

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dengan pesat tentunya menyebabkan beberapa perubahan dan kemajuan dalam kehidupan manusia yang dapat mempermudah dan membantu dalam menjalani kegiatan sehari-hari. Salah satu terobosan yang muncul adalah *FinTech* (*Financial Technology*), sebuah inovasi industri yang menggabungkan teknologi modern dengan layanan keuangan untuk menciptakan solusi yang lebih efisien (Schueffel, 2016). *FinTech* dirancang untuk mempermudah akses masyarakat terhadap produk-produk keuangan sekaligus menyederhanakan proses transaksi, sehingga memberikan pengalaman yang lebih praktis dan cepat.

Salah satu bentuk inovasi *FinTech* yang populer adalah dompet digital yang dapat diartikan sebagai akun elektronik berbasis prabayar yang memungkinkan pengguna menyimpan dana secara digital untuk keperluan transaksi digital (Ali & Gopalan, 2018; Riyanto et al., 2020). Kehadirannya telah mengubah cara masyarakat bertransaksi, mulai dari pembayaran tagihan rutin, transportasi, hingga pemesanan tiket secara online. Selain itu, dompet digital juga memfasilitasi berbagai kebutuhan lainnya, seperti belanja online, pembayaran rekreasi, dan transaksi lainnya yang membutuhkan kemudahan dan kecepatan (Ali & Gopalan, 2018).

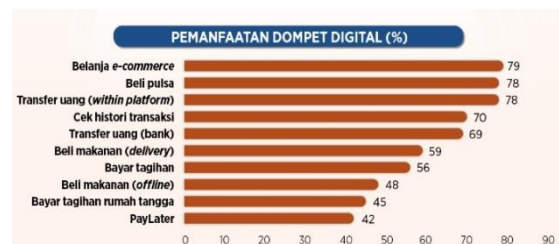
Hal ini dapat dilihat dari tingginya minat masyarakat dalam penggunaan dompet digital sebagai berikut:

DOMPET DIGITAL MAKIN DIMINATI

Popularitas dompet digital sebagai metode pembayaran kian merangkak naik. Keamanan dan kemudahan yang ditawarkan menjadi nilai tambah yang berhasil mendorong masyarakat beralih.



Gambar 1.1 Metode Pembayaran



Gambar 1.2

Pemanfaatan Dompet Digital yang diminati



Gambar 1.3 Platform Dompet Digital Paling Populer

Menurut laporan Insight Asia dalam survei berjudul “*Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*”, dompet digital mendominasi preferensi masyarakat sebagai alat pembayaran. Data pada Gambar 1.1 menyampaikan, 74% responden memilih dompet digital sebagai metode transaksi utama mereka, sementara metode tradisional seperti uang tunai hanya dipilih oleh 49%. Selain itu, VA transfer (16%), kartu debit (17%), PayLater (18%),

QRIS (21%), dan transfer bank (24%) juga menjadi pilihan, meskipun dengan persentase yang lebih rendah.

Lebih lanjut, Gambar 1.2 mengungkapkan bahwa dompet digital paling sering digunakan untuk belanja online (79%), diikuti oleh pembelian pulsa (78%), transfer uang (78%), pengecekan riwayat transaksi (70%), dan transfer bank (69%). Sementara itu, Gambar 1.3 menunjukkan dominasi platform dompet digital di Indonesia, dengan GoPay menempati posisi teratas (71%), disusul oleh OVO (70%) dan Dana (61%).

Di sisi lain, literasi keuangan memegang peranan penting dalam mengatur perilaku finansial seseorang. Menurut Mubarakah & Rita (2020), minimnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan dapat memicu kebiasaan boros dan konsumtif, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan kerugian finansial. Seseorang yang mampu menggunakan finansial yang bijaksana, mengelola anggaran secara efektif, dan menghindari dorongan untuk berbelanja secara berlebihan atau tanpa perencanaan yang matang adalah orang yang memiliki pemahaman keuangan yang bagus. Intinya, pemahaman keuangan yang memadai dapat menjadi tameng yang kuat dalam mencegah perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

Berdasarkan studi dari Nawawi (2020), terdapat tiga faktor utama yang mendorong mahasiswa memakai e-wallet. Pertama, promo menarik yang sering diberikan oleh platform dompet digital. Kedua, kenyamanan dalam proses transaksi yang membuat pengguna merasa lebih praktis. Ketiga, kemudahan penggunaan *e-wallet*, terutama saat melakukan transaksi belanja online. Hal ini sejalan dengan pendapat Della dan Trisni (2021) bahwa belanja online sebagai aktivitas jual beli melalui platform digital, baik melalui situs web maupun aplikasi. Belanja online sering kali menawarkan berbagai promosi dan diskon, yang secara signifikan memengaruhi minat belanja, khususnya di kalangan mahasiswa. Kebiasaan ini dapat memicu peningkatan perilaku konsumtif, terutama jika tidak diimbangi dengan kesadaran finansial yang memadai.

Perilaku konsumtif berarti kecenderungan melakukan pembelian jasa atau barang untuk mencari kepuasan atau kesenangan sesaat. Di era digital seperti sekarang, perilaku ini semakin meningkat, terutama di kalangan mahasiswa melek teknologi. Kehadiran media sosial dan *e-commerce* turut memperparah fenomena ini, karena keduanya menawarkan kemudahan akses dan promosi yang menggoda. Ironisnya, meskipun mahasiswa diharapkan memiliki literasi keuangan yang baik, banyak dari mereka justru terjebak dalam pola konsumsi yang tidak sehat. Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan tingginya gaya hidup atau kurangnya pemahaman dalam pengelolaan keuangan secara efektif. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, kebiasaan ini dapat berdampak negatif pada stabilitas finansial seseorang.

Universitas Prima Indonesia, sebuah perguruan tinggi swasta di Medan, memiliki sepuluh fakultas, yaitu Fakultas Psikologi, Fakultas Agro Teknologi, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Fakultas Keperawatan dan Kebidanan, Fakultas Kedokteran Gigi, Fakultas Kedokteran. Mayoritas mahasiswanya berasal dari luar daerah dan bergantung pada kiriman orang tua, meskipun beberapa di antaranya sudah bekerja. Mahasiswa umumnya cenderung konsumtif karena mengikuti tren dan mencari pengakuan sosial, seringkali membeli barang bermerek hanya untuk mengikuti gaya hidup tertentu.

Kemajuan *fintech*, terutama *e-wallet*, memfasilitasi belanja *online* dengan promosi menarik, yang berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif.

Berdasarkan fenomena itu, peneliti ingin melakukan studi tentang “**Pengaruh Dompot Digital, Literasi Keuangan dan Belanja *Online* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Prima Indonesia.**” Dengan objek penelitiannya adalah mahasiswa aktif fakultas Hukum tahun 2019 – 2024.

I.2 Identifikasi Masalah

Berikut identifikasi permasalahan studi ini berdasarkan latar belakang di atas:

1. Peningkatan penggunaan dompet digital menimbulkan pembayaran dan belanja *online* yang semakin melonjak yang akan meningkatkan perilaku konsumtif
2. Promosi dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian secara implusif sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.
3. Literasi keuangan yang baik dapat membantu seseorang mengambil keputusan dan mengelola keuangan dengan tepat.

I.3 Rumusan Masalah

Berikut rumusan permasalahan studi ini berdasarkan identifikasi permasalahan di atas:

1. Bagaimana pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia ?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia ?
3. Bagaimana pengaruh belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia ?
4. Bagaimana pengaruh dompet digital, literasi keuangan dan belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia ?

I.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ditetapkan antara lain :

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh dompet digital, literasi keuangan dan belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia.

I.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Bagi Peneliti dan Peneliti Selanjutnya

Harapannya, studi ini mampu menambah wawasan dan keterampilan peneliti terkait dengan pengaruh penggunaan dompet digital ,literasi keuangan dan belanja *online* dikalangan mahasiswa dan diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti lain.

b. Manfaat Bagi Universitas Prima Indonesia

Harapannya, studi ini mampu menjadi sumbangan pemikiran bagi pihak Universitas Prima Indonesia , sebagai tambahan daftar kepustakaan dan memberikan informasi terkait penggunaan dompet digital , literasi keuangan dan belanja *online* pada mahasiswa di Universitas Prima Indonesia.

I.6 Dompet Digital

Dompet digital adalah cara mudah berbelanja tanpa uang tunai. Fungsinya tidak hanya untuk pembayaran, tetapi juga untuk transaksi lainnya. (Megadewandanu, Suyoto, & Pranowo, 2016).

I.7 Literasi Keuangan

Pemahaman dasar tentang keuangan yang penting bagi setiap orang. Pemahaman ini memengaruhi kondisi keuangan dan kemampuan membuat keputusan ekonomi yang baik (Anggraeni, 2015).

I.8 Belanja Online

Aktivitas jual-beli melalui internet, baik di situs belanja maupun *web browser*. Belanja online memungkinkan pembeli berbelanja secara *real-time*, dengan berbagai pilihan pembayaran seperti *Cash on Delivery*, minimarket, *mobile banking*, dan transfer bank (Della & Trisni, 2021).

I.9 Perilaku Konsumtif

Perilaku melakukan transaksi pembelian produk dengan boros, bahkan untuk sesuatu yang tidak dibutuhkan (Warsidi, 2021). Perilaku konsumtif adalah sebuah kondisi dimana individu membeli dan mengonsumsi sebuah produk secara berlebihan dan tidak terencana karena didorong oleh keinginan untuk memuaskan kesenangan dan tidak berdasarkan oleh kebutuhannya.

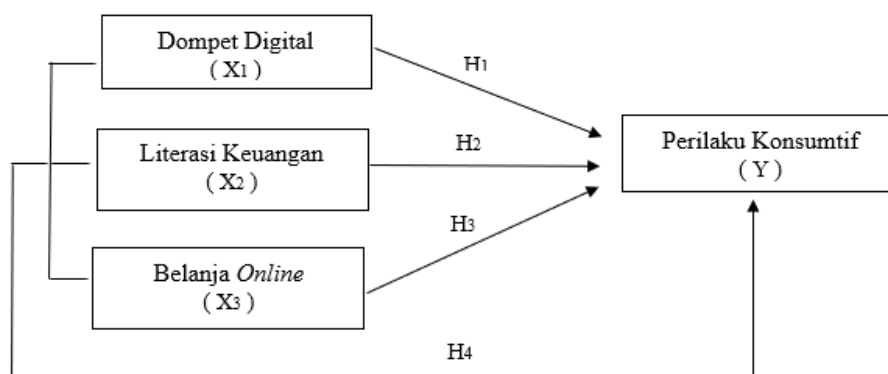
I.10 Penelitian terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Prasetyo Harisandi dan Wiyarno (2023)	Pengaruh Belanja <i>Online</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Alfagift - Alfamart	Belanja <i>Online</i> (X1) dan Perilaku Konsumtif (Y)	Studi mengungkapkan bahwa belanja <i>online</i> , khususnya melalui aplikasi Alfagift, berpengaruh positif dan bersignifikan pada perilaku konsumtif penggunaanya.
2	Dela Septiansari dan Trisni Handayani (2021)	Pengaruh Belanja <i>Online</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19	Belanja <i>Online</i> (X1) dan Perilaku Konsumtif (Y)	Belanja <i>online</i> berpengaruh positif bersignifikan pada perilaku konsumtif mereka melalui aplikasi belanja <i>online</i> .
3	Dewi Oktary, Faradina Inda	Pengaruh Literasi Keuangan dan E-	Literasi Keuangan (X1) ,	Literasi keuangan tidak memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara

	Wardhani (2023)	Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Indonesia Pontianak	E-Wallet (X2) , Perilaku Konsumtif (Y)	signifikan. Namun, penggunaan <i>e-wallet</i> terbukti mempunyai dampak positif signifikan pada perilaku konsumtif.
4	Novita Herlizah, Subali (2023)	Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung , Jakarta Timur	Dompot Digital (X) , Perilaku Konsumtif (Y)	Studi yang dilakukan di Cakung Timur menunjukkan dompot digital berdampak positif dan signifikan pada perilaku konsumtif masyarakat setempat.
5	Delyana Rahmawany Pulungan dan Hastina Febriaty (2023)	Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Gaya Hidup (X1), Literasi Keuangan (X2) , Perilaku Konsumtif (Y)	Gaya hidup berkorelasi positif yang kuat dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, literasi keuangan berkorelasi negatif signifikan dengan perilaku konsumtif.

I.11 Kerangka Konseptual



Gambar 1.4
Kerangka Konseptual

I.12 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan analisis diatas, diperoleh hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Dompot digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia
- H2 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia
- H3 : Belanja *online* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia
- H4 : Dompot digital, literasi keuangan dan belanja *online* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia