

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Surat Al Isra' Ayat 27

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ طُ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

“Sesungguhnya para pemboros itu ialah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa pengeluaran yang berlebihan dan tidak bijaksana tidak di ridhoi Allah. Orang yang menghabiskan harta secara sembarangan dianggap sebagai saudara setan yang ingkar kepada tuhannya. Sikap boros dapat membawa seseorang pada tindakan yang merugikan. Ayat ini mengajarkan pentingnya mengelola keuangan dan sumber daya dengan bijak sebagai bentuk syukur atas nikmat yang sudah diberikan.

Di era yang sangat maju dalam segi teknologi dan informasi, masyarakat tampak terpengaruh dalam hal tersebut. Saat ini, banyak orang cenderung menghabiskan uang untuk hal-hal diluar kebutuhan dasar. Perilaku konsumtif dapat menyebabkan masalah keuangan dan sikap boros, terutama jika kebutuhan dasar tidak terpenuhi. Menurut Pulungan & Febriaty, (2018) perilaku konsumtif yaitu tindakan membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, terutama jika berkaitan dengan barang sekunder. Perilaku konsumtif dapat menimbulkan dampak negatif, seperti pengeluaran yang berlebihan untuk membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan dan

sulitnya mengendalikan keinginan untuk berbelanja (Sari & Rasdan, 2021). Perilaku konsumtif dapat dijumpai diberbagai kalangan masyarakat tanpa memandang usia, jenis kelamin maupun status sosial.

Menurut Yose & Ikhwan, (2022) konsumtif diartikan sebagai cara hidup seseorang atau kelompok yang memiliki keinginan untuk membeli atau menggunakan jasa maupun barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Selain itu, perilaku konsumtif diartikan dalam arti luas sebagai pandangan dan pola tindakan individu terhadap barang dan jasa. Setiap individu pasti memiliki alasan tersendiri dalam melakukan aktivitas belanja. Keinginan untuk selalu terlihat *up-to-date* bisa mendorong seseorang untuk berbelanja secara berlebihan, seperti memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun sekedar untuk simbol status sosial demi mempertahankan harga diri di lingkungan sosial yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif. Media sosial dan iklan juga sangat berpengaruh dalam membentuk keinginan konsumtif. Hal tersebut meningkatkan keinginan untuk memiliki barang. Oleh sebab itu, sangat penting untuk mengetahui dan mengatur perilaku konsumtif agar pengeluaran tetap berimbang dan tidak merugikan kesejahteraan finansial.

Menurut Ulfa, (2022) dari perspektif makro, peningkatan tingkat konsumsi masyarakat merupakan hal yang positif karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, jika dilihat dari sudut pandang mikro (individu) peningkatan konsumsi ini dapat menjadi masalah karena menunjukkan adanya tren konsumsi yang bernilai marjinal tinggi. Menurut Mengga *et al.*, (2023) perilaku konsumtif yang muncul dalam masyarakat terjadi akibat dorongan dari

kemajuan pada bidang elektronik, komunikasi, dan keuangan. Perkembangan teknologi contohnya, membuat akses menjadi lebih mudah dan mendorong iklan yang semakin gencar. Akibatnya meningkatkan hasrat untuk berbelanja. Disamping itu, kemudahan bertransaksi melalui aplikasi serta *platform digital* membuat seseorang cenderung untuk berbelanja tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang lebih penting. Keinginan untuk terus menerus memenuhi kebutuhan hasrat terlihat diberbagai kalangan termasuk karyawan PT Mustika Sembuluh 1.

PT Mustika Sembuluh 1 beroperasi di Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah. Merupakan perusahaan yang bergerak dibidang agribisnis yaitu perkebunan sawit. Lokasi perusahaan yang jauh dari pusat perbelanjaan dan layanan perbankan mendorong pergeseran konsumsi karyawan ke *platform digital* serta meningkatnya penggunaan *E-Money*. Perbedaan pendapatan berpengaruh terhadap daya beli, sementara gaya hidup yang berkembang turut memicu perilaku konsumtif. Kemudahan transaksi digital dapat mendorong pembelian impulsif, yang berpotensi mempengaruhi kesejahteraan finansial karyawan.

Menurut KBBI karyawan di definisikan sebagai individu yang bekerja di sebuah lembaga, perusahaan atau organisasi dengan mendapatkan gaji atau upah.. Karyawan yang bekerja pada perusahaan ini berasal dari berbagai latar belakang, termasuk usia, tingkat pendidikan, dan juga pengalaman kerja yang dimiliki. Hal-hal tersebut dapat mempengaruhi pola konsumsi suatu individu. Dengan pendapatan yang stabil dan juga perkembangan gaya hidup dapat

menyebabkan atau mendorong pengeluaran yang lebih besar dari yang diperlukan, baik karena kebutuhan ataupun faktor sosial. Dengan kemudahan dan kecepatan uang elektronik, perilaku konsumtif dapat menjadi lebih buruk. Hal tersebut menyebabkan lebih banyak pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan anggaran.

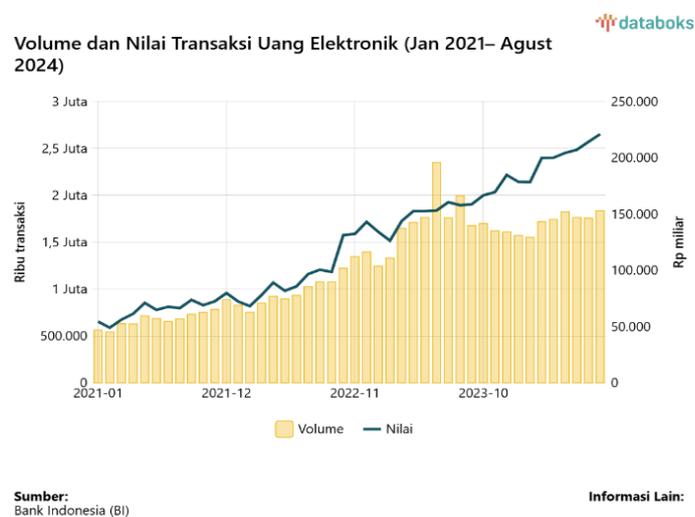
PT Mustika Sembuluh 1 memperkerjakan banyak karyawan dengan berbagai tingkat pendapatan. Pendapatan didefinisikan sebagai total uang yang diterima oleh individu atau rumah tangga pada periode tertentu, umumnya satu tahun. Pendapatan merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Putra *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa dengan memiliki gaji yang tetap dan jelas dari pekerjaannya membuat individu tersebut merasa lebih aman untuk melakukan pembelian dan meningkatkan gaya hidupnya. Karyawan yang memiliki pendapatan yang lebih tinggi umumnya memiliki kemampuan beli yang lebih tinggi pula, sehingga lebih cenderung untuk melakukan pembelian lebih banyak barang dan jasa. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ningsih *et al.*, (2024) bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Dengan gaya hidup modern yang serba cepat dan kemudahan akses ke media sosial menimbulkan tekanan sosial untuk selalu mengikuti tren, hal tersebut menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif. Gaya hidup merupakan pola hidup individu yang berkaitan dengan keterkaitannya terhadap aktivitas, minat, dan variasi dalam mengelola serta mencerminkan status sosialnya (Alamanda, 2018). Karyawan dengan gaya

hidup konsumtif lebih rentan terhadap pengaruh tren dan iklan yang akhirnya mendorong mereka membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan. Apabila gaya hidup seseorang meningkat maka perilaku konsumtifnya juga akan meningkat, pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rosmayanti & Salam, 2023).

Penggunaan uang elektronik (*E-Money*) mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi pembelian, tetapi hal ini dapat meningkatkan risiko munculnya perilaku konsumtif. Sudiro & Asandimitra, (2022) menyatakan bahwa uang elektronik merupakan pengembangan dari sistem pembayaran, dimana nilai uang disimpan dalam bentuk elektronik.

**Gambar 1. 1 Volume Dan Transaksi Uang Elektronik**



Sumber : Databoks, (2024)

Dari grafik diatas terlihat bahwa penggunaan uang elektronik semakin meningkat dan berkembang setiap tahunnya. Bank Indonesia melaporkan bahwa pada Agustus 2024, jumlah transaksi uang elektronik (*E-Money*) mencapai 1,84 miliar. Jumlah tersebut meningkat 4,56% dibanding bulan

sebelumnya yang tercatat 1,76 miliar transaksi. Nilai transaksi pada bulan agustus 2024 mencapai Rp 220,87 triliun dengan pertumbuhan 3,18% dibanding bulan sebelumnya. Dari bulan Januari hingga Agustus 2024, volume transaksi uang elektronik (*E-Money*) mencapai 13,76 miliar transaksi. Jumlah tersebut mengalami penurunan sebesar 0,29% dibandingkan periode tahun lalu.

Sementara itu, nilai total transaksi uang elektronik (*E-Money*) selama periode Januari hingga Agustus 2024 mencapai Rp 1,6 kuadriliun. Jumlah tersebut meningkat 35,76% dibandingkan Rp 1,18 kuadriliun pada tahun sebelumnya. Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik terus meningkat setiap tahunnya. Penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat menjadi lebih praktis dan cenderung lebih konsumtif. Nainggolan, (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan.

Karyawan kini semakin sering menggunakan *E-Money* untuk keperluan pribadi maupun pekerjaan. Kemudahan, efisiensi, dan keamanan yang ditawarkan membuat transaksi menjadi lebih praktis. Namun, disisi lain penggunaan *E-Money* yang tidak terkontrol dapat mendorong perilaku konsumtif. Dilingkungan kerja, *E-Money* banyak digunakan untuk membeli makan siang, berbelanja di minimarket, atau membayar transportasi. Karena transaksi dilakukan tanpa uang tunai, pengeluaran terasa lebih ringan sehingga meningkatkan risiko belanja impulsif. Selain itu promo seperti *cashback* dan

diskon semakin mendorong transaksi yang tidak direncanakan. Faktor sosial juga berpengaruh dalam meningkatkan konsumsi. Jika banyak rekan kerja menggunakan *E-Money* untuk berbelanja maka individu yang lain cenderung ikut serta. Tanpa kesadaran finansial yang baik, hal ini dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan dan kurangnya pengelolaan keuangan yang efektif.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, peneliti berminat untuk menyelidiki lebih dalam mengenai perilaku konsumtif dengan mengangkat judul **“Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Karyawan PT Mustika Sembuluh 1)**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pendapatan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif pada karyawan PT Mustika Sembuluh 1?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif pada karyawan PT Mustika Sembuluh 1?
3. Apakah penggunaan uang elektronik (*E-Money*) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif pada karyawan PT Mustika Sembuluh 1?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada karyawan PT Mustika Sembuluh 1.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada karyawan PT Mustika Sembuluh 1.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik (*E-Money*) terhadap perilaku konsumtif pada karyawan PT Mustika Sembuluh 1.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai perilaku konsumtif melalui pendapatan, gaya hidup, dan penggunaan uang elektronik (*E-Money*). Sebagai tambahan hasil penelitian dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman pada karyawan tentang bagaimana pendapatan, gaya hidup, dan uang elektronik (*E-Money*) dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Perusahaan dapat memberikan pelatihan tentang pengelolaan keuangan dan penggunaan uang elektronik (*E-Money*) agar dapat meningkatkan literasi keuangan pada karyawan.