

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian ditandai dengan munculnya revolusi industri 4.0 yang melahirkan teknologi digital dimana hal tersebut sangat dirasakan oleh berbagai kalangan dalam membantu dan mempermudah kehidupan, terutama dalam aspek ekonomi seperti kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Perkembangan perekonomian tersebut tentunya tidak terlepas dari peranan uang. Hal tersebut dikarenakan uang sering digunakan dalam kegiatan atau transaksi ekonomi sehingga setiap individu merasa sangat terbantu dengan adanya perubahan positif tersebut. Salah satu kegiatan atau transaksi ekonomi yang bisa kita temui dalam kehidupan sehari-hari menggunakan uang adalah transaksi jual beli.

Zaman dahulu transaksi jual beli yang dilakukan ketika seseorang membutuhkan suatu barang menggunakan sistem barter atau bertukar barang. Sistem tersebut menjadi hambatan karena jenis barang yang ditukarkan harus mempunyai nilai yang sama dan saling dibutuhkan oleh kedua belah pihak. Dengan demikian, seiring dengan adanya perkembangan teknologi memberikan perubahan yang signifikan terhadap kehidupan manusia agar lebih kompleks dalam mengembangkan teknologi di bidang keuangan agar barter tidak digunakan kembali. Perkembangan tersebut dialihkan dengan benda logam dan kertas yang kini kita sebut dengan uang dan hadir dengan bermacam-macam warna, bentuk, serta nominal.

Tinggi rendahnya penggunaan uang dalam kehidupan sehari-hari tergantung bagaimana setiap orang mengalokasikan uang yang mereka miliki untuk membeli barang yang mereka butuhkan dan inginkan. Uang sendiri dapat dialokasikan untuk membeli barang dan jasa yang wajib dibeli dan dikonsumsi setiap bulan untuk keberlangsungan hidup atau disebut kebutuhan. Disisi lain, uang juga dikonsumsi untuk hal yang ingin dimiliki setiap orang dan jika hal tersebut tidak berhasil dimiliki maka tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup atau disebut dengan keinginan.

Menurut data Badan Pusat Statistik atau BPS, konsumsi rumah tangga di Indonesia menyumbang 51,87 persen terhadap total produk domestik bruto (PDB) nasional 2022 yang tumbuh sekitar 5,31 persen. Hal tersebut tentunya menjadi sebuah peningkatan jika dibandingkan dengan pertumbuhan konsumsi rumah tangga di tahun 2019 yang hanya mencapai 5,04 persen dan di tahun 2018 sebesar 5,05 persen.

Kegiatan konsumsi dilakukan guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, seperti membeli makanan dan minuman, pakaian, kendaraan, biaya pendidikan, biaya sewa rumah, hiburan, pengobatan, dan sebagainya. Jika seseorang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, maka akan berpengaruh terhadap tingkat konsumsinya. Tingginya angka konsumsi masyarakat Indonesia bagi para pelaku bisnis merupakan sebuah peluang yang dapat memberikan keuntungan besar, namun bagi pelaku konsumsi jika tidak terkontrol maka akan membentuk sebuah budaya konsumtif dimana hal tersebut tidak hanya berlaku pada konsumsi rumah tangga saja, tetapi juga dapat berlaku pada kehidupan mahasiswa.

Mahasiswa diyakini memiliki tingkat intelektualitas tinggi, kecerdasan dalam berpikir, serta perencanaan dalam bertindak. Salah satu perencanaan seorang mahasiswa dalam bertindak tersebut dapat digambarkan dalam kegiatan konsumsinya sehari-hari. Konsumtivisme dapat terjadi apabila mahasiswa mempunyai kecenderungan dan hasrat untuk memiliki benda-benda ataupun produk jasa lain tanpa memperhitungkan pembelian kebutuhan. Bahkan di masa peralihan setelah adanya pandemi Covid-19 atau masa endemi saat ini metode berbelanja sangat dipermudah dengan adanya internet, sehingga pemanfaatan gadget dan koneksi pembayaran melalui dompet digital mampu mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara impulsif seiring dengan kewajiban mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Namun fenomena yang terjadi di lapangan berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil pra penelitian kepada mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2019 yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 103 responden untuk mengetahui tingkat alokasi uang bulanan yang mereka

miliki dalam membeli kebutuhan dan keinginan sebagai perilaku konsumsi pada masa pasca pandemi Covid-19 tepatnya di bulan Februari 2023 diantaranya sebagai berikut:



Sumber : Data Pra-Penelitian

### **Gambar 1.1** **Persentase Alokasi Uang Bulanan Mahasiswa**

Mahasiswa yang mengalokasikan uang bulanan mereka untuk membeli makanan atau jajanan ini didominasi oleh mahasiswa rantau dengan persentase 64%. Sedangkan mahasiswa lain yang tidak mengalokasikan uang bulanan mereka untuk membeli kebutuhan pokok lebih memilih untuk menggunakan uang tersebut untuk hal lain seperti *skincare* dan *make up* dengan persentase mahasiswa sebesar 12%, kuota internet 9,33%, rokok 5,33%, rekreasi (nonton film, nonton konser, nongkrong, tamasya, dll) 4%, *travelling* dan bensin sebagai minat beli terendah dengan persentase 2,67%. Hal tersebut dapat terjadi karena banyak mahasiswa yang mulai melakukan perkuliahan secara luring atau *offline* sebagai dampak dari peralihan pasca pandemi Covid-19, sehingga uang bulanan mereka lebih banyak dialokasikan untuk membeli kebutuhan utama yaitu makanan dan jajanan terutama bagi mahasiswa rantau. Dibandingkan saat pandemi Covid-19 masih berlangsung, mahasiswa lebih banyak mengalokasikan uang bulanan mereka untuk membeli

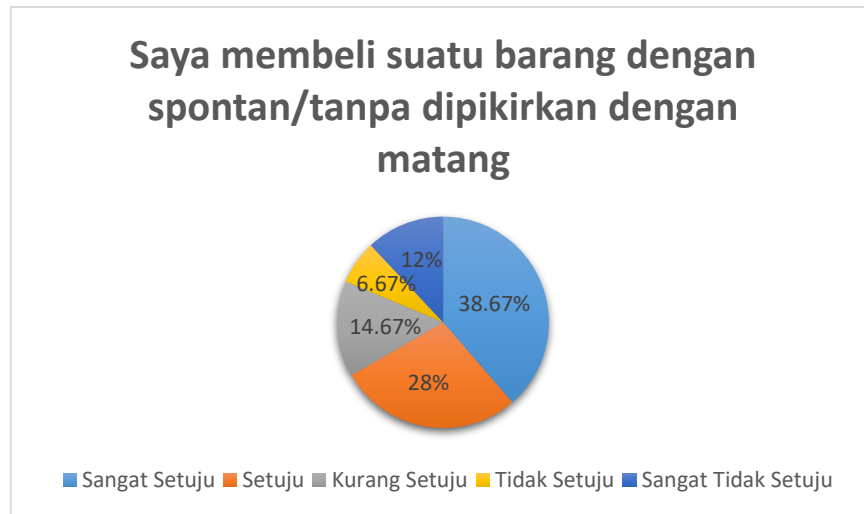
kuota internet atau berbelanja barang-barang seperti *fashion* dan *skincare* atau *make up* melalui *e-commerce*.

Berdasarkan data dari DBS Group Research (2022) mendapati peningkatan konsumsi masyarakat terhadap produk makanan menjadi 50,1% pada 2022 dari yang sebelumnya 49,2% pada 2020. Data tersebut mendukung hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2019 terhadap peningkatan konsumsi pada makanan dan jajanan setelah melewati masa pandemi Covid-19 sesuai dengan list alokasi uang bulanan mereka.

Setiap mahasiswa mempunyai list atau daftar untuk mengalokasikan uang bulanan dengan teratur, akan tetapi tindakan konsumsi mereka tidak dapat dihindarkan dari perubahan kepentingan. Bentuk perubahan tersebut berupa tindakan atau rencana awal untuk memenuhi kebutuhan pokok seperti membeli makanan dan belanja bulanan yang berubah menjadi cara lain untuk memenuhi keinginan secara berulang-ulang, baik barang ataupun kegiatan konsumsi lain tanpa mempertimbangkan nilai barang tersebut atau biasa disebut perilaku konsumtif.

Seperti yang dikemukakan Aeni (2019 : 3) “perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak hanya membeli barang-barang yang sebenarnya dibutuhkan, tetapi membeli barang yang hanya semata-mata keinginan dan untuk mencoba membeli produk meskipun seharusnya tidak memerlukan produk tersebut”. Perilaku ini mempengaruhi kehidupan orang yang sudah menginjak dewasa, tak terkecuali remaja dan mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 sendiri yang memiliki hasrat besar untuk memiliki barang-barang tanpa memikirkan nilai kegunaan dan manfaat dari barang tersebut karena didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi kesenangan semata.

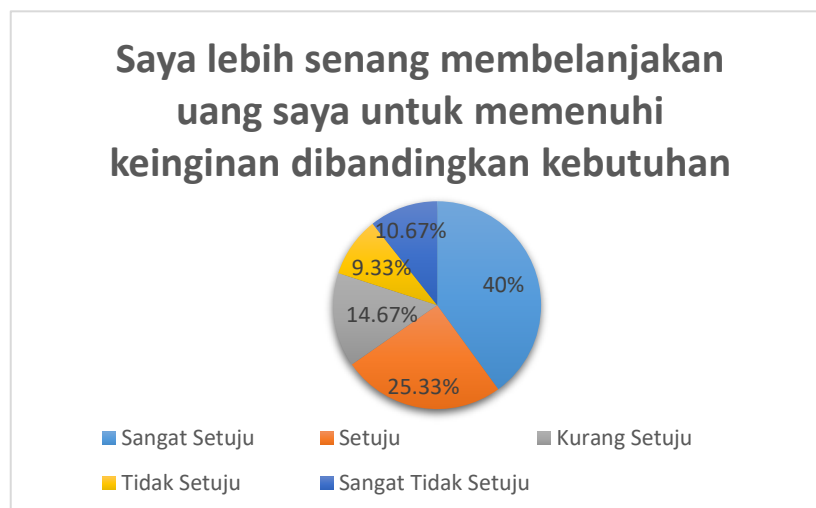
Berdasarkan kuesioner pra penelitian yang disebar oleh peneliti, fenomena yang terjadi di lapangan membuktikan bahwa mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2019 dominan membelanjakan uang bulanan mereka untuk membeli suatu barang dengan spontan atau tanpa dipikirkan dengan matang seperti pada diagram berikut:



*Sumber : Data Pra-Penelitian*

**Gambar 1.2**  
**Data Responden Terkait Pembelian Barang dengan Spontan**

Dari data diatas dapat kita ketahui bahwa 38,67% persentase mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2019 unggul dan sangat setuju bahwa mereka membelanjakan uang bulanan untuk membeli barang dengan spontan atau tanpa dipikirkan dengan matang. Pembelian secara spontan tersebut biasa disebut dengan pembelian impulsif, yaitu perilaku pembelian barang dan jasa yang dilakukan secara spontan dan tanpa memikirkannya terlebih dahulu.



*Sumber: Data Pra-Penelitian*

**Gambar 1.3**  
**Data Responden Terkait Pembelian Barang Sesuai Keinginan**

Dari data diatas dapat kita ketahui bahwa 40% persentase mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2019 sangat setuju bahwa mereka membelanjakan uang bulanan untuk membeli barang sesuai keinginan dibandingkan untuk membeli kebutuhan. Pembelian yang mereka lakukan cenderung pada barang-barang tersier yang tidak menjadi prioritas dalam daftar kebutuhan mereka sehari-hari.



Sumber : Data Pra-Penelitian

#### **Gambar 1.4** **Data Responden Terkait Pembelian Barang yang Menurut Mahasiswa Menarik**

Dari data diatas dapat kita ketahui bahwa 34,67% persentase mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2019 kurang setuju bahwa mereka membelanjakan uang bulanan untuk membeli barang yang menurut mereka menarik. Barang maupun jasa yang terlihat menarik bagi mahasiswa lebih diminati karena didukung oleh faktor-faktor seperti promo atau diskon pada waktu tertentu, kemasan yang menarik atau lucu, menyediakan layanan pengiriman yang cepat, dan kolaborasi dengan artis atau *influencer* yang mampu menarik konsumen.

Berdasarkan hasil data pra-penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 Universitas Siliwangi memiliki tingkat konsumtifitas yang tinggi dengan didukung adanya data yang unggul pada indikator pembelian barang secara spontan dengan persentase sebesar

38,67% dan pembelian barang sesuai keinginan dibandingkan kebutuhan dengan persentase sebesar 40%.

Perjalanan konsumtifitas dalam ekonomi global saat ini masih terus berjalan ke arah digitalisasi sejak beberapa tahun terakhir dan mendapatkan momentum luar biasa saat pandemi Covid-19 berlangsung. Ketika pandemi Covid-19 melanda Indonesia dan seluruh dunia, uang tunai yang sering digunakan dalam kegiatan konsumsi tentunya harus digantikan dengan terobosan baru yang mampu menghemat waktu dan intensitas bertemu dengan individu lain. Kegiatan jual beli pun tidak bisa dilakukan secara langsung atau tatap muka karena setiap mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2019 harus melakukan jaga jarak dengan sesama atau *social distancing*. Hal ini menyebabkan tidak sedikit toko atau pasar dan swalayan tutup guna menjaga kesehatan dan keselamatan penjual dan pembeli. Karena adanya kebijakan baru tersebut, banyak mahasiswa yang beralih melakukan kegiatan ekonomi dengan transaksi secara tidak langsung atau *online* melalui ponsel di rumah masing-masing.

Pembaruan transaksi dan pembayaran yang berkembang selama pandemi Covid-19 berlangsung beralih kepada platform pembayaran *online* atau *cashless payment* yang dominan digunakan oleh mahasiswa yaitu dompet digital atau *e-wallet*. Sedangkan platform yang biasa digunakan mahasiswa untuk memudahkan mencari dan membeli barang yang mereka butuhkan disebut *e-commerce*. Kondisi tersebut tidak terlepas dari faktor yang memengaruhinya. Pertama, penetrasi internet yang sudah hampir menjangkau fondasi utama lancarnya digitalisasi di hampir semua aspek kehidupan manusia. Kedua, semakin banyak pelaku usaha yang mengadopsi berbagai jenis teknologi digital dalam proses bisnis maupun proses produksi. Ketiga, munculnya pandemi yang diakibatkan oleh penyebaran virus Covid-19 saat ini menjadi katalis untuk menerapkan teknologi digital secepat dan semaksimal mungkin untuk meminimalisir kontak fisik manusia (Agus Sudiarto, 2022 : 84).

Menurut Effendy dalam Sadana (2022 : 35) “dompet digital atau *e-wallet* sendiri didefinisikan sebagai akun pembayaran elektronik dimana pengguna dapat menyimpan uang untuk transaksi di masa depan”. Contoh bentuk dompet digital

atau *e-wallet* yang dapat kita temui pada transaksi sehari-hari adalah OVO, ShopeePay, DANA, Gopay, linkaja, dan sebagainya.

Rerung (2018 : 18) berpendapat bahwa “*e-commerce* dapat didefinisikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di media sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di media sosial terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta komputer ke dalam satu jaringan raksasa atau internet”. *E-commerce* yang cukup populer di Indonesia menurut data dari *iPrice* adalah Tokopedia, Shopee, Lazada, Orami, JD.ID, dan sebagainya.

Dengan adanya dompet digital dan *e-commerce* yang mulai digandrungi oleh banyak orang setelah terbiasa digunakan di masa pandemi Covid-19, selanjutnya penggunaan dompet digital dan *e-commerce* tersebut masih terus berlanjut pada masa endemi atau pasca pandemi Covid-19 oleh pengguna usia muda dimana banyak mahasiswa di dalamnya dan tentunya menjadi terobosan baru bagi mahasiswa untuk dapat melakukan transaksi dengan mudah dari rumah. Bahkan, mahasiswa menjadi penyumbang transaksi *online* melalui platform dompet digital dan *e-commerce* terbanyak di Indonesia karena selama masa karantina akibat pandemi Covid-19 mereka lebih aktif menggunakan media sosial untuk berinteraksi, termasuk melakukan pembelian dan pembayaran. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pembayaran yang lebih dominan menggunakan dompet digital karena lebih menghemat waktu dan interaksi. Selain itu, transaksi jual beli *online* melalui *e-commerce* juga dipilih mahasiswa pada umumnya karena menghemat waktu, tenaga dan lebih praktis. Selain itu, pengguna juga dapat memilih dan membayar suatu barang secara bersamaan dengan mudah dan efisien dari rumah dengan berbagai pilihan yang lebih menarik melalui *e-commerce* karena setiap individu diberikan kemudahan untuk menjangkau seluruh toko *online* di Indonesia yang terdaftar di dalam platform *e-commerce*. Hal ini terjadi sebab transaksi dilakukan dengan lebih mudah, praktis, dan fleksibel yang menyebabkan mahasiswa sering melakukan transaksi yang tidak sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan tanpa pertimbangan yang matang. Mahasiswa juga cenderung membeli barang yang mereka inginkan dibandingkan barang yang mereka butuhkan dengan tampilan serta insentif yang menarik.



Dalam kajian teori menurut Kotler (2016 : 195) “kultur (budaya) adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang, dimana sebagian besar tingkah laku manusia dipelajari”. Disamping itu, budaya dalam berkonsumsi saat ini sudah semakin maju dengan menggunakan platform seperti dompet digital dan *e-commerce*. Hal tersebut tentunya menjadi tugas baru bagi setiap generasi milenial seperti mahasiswa untuk mengendalikan minat belanja mereka terhadap platform transaksi digital karena dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang sudah dijelaskan mengenai penggunaan dompet digital dan *e-commerce* yang dilakukan oleh mahasiswa pada masa pandemi Covid-19, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan membawa judul : **ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DAN E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PASCA PANDEMI COVID-19** (Survei pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2019).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pasca pandemi Covid-19?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pasca pandemi Covid-19?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan dompet digital dan *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pasca pandemi Covid-19?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pasca pandemi Covid-19.

2. Mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pasca pandemi Covid-19.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan dompet digital dan *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pasca pandemi Covid-19.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, agar penelitian ini lebih terarah dan mampu dikaji lebih mendalam, maka dari itu keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penggunaan *grand theory* dan indikator variabel yang terdapat dalam penelitian ini harus dikembangkan lagi menjadi lebih spesifik agar mudah dipahami pembaca.
2. Beberapa responden dalam penelitian ini tidak mengimplikasikan dompet digital secara kegunaan, hanya mengerti secara teoritis saja.
3. Subjek penelitian yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 secara keseluruhan menggunakan *platform e-commerce* sebagai media untuk bertransaksi sehingga lebih mengindikasikan terjadinya perilaku konsumtif.
4. Objek penelitian yang digunakan untuk mempengaruhi perilaku konsumtif hanya difokuskan pada penggunaan dompet digital dan *e-commerce* saja. Namun demikian, masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif agar sumbangan efektif yang dihasilkan menjadi lebih tinggi seperti motivasi, gaya hidup, teman sebaya, dan kontrol diri.

##### **1.4.2 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu ekonomi, menambah wawasan dan pengetahuan tentang dompet digital, *e-commerce* serta perilaku konsumtif. Dan juga dapat digunakan sebagai pijakan ataupun referensi pada penelitian perilaku konsumen khususnya pengaruh dompet digital dan *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif pasca pandemi Covid-19.

### 1.4.3 Manfaat Praktis

#### 1. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian dapat memberikan edukasi bahwa penggunaan dompet digital dan *e-commerce* harus tetap dilakukan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan perilaku konsumtif merupakan hal yang harus diwaspadai mahasiswa. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa dapat dengan sadar melakukan semua transaksi pembeliannya dan tidak terperangkap pada pola hidup yang konsumtif sehingga kontrol diri yang tinggi diperlukan dalam penggunaan *e-commerce*.

#### 2. Bagi Dosen

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran agar para dosen lebih mengedukasi mahasiswa terkait pentingnya pengendalian pola konsumtif dan kontrol diri agar mahasiswa dapat mengimbangi fenomena mudahnya penggunaan dompet digital dan *e-commerce* di zaman teknologi seperti saat ini.

#### 3. Bagi Orang Tua/Wali

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran agar para orang tua lebih memperhatikan penggunaan dompet digital dan *e-commerce* yang diakses oleh anak dan memberikan uang sesuai dengan kebutuhan anak agar mereka bisa lebih mengontrol diri dalam mengakses platform dompet digital dan *e-commerce* yang mengarah pada pembelian secara impulsif serta menekan perilaku konsumtifnya.

#### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dorongan bagi peneliti selanjutnya agar lebih mengembangkan lagi *grand theory* dan indikator variabel yang ada pada penelitian ini menjadi lebih spesifik dan mudah dipahami pembaca. Pada penelitian ini dikarenakan penggunaan dompet digital tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti kembali variabel tersebut dengan mewajibkan responden sudah pasti menggunakan dompet digital dalam melakukan transaksinya. Bisa juga mengganti variabel dompet digital dan *e-commerce* dengan variabel lain agar dapat menghasilkan nilai sumbangan efektif yang tinggi seperti motivasi, gaya hidup, teman sebaya, dan kontrol diri.