

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peningkatan penggunaan *e-wallet* atau dompet digital dapat dilihat sebagai respons terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pola pembelian masyarakat (Kompasiana, 2023). *E-wallet* menawarkan kemudahan penggunaan yang membuatnya semakin populer. Pengguna hanya perlu mengunduh aplikasi *e-wallet* di ponsel pintar dan menambahkan saldo ke dalam dompet digital mereka. Penggunaan *e-wallet* yang mudah membuat beberapa pengguna menjadi konsumtif bahkan mendukung gaya hidup yang hedonis (Kompasiana, 2023).

Pembelian barang yang berdasarkan atas keinginan pribadi tanpa memperhatikan kegunaan dan manfaat cenderung membuat seseorang menjadi konsumtif (Wahyuni et al., 2019). Menurut Gumulya & Widiastuti (2013), tindakan membeli barang dengan pertimbangan emosional atau yang dimaksud dengan perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Hal ini juga selaras dengan pernyataan Kurniawan (2017) yaitu pola perilaku konsumtif didasarkan pada kecenderungan atas kesenangan pribadi dan hasrat kebendaan, dimana pembelian produk lebih mementingkan faktor keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Perilaku konsumtif ini cenderung menimbulkan biaya yang lebih tinggi karena tidak lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan tetapi lebih mengarah pada pemenuhan keinginan (Alamanda, 2018). Perilaku konsumtif merupakan suatu pola perilaku di mana seseorang cenderung membeli dan

menggunakan barang atau jasa dengan jumlah yang berlebihan atau tidak seimbang dengan yang dibutuhkan (Wahyuni et al., 2019). Remaja cenderung tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan (Fattah, 2017). Menurut Laturette et al. (2021) Generasi Z memiliki prinsip YOLO (*You only live once*) yaitu menikmati hidup saat ini tanpa mengkhawatirkan hidup yang akan datang. Hal ini dapat dilihat dimana generasi Z lebih memilih untuk menyisihkan uangnya untuk pergi liburan dibandingkan untuk masa depannya (Pulungan & Febriaty, 2018). Oleh karena itu, perlu adanya kesadaran untuk mengendalikan perilaku konsumtif dan mengutamakan kebutuhan yang lebih penting.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya literasi keuangan, gender, dan gaya hidup hedonis. Literasi keuangan merupakan tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami dan mengelola keuangan mereka dengan baik, serta membuat keputusan keuangan yang cerdas. Ini melibatkan pemahaman tentang konsep dasar keuangan, seperti pengaturan anggaran, menabung, berinvestasi, meminjam uang, mengambil asuransi, membayar pajak, dan hal-hal sejenisnya. Dengan kata lain, literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengelola keuangan mereka secara efektif dan bijaksana. Literasi keuangan berkaitan dengan pengetahuan keuangan seseorang. Menurut (Mubarokah & Rio Rita, 2020) apabila pengetahuan seseorang akan keuangan kurang, seseorang tersebut akan mengalami kerugian karena

berperilaku boros dan konsumtif. Individu yang memiliki pengetahuan keuangan akan mampu mengelola perilaku konsumsinya (Putri et al., 2016). Dewi & Rusdarti (2017) menjelaskan bahwa baiknya kemampuan literasi keuangan akan membantu individu memilih dan memberi komplain barang dan jasa yang dikonsumsinya secara cerdas, selain itu pemahaman literasi keuangan akan membantu individu lebih mudah mengelola keuangannya serta membuat perencanaan di masa depan. Literasi keuangan diperlukan untuk meminimalisir tindakan konsumtif terhadap pembelian barang maupun jasa bagi pengguna e-wallet. Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Ridhayani & Johan (2020) yang menyatakan literasi keuangan mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif yang berarti meningkatnya tingkat literasi keuangan akan dapat berpengaruh terhadap menurunnya perilaku konsumtif.

Gender merupakan persepsi manusia dalam membedakan perempuan dan laki-laki. Gender berperan dalam aspek kehidupan manusia, termasuk pandangan status perempuan yang lebih rendah daripada laki-laki dalam masyarakat. Contohnya seorang laki-laki akan dianggap kuat, rasional, dan maskulin sedangkan perempuan dianggap lembut, anggun, dan emosional. Atribut yang menempel pada laki-laki dan perempuan tersebut yang menjadi gender itu sendiri (Pramuda et al., 2019). Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Romadloniyah & Setiaji (2020) yang menyatakan bahwa gender berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang dimana perempuan cenderung membeli bukan berdasarkan kebutuhan melainkan untuk kesenangan atau perayaan yang didasarkan keinginan.

Gaya hidup menentukan sikap dan perilaku keuangan masyarakat. Generasi Z lebih mementingkan gaya hidup mereka dibandingkan membeli peralatan yang dibutuhkan. Gaya hidup hedonis sangat berbahaya bagi keuangan generasi z karena membuat keuangan mahasiswa tidak memiliki perencanaan. Gaya hidup yang hedonis membuat generasi z tidak bisa merencanakan keputusan keuangan dengan baik (Sartika & Hudaniah, 2018). Gaya hidup hedonis adalah suatu pola perilaku di mana seseorang mengutamakan kesenangan dan kenikmatan jangka pendek sebagai prioritas dalam hidupnya. Gaya hidup ini sering kali dicirikan oleh pengeluaran yang berlebihan pada barang-barang mewah, kegiatan sosial yang mengasyikkan, dan pengalaman sensorik yang memuaskan. Dalam gaya hidup hedonis, individu cenderung menghindari rasa tidak nyaman atau ketidaknyamanan, seperti rasa bosan, kelelahan, atau stres, dan berusaha untuk memaksimalkan pengalaman positif yang memicu pelepasan dopamin dalam otak. Gaya hidup hedonis menandakan gaya hidup yang mengikuti kesenangan hidup tanpa memikirkan akibatnya. Ketika seseorang memiliki gaya hidup hedonis, cenderung memiliki perilaku konsumtif (Abadi et al., 2020; Khairat et al., 2019; Rahmat et al., 2020)

Perilaku konsumtif yang terjadi saat ini akibat perkembangan teknologi salah satunya *e-wallet*. Generasi z setidaknya memiliki satu atau dua *e-wallet* untuk kemudahan dalam transaksi pembayaran. Perkembangan *financial technology* melesat di saat terjadinya pandemi *covid-19* yang dimana masyarakat dituntut untuk tidak menggunakan uang fisik. Generasi Z yang sudah nyaman menggunakan *e-wallet* sudah tidak bisa kembali untuk menggunakan uang fisik saja sehingga generasi z sudah menganggap *e-wallet* sebagai bagian dari dirinya.

Berdasarkan (Khumairo, 2022) menjelaskan bahwa dompet digital mempermudah masyarakat dalam bertransaksi karena memberikan akses yang mudah dan tanpa hambatan. Berbagai fitur yang disediakan dalam dompet digital juga membantu dalam melakukan transaksi dan aktivitas lainnya, sehingga mendorong pengguna untuk mengurangi penggunaan uang tunai. Transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat gawai. Dengan demikian, kemudahan akses yang diberikan oleh dompet digital memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan lebih mudah dan efisien. (Khumairo, 2022) juga mengungkapkan bahwa untuk bersaing di pasar, perusahaan *e-wallet* menerapkan strategi *cashback* dan diskon besar-besaran. Promosi yang menarik tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat, sehingga tergoda untuk mengeluarkan uang untuk barang atau jasa yang sebenarnya tidak diperlukan. Hal ini menyebabkan alokasi dana untuk kebutuhan yang lebih mendesak terganggu. Kebiasaan konsumtif ini adalah konsekuensi negatif dari penggunaan dompet digital.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah literasi keuangan mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z dalam penggunaan *e-wallet*?
2. Apakah gender mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z dalam penggunaan *e-wallet*?
3. Apakah gaya hidup hedonis mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z dalam penggunaan *e-wallet*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh yang signifikan negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z dalam penggunaan *e-wallet*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan gender terhadap perilaku konsumtif generasi z dalam penggunaan *e-wallet*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh yang signifikan positif gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif generasi z dalam penggunaan *e-wallet*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dengan adanya penelitian, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
Hasil Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti perilaku konsumtif.
2. Bagi Pemerintah
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi ide atau masukan bagi pemerintah untuk menyiapkan rencana-rencana dalam mengedukasi perilaku konsumtif masyarakat terutama generasi z.
3. Bagi Masyarakat
Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi Masyarakat tentang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Membahas latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas penelitian terdahulu, landasan teori yang digunakan sesuai dengan variabel yang digunakan, kerangka pemikiran dan hipotesisnya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Membahas pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, uji validitas dan realibilitas, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Membahas gambaran subyek penelitian dan analisis data yang meliputi analisis deskriptif, analisis inferensial, serta pembahasan hasil dari penelitian.

BAB V : PENUTUP

Membahas kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran berdasarkan dari hasil penelitian yang sekaligus sebagai akhir dalam penulisan skripsi.