

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya hidup dalam masyarakat terus mengalami perkembangan seiring dengan kebutuhan dan *trend* gaya yang ada di masyarakat. Salah satu hal yang paling berpengaruh yaitu adanya perkembangan teknologi yang pesat. Hal tersebut memberikan dampak yang kompleks terhadap masyarakat, terlebih dalam hal pemenuhan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Salah satu contoh perkembangan teknologi yang paling dekat dan berpengaruh di kehidupan masyarakat secara langsung ialah penggunaan *gadget* dan internet. Pengaruh teknologi kepada masyarakat menjadikan ketergantungan akan kehadirannya, seperti kemunculan internet. Masyarakat akan selalu terhubung dengan internet dalam melakukan kegiatan sehari-hari baik itu dalam dunia pendidikan, pekerjaan, pemenuhan kebutuhan rumah tangga, komunikasi, dan lain sebagainya, sehingga orang-orang dengan mudah memperoleh beragam informasi (Vernia, 2017).

Gadget dan internet memiliki akses yang luas dimasyarakat, mulai dari kalangan anak-anak, remaja, dan dewasa hingga lansia. *Gadget* dan internet memberikan kemudahan akses pada penggunanya, sehingga berdampak pada kemudahan dalam berkegiatan. Kemudahan akses internet menyebabkan penggunanya bebas dalam mengakses apa saja yang diinginkan. Pada jaman sekarang di dunia pendidikan dan pekerjaan sudah menggunakan internet dalam menjalankan kegiatannya. Terutama semenjak terjadinya *Covid-19*, penggunaan internet menjadikan sebagai kebutuhan dasar untuk berkegiatan. Dalam pendidikan,

pekerjaan, hiburan, hingga komunikasi semua melibatkan penggunaan internet dan *gadget* untuk saling berinteraksi tanpa bertemu secara langsung.

Perkembangan teknologi dan internet yang cepat, berdampak pada mudahnya masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi salah satunya yaitu berbelanja. Masyarakat cenderung ingin mendapatkan suatu hal dengan cara cepat, mudah dan praktis. Adanya perkembangan teknologi yaitu kemudahan akses internet, mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hingga keinginannya dengan lebih cepat. Hal tersebut didukung dengan munculnya media sosial yang kemudian membantu masyarakat dalam pemenuhan kebutuhannya. Selain media sosial juga penggunaan media *E-commerce* menjadi hal yang tidak lepas dengan pemenuhan kebutuhan hingga keinginan masyarakat. *E-commerce* menjadi tempat favorit masyarakat terutama remaja hingga dewasa untuk berbelanja. Penggunaan *E-commerce* dinilai lebih efektif dan efisien karena menghemat waktu bahkan juga biaya yang dikeluarkan.

E-commerce merupakan sebuah wadah yang di dalamnya terdapat berbagai kegiatan ekonomi seperti kegiatan menawarkan, membeli, menjual, hingga memasarkan barang dan jasa yang dilakukan dalam jaringan internet. Hal ini akan menumbuhkan perilaku konsumtif yang secara terus-menerus bertambah. Perilaku konsumtif yaitu suatu tindakan dimana individu melakukan kegiatan untuk membeli sesuatu dengan berlebihan serta tidak mempertimbangkan adanya kebutuhan utama atau primer di dalamnya (Fitriyani et al., 2013). Keinginan membeli suatu produk yang berlebihan menjadi awal untuk munculnya perilaku konsumtif. Perilaku tersebut kerap muncul karena adanya dorongan berbelanja

online yang mempermudah konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa berkunjung ke toko secara langsung. Kemudahan akses berbelanja yang diberikan oleh *e-commerce* akan menyebabkan masyarakat menjadi kecanduan untuk berbelanja. Model belanja melalui *e-commerce* lebih mudah, karena konsumen cukup memilih gambar barang yang ditawarkan. Selain itu, pembayaran secara *virtual* salah satunya yaitu pembayaran menggunakan *e-money* juga menjadi nilai tambah dalam penggunaan *e-commerce* untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat. Dalam prosesnya masyarakat akan rela melakukan pengorbanan berupa biaya yang harus dikeluarkan dalam setiap transaksi. Maka dari itu pendapatan masyarakat juga akan sangat berpengaruh terhadap pola yang ditimbulkan oleh masyarakat pengguna *e-commerce* dan *e-money*.

Uang elektronik atau yang sering dikenal dengan *e-money*, menurut peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 “merupakan cara pembayaran yang memuat beberapa unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, dan nilai uang elektronik yang dikelola merupakan simpanan sehingga dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana”. *E-money* saat ini sudah sangat berkembang dan digunakan untuk alat pembayaran dalam kegiatan ekonomi. *E-money* dinilai lebih mudah daripada pembayaran secara konvensional, karena dapat digunakan untuk transaksi *online* maupun *offline*. Selain itu, penggunaan *e-money* juga memberikan berbagai reward kepada penggunanya biasanya berupa voucher diskon hingga *cashback*. Cukup memiliki satu akun *e-money* dapat digunakan pada berbagai transaksi *online* hingga

berbagai transaksi pada gerai-gerai *offline* dengan adanya Qris. Kemudahan pemakaian hingga berbagai *benefit* yang diterima oleh masyarakat sebagai pengguna sangat berpengaruh terhadap pola belanja yang kemudian dapat berlanjut pada pola perilaku konsumtif masyarakat.

Penggunaan *e-money* dapat digunakan pada berbagai transaksi, contohnya untuk pembayaran transportasi, akomodasi makanan, pembayaran jalan tol, pembayaran tagihan rumah tangga, pembayaran supermarket dan minimarket dan lain sebagainya. Kemudahan dalam transaksi menggunakan *e-money* akan mendorong seseorang untuk berbelanja dengan lebih mudah yang kemudian pada tahap tertentu akan menimbulkan sifat dan kebiasaan yang berlebihan. Tak hanya untuk memenuhi kebutuhannya, masyarakat juga melakukan konsumsi barang dan/atau jasa sebagai alat pemuas keinginan. Maka dari itu penggunaan *e-money* dapat menyebabkan munculnya perilaku untuk konsumsi masyarakat secara berlebihan (Nainggolan, 2022).

Pengeluaran uang untuk konsumsi barang dan/atau jasa dapat juga dipengaruhi oleh adanya pendapatan dari setiap individu. Pendapatan seseorang dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan oleh seseorang. Pendapatan ada yang bersifat permanen dan sementara. Untuk pendapatan yang permanen adalah pendapatan yang sudah diperkirakan dan akan diterima pada periode tertentu. Sedangkan pendapatan sementara tidak diperkirakan sebelumnya yang termasuk di dalamnya adalah pendapatan pribadi dan pendapatan disposibel.

Pada jaman sekarang mudahnya akses penggunaan *e-commerce* dan *e-money* mendorong masyarakat terutama mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif. Perguruan tinggi swasta Universitas Ahmad Dahlan cenderung mahasiswanya memiliki gaya hidup yang mendorong mahasiswa untuk konsumtif demi memenuhi keinginan gaya hidup yang berlebihan. Mahasiswa setiap saat selalu melakukan konsumsi barang atau jasa dengan maksimal terlebih lagi mahasiswa sangat mudah menerima inovasi terbaru, sehingga mudah tertarik untuk membelanjakan uangnya untuk membeli sesuatu yang sedang tren. Mahasiswa bukan merupakan angkatan kerja, karena mahasiswa merupakan pelajar yang tidak wajib untuk bekerja serta tidak wajib mencari pekerjaan. Sehingga mahasiswa tidak mendapatkan pendapatan secara permanen. Sebagian besar pendapatan yang di terima mahasiswa berasal dari orang tuanya yang diterima setiap bulannya. Selain itu juga dapat berupa tambahan seperti uang magang, bekerja paruh waktu, berjualan online shop, dan sumber yang lainnya.

Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan di DI Yogyakarta biasanya melakukan kegiatan konsumsi berupa pemenuhan kebutuhan harian seperti makan, kebutuhan bulanan seperti sabun, shampo, dan sebagainya. Selain itu mahasiswa juga kerap melakukan kegiatan konsumsi untuk pemenuhan kebutuhan kampus seperti fotocopy, print, biaya internet, dan lain sebagainya. Kemudian konsumsi non makanan yang dilakukan mahasiswa selain itu, yaitu transportasi, kuota internet, hingga kebutuhan lain seperti belanja pakaian, handphone, laptop, aksesoris, dan kegiatan belanja lainnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, kemajuan teknologi munculnya *e-money* dan *e-commerce*, serta memiliki tingkat pendapatan sehingga pengeluaran mahasiswa untuk konsumsi menjadi berlebihan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh *E-money* dan *E-commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif di *E-commerce* pada Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Ahmad Dahlan)".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh literasi E-Money terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Ekonomi Pembangunan UAD ?
2. Bagaimana pengaruh literasi E-Commerce terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Ekonomi Pembangunan UAD ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi E-Money terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Ekonomi Pembangunan UAD.
2. Untuk menganalisis pengaruh literasi E-Commerce terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Ekonomi Pembangunan UAD.
3. Untuk mengkaji bagaimana pemahaman atau literasi tentang E-Money dan E-Commerce serta dampaknya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Ekonomi Pembangunan UAD.

D. Manfaat Penelitian

1. Dari penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan ekonomi yang dibahas pada penelitian ini untuk para pembaca baik mahasiswa atau masyarakat umum.

2. Untuk penelitian selanjutnya dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan yang berkaitan dengan penggunaan *e-money* dan *e-commerce* dimasa yang mendatang.