memberikan dasar teoritis bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam menyusun strategi untuk meningkatkan literasi keuangan dan penggunaan pembayaran digital secara bijak di kalangan generasi Z.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Memberikan wawasan dan pemahaman mengenai pentingnya literasi keuangan dan dampak penggunaan QRIS terhadap pengelolaan konsumsi sehari-hari, khususnya bagi Gen Z yang hidup di era digital.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini bisa menjadi sebuah referensi tambahan dalam kajian-kajian ilmiah di bidang ekonomi, khususnya dalam isu perilaku konsumsi, literasi keuangan, dan transformasi digital di sektor keuangan.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari pemenuhan syarat kelulusan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, sekaligus menjadi sarana pembelajaran berbasis empiris terkait pengaruh literasi keuangan dan pemanfaatan QRIS terhadap pola konsumsi Generasi Z di Jakarta.