

PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT QRIS, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GEN Z

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan. Salah satu inovasi yang cukup mencolok adalah sistem pembayaran digital yang dikenal dengan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). QRIS merupakan inisiatif dari Bank Indonesia untuk memfasilitasi transaksi keuangan di Indonesia secara lebih efisien dan aman, serta memperluas inklusi keuangan di masyarakat. QRIS memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran hanya dengan memindai kode QR, yang sangat mempermudah transaksi sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda, termasuk Generasi Z (Zalaznick, 2020).

Generasi Z, yang merupakan individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi digital yang tumbuh di era teknologi dan internet. Mereka memiliki pola Perilaku Konsumtif yang unik, yang sangat dipengaruhi oleh keterampilan literasi keuangan dan akses terhadap teknologi. Perilaku konsumtif mereka cenderung lebih dipengaruhi oleh tren digital dan sosial media, di mana metode pembayaran yang praktis dan cepat seperti QRIS menjadi pilihan utama. Hal ini menciptakan tantangan serta peluang bagi para pemangku kepentingan, seperti lembaga keuangan, pengusaha, dan pemerintah dalam memfasilitasi penggunaan alat pembayaran ini (Rogers, 2021).

Namun, meskipun terdapat banyak kemudahan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital, tidak semua pengguna memiliki pemahaman yang sama mengenai literasi keuangan. Literasi keuangan yang rendah dapat berimplikasi pada perilaku konsumtif yang tidak bijaksana. Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung melakukan pengelolaan keuangan yang lebih baik dan membuat keputusan belanja yang lebih rasional (Lusardi & Mitchell, 2014). Hal ini mengindikasikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara tingkat literasi

keuangan, adopsi teknologi pembayaran digital, dan perilaku konsumtif, terutama di kalangan Generasi Z.

Melihat fenomena ini, penting untuk menjelajahi lebih dalam bagaimana digital payment QRIS dan literasi keuangan saling berinteraksi memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z di Fakultas Psikologi UNPRI. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengembangan program literasi keuangan yang lebih efektif serta strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran bagi penyedia layanan pembayaran digital.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Digital Payment* (QRIS) dan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat di dalam tingkat kecamatan. Namun, pada penelitian ini dilakukan dalam konteks yang berbeda, yaitu dilakukan di Fakultas Psikologi UNPRI. Perbedaan populasi, wilayah, dan kondisi lingkungan akademik ini menimbulkan *research gap* atau kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut untuk melihat apakah hasil penelitian sebelumnya juga berlaku dalam konteks kampus.

1.2 Tinjauan Pustaka

1.2.1 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif, atau pola hidup boros, menyebabkan kecemburuan sosial karena orang cenderung membeli semua yang mereka inginkan tanpa mempertimbangkan harga atau kegunaannya. Di sisi lain, masyarakat yang kurang mampu akan semakin sulit untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu. Kemudian mengurangi peluang untuk menabung karena masyarakat cenderung membelanjakan lebih banyak uang daripada menabung untuk kebutuhan masa depan (Pulungan and Febraty 2018).

Keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal dikenal sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif memiliki dua komponen utama, yaitu keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tujuan untuk mencapai kepuasan semata. Berdasarkan teori dan aspek-aspek perilaku konsumtif, dapat disimpulkan bahwa indikator perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan secara berlebihan. (Hasan Sulistyo Pribadi, 2022).

Sehingga kesimpulan yang didapat yaitu Perilaku konsumtif merupakan kebiasaan membeli barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan, harga, maupun manfaatnya. Hal ini bertujuan hanya untuk kepuasan semata, tetapi berdampak negatif seperti menurunnya kemampuan menabung dan timbulnya kecemburuan sosial bagi masyarakat yang kurang mampu.

1.2.2 Pengaruh Digital Payment Qris Terhadap Perilaku Konsumtif

Suatu sistem yang menyediakan alat untuk membayar jasa atau barang secara online dikenal sebagai digital payment (Houston, 2020).

Pengaruh Digital Payment Qris Terhadap Perilaku Konsumtif Secara keseluruhan, kecepatan, keamanan, dan kemudahan penggunaan QRIS mungkin akan menarik rasa nyaman pelanggan dalam melakukan pembayaran dan berpartisipasi dalam pemasaran. Namun, untuk mengevaluasi perubahan lingkungan QRIS dan konsekuensinya terhadap perilaku konsumen, diperlukan studi dan pemantauan lebih lanjut (Rahardi, 2023).

Sehingga kesimpulan yang didapat yaitu Digital payment seperti QRIS merupakan sistem pembayaran online yang praktis, aman, dan mudah digunakan. Kemudahan ini dapat memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat, sehingga diperlukan penelitian dan pemantauan lebih lanjut untuk melihat dampaknya terhadap konsumen.

1.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

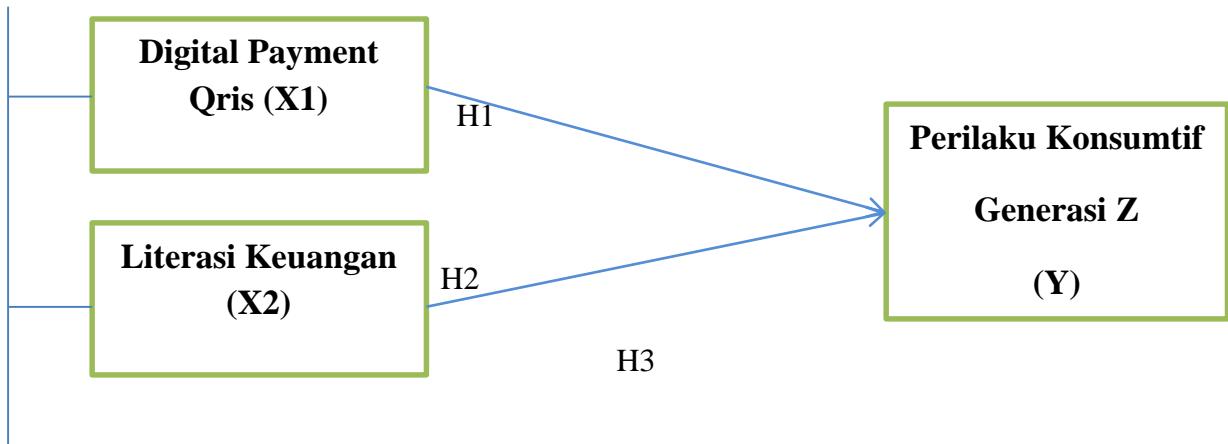
Literasi keuangan telah menjadi sebuah kecakapan hidup yang harus dimiliki oleh setiap individu dalam menjalani kehidupan jangka panjang, untuk itu literasi keuangan sendiri terdiri dari beberapa kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya, karena literasi keuangan sangat erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka akan semakin baik pula pengelolaan keuangan orang tersebut (Baptista, 2021; Fauzia & Nurdin, 2019; Ridhayani & Johan, 2020).

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Wahyuni, 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan. Selanjutnya penelitian yang juga telah

dilakukan oleh (Dzakiyyah et al., 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh langsung positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Sehingga kesimpulan yang didapat yaitu Literasi keuangan merupakan kemampuan penting dalam mengelola uang untuk meningkatkan taraf hidup. Tingkat literasi keuangan yang baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan maupun perilaku konsumtif seseorang

1.3 Kerangka Konseptual



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Sumber : Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dikembangkan sebagai berikut :

H1 = Terdapat pengaruh antara penggunaan *Digital Payment* (Qris) (X1) terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia (UNPRI).

H2 = Terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia (UNPRI).

H3 =Terdapat pengaruh secara simultan antara *Digital Payment* (Qris) (X1) dan Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia (UNPRI).

