

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan teknologi digital yang pesat di kawasan Asia Tenggara. Kemajuan teknologi digital di Indonesia menggiring perkembangan di berbagai aspek kehidupan, seperti adanya sekolah atau kursus online, ojek online, bioskop online, hingga dalam sektor kegiatan ekonomi yang sebelumnya berjalan secara konvensional mulai bergeser ke arah digitalisasi. Sebut saja dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa. Jika dahulu pembeli dan penjual harus bertemu di suatu tempat yang bernama 'pasar. Kini pasar telah hadir dalam wujud digital, yang disebut *e-commerce* yang ada di genggaman tangan siapapun melalui gawai digital. "*Online shopping*", begitu para kaum milenial menyebutnya¹.

Perkembangan transaksi digital tidak berhenti sampai disitu. Menyebutkan bahwa sistem pembayaran digital muncul sejak hadirnya *e-commerce* ini. Pembayaran dalam transaksi digital disebut *e-payment*, dengan uang digital yang disebut *e-money*, dan dompet digital yang disebut *e-wallet*. Digital *payment* adalah teknologi yang memberikan pandangan mengenai pembayaran nontunai yang lebih praktis, efisien serta aman dalam bertransaksi melalui media digital. Munculnya *e-money* di Indonesia, telah diregulasi oleh pihak yang berwenang, yang dalam hal ini adalah Bank Indonesia².

Menurut Peraturan No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*e-money*) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit,

¹ Sumanjeet, S. 2009. Emergence of Payment Systems in the Age of Electronic Commerce: the State of Art. *Global Journal of International Business Research* 2(2).

² Puspita, Y. C. 2019. Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika* 09(02): 121–128.

nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan³.

Inovasi digitalisasi bentuk uang ini memberikan dampak positif dan negatif terhadap masyarakat sebagai pengguna *e-money*. Kasus-kasus penipuan yang mengatasnamakan penyedia *e-money* tertentupun tidak dapat dihindarkan. Akan tetapi keuntungan yang dirasa oleh pengguna *e-money* mampu membuat pertumbuhan *e-money* semakin meningkat baik dari sisi penyedia maupun dari sisi penggunaannya. Jika dilihat dari sisi positif penggunaan *e-money*, terdapat berbagai keuntungan yang dapat dirasakan oleh pengguna *e-money*, antara lain sebagai berikut. (1) *merchant* tidak perlu menyiapkan uang pecahan kecil untuk uang kembalian. (2) pengguna tidak perlu membawa banyak uang *cash* saat berbelanja. (3) pembayaran untuk belanja online semakin mudah dilakukan kapanpun dimanapun⁴.

Selain itu, melimpahnya promo dan diskon yang diberikan oleh pengembang emoney seperti Gopay, Ovo, Dana, Shopeepay, iSaku, dan lain sebagainya menjadi salah satu daya tarik *e-money* yang tidak dapat diabaikan. Seorang pengguna *e-money* bisa memiliki berbagai macam layanan demi mendapatkan manfaat berbagai macam promosi dan diskon yang ditawarkan oleh para penyedia *e-money*. Potensi pembayaran dengan *e-money* di kawasan asia tenggara diramalkan akan mencapai 1 Triliun dolar pada tahun 2025 nanti (Ramli, 2020). Data dari Bank Indonesia menunjukkan total transaksi dompet digital Indonesia semester pertama di tahun 2019 adalah sejumlah 56,1 Triliun Rupiah dengan rincian sebaran pangsa pasar pengguna masing-masing *e-money* adalah sebagai berikut Tabel 1.1

³ Sihombing, R. J. 2017. Keabsahan electronic money di Indonesia. *Jurnal Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 5(2)

⁴ Ramadhan, A. F., A. B. Prasetyo, dan L. Irviana. 2016. Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 13(2): 131–145.

Tabel 1.1
Data Transaksi dan Pangsa Pasar *E-Money*

Nama <i>e-money</i>	Total transaksi (Rupiah)	Pangsa pasar
OVO	20,8 Triliun	37%
Gopay	9,5 Triliun	17%
Dana	5,6 Triliun	10%
LinkAja	1,6 Triliun	3%
Sumber: data diolah		

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa produk *e-money* Ovo yang disediakan oleh Grab mendominasi pangsa pasar *e-money* di Indonesia pada tahun 2019 dengan total sebaran pasar sejumlah 37% pengguna dan total transaksi sejumlah 20,8 Triliun Rupiah. Disusul oleh produk *e-money* Gopay yang merupakan *e-money* dari perusahaan Gojek yang merupakan perusahaan dengan nilai valuasi perusahaan lebih dari 10 Miliar dolar (Decacorn) pertama di Indonesia. Pangsa pasar *e-money* Gopay di Indonesia pada tahun 2019 dengan total sebaran pasar sejumlah 17% pengguna dan total transaksi sejumlah 9,5 Triliun Rupiah. Aplikasi *e-money* Dana menempati posisi ketiga dengan sebaran pasar sejumlah 10% dan total transaksi 5,6 Triliun Rupiah. Dan pada posisi keempat diduduki oleh produk *e-money* LinkAja yang merupakan penyedia *e-money* dari Badan Usaha Milik Negara, dengan sebaran pangsa pasar sejumlah 3% dan total transaksi yang mencapai 1,6 Triliun Rupiah. Total 56,1 Triliun Rupiah transaksi *e-money* di tahun 2019 membuktikan minat tinggi masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai media transaksi keuangannya.

Peraturan mengenai *e-money* telah disusun dan disahkan oleh Bank Indonesia dengan Peraturan No.11/12/PBI/2009 pada tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*). Hal yang menjadi pertimbangan akan adanya peraturan ini adalah karena adanya perkembangan alat pembayaran

elektronik, adanya alat pembayaran yang diterbitkan oleh lembaga selain bank dan juga untuk meningkatkan kelancaran dan keamanan seluruh pengguna dan penyelenggara *e-money*

Perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku manusia merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Terdapat suatu model hubungan perilaku yaitu $B = f(P, E)$, yang artinya bahwa perilaku (B) adalah fungsi dari karakteristik individu (P) dan lingkungan (E), Hal ini dapat dicermati bahwa perilaku seseorang merupakan kombinasi dari kepribadian dan lingkungannya⁵.

Diluar dari beragam kemudahan dan manfaat dalam menggunakan *e-money*, juga terdapat kekurangan atau sisi negatifnya. Salah satu sisi negatif yang muncul di karenakan kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* adalah pemborosan. Hal ini disebabkan karena pengguna dapat melakukan pembayaran dengan sangat mudah dan cepat sehingga cenderung menggunakan aplikasi *e-money* tanpa berpikir lebih jauh. Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh pengembang *e-money* dapat menjerumuskan penggunaanya kearah konsumtif jika mereka tidak melakukan kontrol yang baik dalam penggunaan *e-money* tersebut. Mahasiswa merupakan kelompok masyarakat generasi Z yang dalam kehidupan sosialnya sehari-hari tidak terlepas dari gawai digital⁶.

Penggunaan *e-money* bisa membawa kecenderungan perilaku keuangan yang tidak baik dalam hal ini perilaku konsumtif atau yang biasa disebut boros. Hal ini disebabkan karena pada saat bertransaksi online, secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga menimbulkan suatu kecanduan untuk melakukan pembelian secara berulang. Sebenarnya pembelian berulang, atau sikap boros tidak selalu memiliki konotasi yang buruk. Akan tetapi pada sisi

⁵ Azwar, S. 2013. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

⁶ Ramadhan, A. F., A. B. Prasetyo, dan L. Irviana. 2016. Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 13(2): 131–145.

lainnya, pembelanja yang loyal akan meningkatkan perekonomian khususnya jika pengguna *e-money* mengeluarkan uangnya untuk berbelanja pada produk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Namun, sikap boros akan menjadi masalah, jika seseorang tidak mampu mengelola keuangannya.

Dalam hal ini, seseorang tidak memiliki cukup uang namun tetap gila belanja sehingga harus berutang atau melakukan tindakan kecurangan lainnya. Hal inilah yang harus dihindari dari sikap boros tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan kontrol diri yang kuat agar seseorang dalam mampu mengendalikan hasrat penggunaan *e-money* yang menjurus ke arah konsumtif. Kontrol diri atau *self control* merupakan kemampuan dan kecakapan seseorang dalam mengendalikan tingkah laku dengan cara menekan, mengatur, atau mengarahkan suatu keinginan dengan berbagai pertimbangan. Hal ini dilakukan agar menghindari suatu keputusan yang salah atau bertentangan dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Semakin baik kontrol diri yang dimiliki seseorang, maka semakin kuat pengendalian tingkah laku yang membawa seseorang ke dalam perilaku yang positif⁷.

Kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah lakunya sendiri; kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku yang impulsif. Roberts mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu jalinan yang secara utuh atau terintegrasi antara individu dengan lingkungannya. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi berusaha menemukan dan menerapkan cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Kontrol diri mempengaruhi individu untuk mengubah perilakunya sesuai dengan situasi sosial sehingga dapat mengatur kesan lebih responsif terhadap petunjuk situasional, fleksibel, dan bersikap hangat serta terbuka⁸.

⁷.Kumala, I. dan I. Mutia. 2020. Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset dan Teknologi*: 64–69.

⁸ Chaplin. J.P. (2002). *Kamus lengkap psikologi*. Cetakan Keenam. Penerjemah : Kartiko, K. Jakarta : PT. Raja Grafiika Persada

Menurut pendapat setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu kontrol diri. Selain itu, melalui kontrol diri mahasiswa mampu menahan keinginan-keinginan yang muncul secara berlebihan dalam diri. Dengan adanya fenomena dan masalah kemudahan bertransaksi dengan *e-money* tentu saja akan membawa dampak positif dan negatif kepada mahasiswa yang menggunakannya. Salah satu dampak negatif yang dapat ditimbulkan adalah adanya kemungkinan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Untuk itu diharapkan kontrol diri mampu menekan atau mengendalikan perilaku konsumtif yang dapat menimbulkan masalah keuangan dimasa yang akan datang⁹.

Penelitian dari Fatmasari dan Wulan dari (2016) yang menyebutkan Perkembangan *e-money* pada kalangan remaja dapat mengubah perilaku individu dalam melakukan kegiatan konsumsi. Konsumen memiliki akses yang luas dalam melakukan transaksi keuangan dikarenakan faktor kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* tersebut, trend inilah yang ditanggapi secara positif oleh mahasiswa. Penggunaan *e-money* secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional, tanpa mempertimbangkan aspek kegunaannya, sehingga yang ditonjolkan adalah status, *prestige*, kekayaan, keistimewaan dan hal lain yang mencolok (Triyaningsih dan Slamet, 2011). Anjani dan Astiti (2020) juga mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif juga dapat didasarkan atas suatu barang yang menjadi bagian dari kegemaran individu, terlebih jika individu tersebut bergabung dalam komunitas penggemar, misalkan komunitas penggemar *anime*. Hal ini dapat menjadi media yang cukup berpengaruh bagi remaja dalam mengekspresikan diri, termasuk dalam berperilaku konsumtif.

⁹ Gunarsa, S.D (1991) *Psikologi Praktis, Anak, Remaja dan Keluarga*. Jakarta: PT. Gunung Mulia

Dengan adanya fenomena kemudahan bertransaksi dengan *e-money* tentu saja akan membawa dampak positif dan negatif kepada mahasiswa yang menggunakannya. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan adalah adanya kemungkinan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Untuk itu diharapkan kontrol diri mampu menekan atau mengendalikan perilaku konsumtif yang dapat menimbulkan masalah keuangan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan penggalan data awal yang dilakukan dalam bentuk wawancara kepada 10 mahasiswa Mahasiswa Uin Sumatera Utara, sebagian besar menyatakan bahwa mereka pengguna aktif *e-money* dan memiliki beberapa aplikasi serta kartu elektronik sebagai alat pembayaran utama. Dalam hasil wawancara didapatkan bahwa mahasiswa sangat terbantu dengan adanya *e-money* karena sangat praktis serta memudahkan untuk melakukan pembayaran dimana saja dan kapan saja. Selain itu, promo dan *cashback* yang diberikan oleh penyedia jasa layanan *e-money* cukup berpengaruh dalam keputusan pembelian karena mahasiswa merasa lebih menguntungkan. Kemudahan serta promosi yang diberikan penyedia jasa *e-money* menyebabkan sebagian besar mahasiswa kurang dapat mengontrol pengeluaran, menurut hasil wawancara beberapa mahasiswa setelah melihat promosi atau *cashback* yang diberikan cenderung akan langsung membeli tanpa berpikir panjang tentang kegunaan produk tersebut serta kebutuhan lain.

Dari uraian fenomena dan kasus yang telah dipaparkan diatas, penelitian mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* menjadi menarik karena kontrol diri diperlukan dan diharapkan mampu mengatasi perilaku konsumtif pada pengguna *e-money*, khususnya pada remaja. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti serta menguji secara empiris hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh E- Money Dan Kontrol Diri Terhadap**

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adanya pengaruh *e-money* dalam kecendrungan keuangan yang kurang baik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2. Terdapat faktor kontrol diri yang berpengaruh terhadap konsumtif diri dalam penggunaan *e-money*
3. Penggunaan *e-money* berdampak pada perilaku konsumtif dapat ditekan atau dikendalikan

C. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah ruang lingkup masalah atau upaya membatasi ruang lingkup masalah yang terlalu luas atau lebar sehingga penelitian itu lebih bisa fokus untuk dilakukan. hal ini dilakukan agar pembahasannya tidak terlalu luas kepada aspek-aspek yang jauh dari relevansi sehingga penelitian itu bisa lebih fokus untuk dilakukan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan tersebut di atas, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa ?
2. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa ?
3. Apakah *e-money* dan kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa ?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa ?
2. Untuk mengetahui apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa ?
3. Untuk mengetahui apakah *e-money* dan kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa ?

F. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna dan memiliki manfaat antara lain:

a. Manfaat Teoritis

- Bagi Penulis

Setiap penelitian diharapkan memiliki kegunaan bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terlibat secara langsung di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris yang dapat ditunjukkan kepada publik bahwa penggunaan *e-money* dan kontrol diri, mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Adapun manfaat secara khusus yang didapatkan dari penelitian ini disebutkan di bawah ini:

- Bagi Akademik

Sebagai bahan acuan lebih lanjut dalam meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh penggunaan *e-money*, mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif dan control diri pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Selain itu juga memperdalam pemahaman dan pengetahuan perihal teori-teori yang telah dipelajari, serta untuk mencari perbandingan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik yang sesungguhnya terjadi pada ketepatan waktu pelaporan perusahaan

perbankan.

- Bagi Universitas

Diharapkan bagi universitas agar dapat menjadikan tambahan referensi dan penunjang dalam pembantuan akreditasi universitas dan juga dapat memudahkan kampus dalam melakukan penelitian yang relevan.

- Bagi Pemerintah

Penelitian tidak hanya bermanfaat bagi peneliti, tapi bermanfaat juga bagi pemerintah. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bermanfaat bagi pemerintah, salah satunya dapat dijadikan referensi untuk membuat kebijakan publik. Misalnya kebijakan dalam menggunakan aktivitas pembiayaan hidup yang disesuaikan dengan masalah kemiskinan di lapangan

- Bagi Masyarakat

Digunakan untuk menemukan solusi atau kemungkinan terbaik dalam memecahkan masalah sosial. Digunakan untuk menganalisis gejala sosial yang terjadi di masyarakat. Digunakan untuk mendapatkan gambaran sebab-akibat suatu fenomena, kebijakan, atau perubahan sosial. Memperkirakan fenomena sosial yang akan terjadi berdasarkan fakta yang telah dihadapi.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuat auditor dan investor memahami keadaan atau penyebab yang sekiranya memiliki pengaruh penggunaan *e- money*, mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Sedangkan bagi Mahasiswa yang berkepentingan, penelitian ini diharapkan dapat lebih baik ke depannya.