

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehadiran globalisasi telah memengaruhi keberadaan manusia secara signifikan. Dampak yang dirasakan tersebut yaitu perkembangan dalam teknologi yang hadir di tengah kehidupan sosial. Dampak dari teknologi membuat kebutuhan manusia semakin meningkat dan beragam. Adanya teknologi menawarkan berbagai kemudahan dalam kehidupan sosial, teknologi menawarkan kemudahan dalam berbagai hal seperti adanya *platform* belanja *online* atau *E-Commerce*, *E-Wallet*, bahkan hingga kemudahan dalam mengajukan pinjaman *online*. Kemudahan yang dihadirkan oleh teknologi tidak selalu sepenuhnya memberikan dampak yang positif, melainkan juga memicu konsekuensi negatif. Salah satu dampak negative tersebut adalah munculnya kecenderungan meningkatnya pola konsumsi dalam masyarakat. Dengan kemudahan teknologi yang ditawarkan membuat masyarakat cenderung membeli barang sesuai keinginan dan tidak berdasarkan kebutuhan. Peningkatan pola konsumsi akan membuat kondisi keuangan menurun. Kebiasaan belanja dengan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan membuat masyarakat menjadi konsumtif sehingga keuangan menjadi tidak stabil. Disinilah pentingnya memiliki pemahaman akan literasi keuangan yang baik untuk menghindari perilaku konsumtif (Sufatmi & Purwanto, 2021).

Tabel 1.1 menunjukkan hasil survey OJK mengenai literasi keuangan di Indonesia. Tetapi nilai tersebut jika dibandingkan dengan negara ASEAN

merupakan nilai yang paling rendah dimana nilai negara lain rata-rata telah mencapai 70% dengan adanya informasi tersebut berarti masih terdapat 35% masyarakat Indonesia yang masih mempunyai literasi keuangan digital yang buruk.

Tabel 1. 1 Indeks Literasi Keuangan Digital 2023-2024

Tahun	Literasi Keuangan
2023	62%
2024	65%

Sumber: Data INDEF www.ojk.go.id

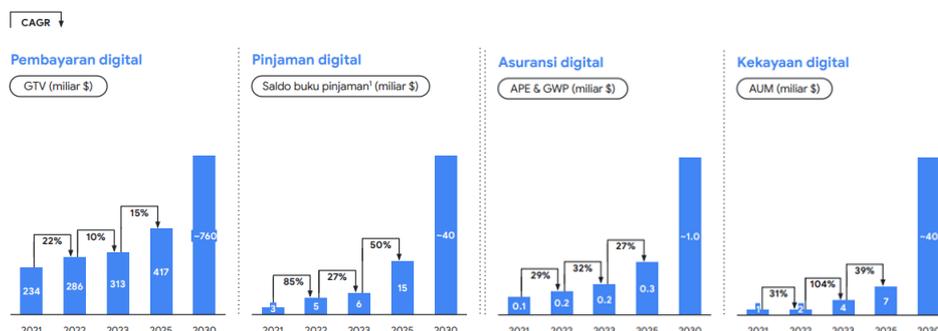
Hasan Fawzi, Kepala Eksekutif Badan Pengawas Inovasi Teknologi Sektor Keuangan, Aset Keuangan Digital, dan Aset Kripto (IAKD) OJK, menyampaikan kuliah umum di Makassar pada Oktober 2024 menyatakan bahwa kunci untuk memastikan masyarakat dapat menggunakan layanan keuangan digital secara bertanggung jawab adalah dengan memiliki pemahaman yang kuat tentang inovasi dan keuangan digital. Mahasiswa, sebagai agen perubahan, menjadi sasaran utama dari pesan tersebut dengan harapan mereka dapat berperan sebagai pelopor dalam masyarakat dan memiliki tingkat literasi keuangan yang baik. Untuk menghindari dampak negatif dari kemudahan layanan digital, seseorang harus memiliki pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan digital yaitu berperilaku konsumtif (Rosita & Anwar, 2022).

Berdasarkan laporan Google *E-Conomy SEA*, Temasek & Bain (2023) beberapa produk dari industri *financial technology* mengalami pertumbuhan. Pembayaran digital pada tahun 2023 mengalami pertumbuhan 10% dari tahun sebelumnya dan diperkirakan akan tumbuh 15% pada tahun-tahun selanjutnya.

Sama halnya dengan pinjaman digital yang mengalami pertumbuhan, serta secara keseluruhan industri *financial technology* juga akan mengalami pertumbuhan. Sebagaimana grafik 1.1 data pertumbuhan layanan *digital finance* di Indonesia memberikan informasi bahwa pertumbuhan tertinggi pada layanan *digital financial* adalah pada pembayaran digital. Pembayaran digital merupakan *financial technology* yang sangat sering dan sangat umum digunakan untuk melakukan transaksi setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai beralih menggunakan sistem pembayaran digital yang lebih efisien dan mudah untuk diakses, seperti dompet digital dan alat pembayaran digital lainnya.

Grafik 1. 1 Perkiraan Pertumbuhan Layanan Digital Finance Indonesia Tahun

2021-2030



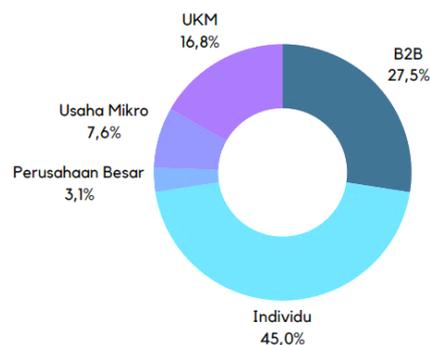
Sumber: Google, Temasek, & Bain (2023)

Pertumbuhan layanan *digital finance* ini dapat diartikan bahwa masyarakat ingin melakukan transaksi dengan mudah, cepat dan aman tanpa harus menggunakan uang tunai. Teknologi ini membuat proses pembayaran menjadi lebih mudah, sehingga orang merasa lebih mudah untuk berbelanja, baik secara *online* maupun langsung di toko. Kemudahan ini juga bisa mendorong perilaku konsumtif masyarakat terutama pada mahasiswa yang setiap hari tidak lepas dari berbagai

platform digital, apalagi jika platform pembayaran digital menawarkan promo, diskon, atau *cashback* yang menarik. Memberikan akses cepat ke berbagai produk dan layanan, banyak mahasiswa akhirnya membeli lebih banyak dari yang mereka rencanakan sebelumnya, hanya karena transaksi begitu cepat dan praktis.

Berdasarkan *annual member survey* (2024) yang dilakukan oleh AFTECH (Asosiasi *Fintech* Indonesia) mengenai penggunaan layanan *financial technology* menunjukkan bahwa sebesar 45,0% penggunaan *financial technology* secara individu, dan sebesar 55,0% *financial technology* digunakan oleh perusahaan besar, usaha mikro, UKM, dan B2B. hal ini menunjukkan bahwa meskipun *financial technology* sudah merambah pada dunia bisnis tetapi pengguna utama masih didominasi oleh penggunaan secara individu.

Grafik 1. 2 Grafik Pengguna Utama Financial technology Berdasarkan Segmen



Sumber: *Annual Member Survey* AFTECH (2024)

Penggunaan secara individu ini memperkuat tren bahwa penggunaan *financial technology* mempengaruhi gaya hidup dan keputusan konsumsi. *Financial technology* memberikan kemudahan akses terhadap layanan keuangan yang sebelumnya masih sulit untuk dijangkau, seperti kredit, pinjaman *online*, dan *paylater*. Dengan kemudahan yang ditawarkan kredit, pinjaman *online*, dan

paylater yang digunakan secara kontinu pada akhirnya akan menimbulkan perilaku konsumtif karena individu tersebut merasa mampu untuk mengelola keuangan jangka Panjang dan tidak memperhatikan risiko kedepannya (Berlianti & Suwaidi, 2023). Hal tersebut sering dilakukan masyarakat bahkan mahasiswa karena keinginan untuk memenuhi gaya hidup yang berujung pada peningkatan konsumsi.

Perilaku konsumsi yang berlebihan biasanya terjadi di kalangan remaja, terutama di kalangan mahasiswa. Menurut (Wicaksana et al., 2022.) Perilaku konsumtif adalah tindakan yang terkait dengan keputusan untuk membeli, namun tidak melibatkan proses berpikir dalam mengambil keputusan tersebut. Fenomena yang sering terjadi di kalangan mahasiswa saat ini adalah pola hidup mereka dalam melakukan kegiatan ekonomi yang sering mengakibatkan perilaku pemenuhan kebutuhan yang tidak rasional (Rosita & Anwar, 2022). Pola hidup yang lebih mementingkan keinginan mengakibatkan mahasiswa lupa akan prioritas belajarnya, padahal pendapatan yang mereka terima mayoritas berasal dari orang tua. Pola konsumsi yang seperti itu dapat berdampak buruk terhadap jati diri mahasiswa (Wahyu et al., 2022). Perilaku konsumsi yang terjadi juga di dukung dengan pemenuhan gaya hidup yang tinggi. Dimana mahasiswa sering mengikuti perkembangan tren yang berlaku, seperti tren *fashion*, otomotif, elektronik, *make up* maupun *skincare* dan masih banyak tren lainnya yang menyebabkan pola konsumsi semakin meningkat.

Sebagaimana pra-survei yang dilakukan peneliti pada 55 mahasiswa aktif UPN Veteran Jawa Timur menunjukkan adanya indikasi perilaku konsumtif pada lingkup mahasiswa. Dalam pra-survei ini peneliti memberikan beberapa indikator

perilaku konsumtif untuk mengindikasikan perilaku konsumsi mahasiswa sebagaimana tertera pada tabel 1.2 perihal data awal yang diperoleh melalui pra-survei oleh peneliti.

Tabel 1. 2 Pra-survei Penelitian Perilaku Konsumtif Mahasiswa UPN Veteran
Jawa Timur

Aktivitas	konsumtif		Tidak Konsumtif		Jumlah
	Frekuensi	Presentase	Frekuensi	Presentase	
Membeli produk karena iming-iming hadiah	40	73%	15	27%	55
Membeli produk karena kemasannya menarik	39	71%	16	29%	55
Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi	42	76%	13	24%	55
Membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar nilai guna dan manfaatnya	41	75%	14	25%	55
Membeli produk hanya sekedar untuk menjaga simbol status sosial	35	64%	20	36%	55
Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	38	69%	17	31%	55
Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	40	73%	15	27%	55
Membeli dan mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merk yang berbebeda	54	98%	1	2%	55

Sumber: Hasil Pra-survei Peneliti (2024)

Berdasarkan pra survey yang dilakukan peneliti pada 55 Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa 73% (40 responden) berperilaku konsumtif dengan membeli barang atas dasar promosi hadiah yang ditawarkan, 27% (15 responden) tidak berperilaku konsumtif karena tidak membeli barang hanya atas dasar promosi dan hadiah yang ditawarkan. Sebanyak 71% (39 responden) mahasiswa melakukan pembelian barang karena tergiur kemasan produk yang menarik, dan 29% (16 responden) tidak membeli barang hanya karena kemasan yang menarik. Selanjutnya, sebanyak 76% (42 responden) mahasiswa melakukan pembelian barang atas dasar gengsi dan untuk menjaga penampilan, sisanya 24% (13 responden) tidak melakukan pembelian hanya karena gengsi untuk menjaga penampilan. Berikutnya, diketahui sebanyak 75% (41 responden) melakukan pembelian hanya dengan melihat harga tanpa mempertimbangkan manfaat dan nilai guna atas barang yang dibeli, sisanya sebanyak 25% (14 responden) tidak melakukan pembelian hanya dengan melihat harga tanpa mempertimbangkan manfaat dan nilai guna dari barang yang akan dibeli. Kemudian diketahui sebanyak 64% (35 responden) mahasiswa terdorong melakukan pembelian barang karena untuk mempertahankan status sosial di lingkungannya, sisanya 36% (20 responden) mahasiswa tidak terpengaruh untuk mempertahankan status sosial dalam hal keputusan pembelian. Selanjutnya ditemukan sebanyak 69% (38 responden) melakukan pembelian karena idolanya menjadi model dalam produk yang diiklankan, hanya sebanyak 31% (17 responden) yang tidak mudah tertarik untuk melakukan pembelian hanya karena idolanya menjadi model iklan suatu produk. Selanjutnya ditemukan 73% (40 responden) melakukan pembelian

pada barang *branded* dengan harga yang mahal untuk merasa percaya diri, disisi lain terdapat 27% (15 responden) tidak melakukan pembelian suatu produk hanya untuk menimbulkan arasa percaya diri. Kemudian sebanyak 98% (54 responden) mahasiswa sebelum melakukan pembelian membandingkan terlebih dahulu produk sejenis dengan beberapa merek berbeda dari produk yang sebelumnya digunakan, meskipun barang yang telah dimiliki nilai gunanya belum habis, hanya sebanyak 2% (1 responden) mahasiswa yang menyatakan tidak membandingkan produk sejenis dari beberapa merek berbeda untuk keputusan pembelian.

Temuan pra survei menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif. Fenomena ini erat kaitannya dengan perkembangan digitalisasi yang memengaruhi gaya hidup dan mendorong individu untuk mengikuti tren yang sedang berkembang.

Fenomena gaya hidup digital semakin mendominasi dikalangan mahasiswa. Aktivitas sehari-hari mahasiswa tidak lepas dengan *gadget* untuk mengakses berbagai *platform* digital. Hal tersebut mengakibatkan ketergantungan pada aplikasi, media sosial, teknologi keuangan, dan teknologi digital lainnya yang secara tidak langsung mempengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa. Menurut Wagner (2009) dalam (Rossanty et al., 2018), gaya hidup merupakan aktivitas seseorang dengan lingkungannya yang dapat mempengaruhi perilaku individu yang pada akhirnya menentukan keputusan konsumsi individu tersebut. Dimana semua fasilitas yang tersedia memungkinkan kehidupan untuk terus berkembang sejalan dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi. Gaya hidup tinggi didukung dengan kelompok sosial dan berbagai platform digital yang menawarkan berbagai

promo yang menarik membuat pola konsumsi mahasiswa semakin hari semakin meningkat (Rosita & Anwar, 2022). Berbagai platform digital yang seharusnya dapat digunakan untuk membantu mempermudah aktivitas mahasiswa pun memungkinkan memberikan dampak negatif yaitu timbul perilaku konsumtif pada mahasiswa. Terutama jika siswa memiliki gaya hidup yang mewah tetapi kesulitan dalam pengelolaan uang. Oleh sebab itu mahasiswa perlu memiliki pemahaman akan pengelolaan keuangan yang baik supaya tidak mudah terbawa arus globalisasi yang menimbulkan perilaku konsumtif (Nafitri & Wikartika, 2023). Pernyataan ini diperkuat oleh studi yang dilakukan oleh (Wardhani & Wikartika, 2023) yang menyatakan bahwa pola konsumsi mahasiswa sangat dipengaruhi oleh gaya hidup mereka.

Berdasarkan fenomena tersebut, pada generasi muda seperti mahasiswa masih rentan terpengaruh oleh lingkungan sosial yang menyebabkan perilaku konsumsi tidak stabil. Kebutuhan mahasiswa yang beragam serta adanya dorongan untuk selalu memenuhi keinginan membuat kebiasaan konsumsi menjadi tidak teratur (Mariana et al., 2022). Dalam era digital seperti ini penting bagi mahasiswa untuk cara mengelola keuangan mereka. Pengelolaan keuangan yang efektif dapat dimulai dengan menetapkan prioritas kebutuhan yang disesuaikan dengan kondisi finansial pribadi agar terhindar dari pengeluaran yang melebihi pendapatan. Dengan adanya penyusunan skala prioritas diharapkan mahasiswa mampu mengambil keputusan keuangan dengan bijak sehingga tidak menimbulkan perilaku konsumsi yang berlebihan (Wahyu et al., 2022).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, Selain pertimbangan gaya hidup, literasi keuangan juga berperan dalam pola konsumsi mahasiswa (Rakhman & Pertiwi, 2023). Menurut Roestanto (2017) dalam (Anwar et al., 2024) literasi keuangan merupakan proses untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, keyakinan masyarakat supaya mereka bisa melakukan pengelolaan keuangan dengan bijak. Sama halnya pada penelitian terdahulu menyebutkan Literasi keuangan merupakan keterampilan seseorang dalam memahami serta mengatur keuangannya secara efektif. Tujuan dari pengelolaan keuangan ini adalah untuk memastikan keputusan keuangan yang lebih bijak. Dengan demikian, literasi keuangan juga berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan keuangan mahasiswa (Da Silva & Yuniningsih, 2022). Namun, terdapat permasalahan yang timbul dari fenomena tersebut. Berdasarkan Penelitian menurut (Purwanto, 2019) menyatakan dengan jelas, pola perilaku konsumsi mahasiswa semakin tidak rasional karena mahasiswa cenderung memiliki pola pembelian yang mengedepankan keinginan semata dibandingkan pembelian pada hal yang lebih dibutuhkan.

Ditemukan masih banyak mahasiswa sering mengeluh kehabisan uang pada akhir bulan tetapi masih sering melakukan pembelian berulang pada barang yang diinginkan karena tergiur oleh promo menarik tanpa memperhitungkan kondisi finansial mereka dalam jangka pendek maupun jangka panjang, hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa masih kurang memahami literasi keuangan secara menyeluruh. Konsisten dengan penelitian (Sufatmi & Purwanto, 2021) juga

menyatakan bahwa pola konsumsi mahasiswa dapat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan mereka.

Mahasiswa yang memiliki pola hidup mewah dan minim literasi mengenai keuangan sehingga cenderung konsumtif karena di dorong oleh kemajuan teknologi dalam melakukan transaksi keuangan ataupun pembelian. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi, muncul fenomena kemudahan teknologi dalam bidang keuangan atau *financial technology* yang memudahkan masyarakat khususnya mahasiswa untuk bertransaksi secara non tunai, dengan seiring berjalannya waktu aktivitas tersebut semakin meningkat (Wardhani & Wikartika, 2023). *financial technology* secara merupakan sebuah industry yang terdiri dari berbagai entitas yang menerapkan *financial technology* terbaru guna mendukung operasional keuangan (Nicoletti, 2017). Berkembangnya teknologi dalam sektor keuangan atau yang biasa orang sebut dengan fintech (*financial technology*) menjadi inovasi yang merubah cara masyarakat khususnya mahasiswa dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari (Andana & Yuniningsih, 2023). Kemajuan dalam *financial technology* mempermudah kehidupan mahasiswa dalam menjalankan aktivitas guna memenuhi kebutuhan harian (Fiika et al., 2022). Namun, dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *financial technology* seringkali membuat mahasiswa terdorong untuk melakuakn transaksi karena berbagai promo menarik yang terdapat dalam *platform financial technology*, seperti adanya diskon ataupun pembebasan biaya admin. *Financial technology* memiliki keterkaitan erat dengan layanan digital keuangan, dimana dengan adanya produk dan jasa menggunakan teknologi internet yang memudahkan masyarakat dalam

mengakses berbagai macam *platform* belanja online, investasi, menabung, maupun fasilitas untuk melakukan pinjaman maupun kredit yang dilakukan secara non tunai atau secara digital (Risman et al., 2021)

Kemudahan serta promo menarik yang ditawarkan membuat mahasiswa terdorong untuk semakin melakukan pembelian secara *impulsive* (Maninggar & Yuniningsih, 2023). Perilaku pembelian secara *impulsive* yang terus menerus akan menimbulkan kebiasaan yang akhirnya membentuk perilaku konsumtif. Apalagi dalam media sosial dan *platform* belanja *online* saat ini sudah terhubung dengan layanan pembayaran elektronik yang memudahkan penggunaannya untuk bertransaksi secara finansial (Pertiwi & Purwanto, 2021), dimana mahasiswa sebagai pengguna akan merasa lebih praktis dalam menggunakan *platform* digital tersebut. Pernyataan ini selaras dengan penelitian Satata & Anwar (2023) mengungkapkan, peningkatan dalam pemanfaatan platform digital. (*e-commerce*, *e-wallet*, media sosial, dan sejenisnya) yang didukung *financial technology* maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan fenomena yang disorot di latar belakang dan isu-isu yang diketahui, bersama dengan bantuan data pra-survei, peneliti termotivasi untuk melakukan studi komprehensif tentang perilaku konsumen di kalangan mahasiswa dalam konteks kemajuan teknologi digital yang pesat saat ini. Pola hidup yang tinggi dan literasi keuangan yang tidak memadai diyakini memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Meningkatnya gaya hidup konsumtif serta kurangnya pemahaman terkait keuangan diduga mempengaruhi perilaku pengeluaran mahasiswa. Apalagi di era digital seperti saat ini *financial technology* berpotensi

menjadi faktor pendorong dalam membentuk bagaimana pola hidup dan pengetahuan keuangan dapat memberikan dampak terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa. Fokus Penelitian ini diarahkan pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur karena berdasarkan temuan awal dari pra-survei terdapat indikasi adanya kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk mengangkat judul, “*Analisis Perilaku Konsumtif dengan Financial Technology Sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat diperoleh rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?
2. Bagaimana Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?
3. Bagaimana penggunaan *financial technology* dapat memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?
4. Bagaimana *financial technology* dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumen mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
3. Untuk mengetahui apakah teknologi keuangan memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
4. Untuk mengetahui apakah teknologi keuangan memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumen mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perilaku konsumen mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dengan menggunakan teknologi keuangan sebagai variabel moderasi. Manfaat yang diharapkan sebagai berikut:

a. Bagi akademis

Hasil penelitian ini berfungsi sebagai bahan referensi dan menambah koleksi perpustakaan mengenai dampak gaya hidup dan literasi keuangan pada perilaku konsumen, ditambah dengan teknologi keuangan.

b. Bagi peneliti di masa depan

Temuan penelitian ini diharapkan bisa menjadi panduan atau referensi tambahan untuk penelitian masa depan tentang perilaku konsumen.