

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia dilahirkan dengan kebutuhan, kebutuhan fisik atau biologis seperti makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal dan seks. Di samping itu, kebutuhan manusia juga terbagi dan dijadikan dalam tiga kategori, yang pertama ialah kebutuhan pokok, seperti kebutuhan sandang, pangan dan papan. Yang kedua ialah kebutuhan sekunder, seperti membeli sepeda motor dan mobil. Yang terakhir yaitu kebutuhan tingkat ketiga, seperti membeli mobil mewah, rumah mewah dan berlibur ke luar negeri. (Damiati dkk, 2017, hlm. 57)

Semua kebutuhan yang disebutkan di atas selalu dicari oleh setiap orang untuk menciptakan kebahagiaan dalam hidupnya. Secara finansial, tindakan pertama yang dilakukan seseorang untuk memperoleh pendapatan atau kekayaan adalah membelanjakan atau menggunakannya untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang dibutuhkan dirinya maupun keluarganya. (Havis Aravik, 2016, hlm. 115)

Model pemenuhan kebutuhan manusia pada awalnya masih sederhana, lebih menyukai metode artifisial karena dianggap cukup untuk kebutuhan manusia pada saat itu. Tetapi seiringnya dengan perkembangan zaman dan teknologi, manusia merasakan adanya beberapa kekurangan dari cara manual

yang ada saat ini, seperti rendahnya efisiensi waktu dan penggunaan tenaga. Belum lagi mobilitas manusia yang semakin meningkat. Oleh karena itu, mendorong orang untuk beralih arah ke moda yang memenuhi kebutuhan mendesak. Saat ini hampir semua yang manusia butuhkan dapat dipenuhi dengan mudah dan cepat karena semuanya dapat tersedia secara online. Untuk saat ini internet sudah menjadi kebutuhan di hampir semua kalangan.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah penduduk Indonesia mencapai 275 juta jiwa. Pada 2021, jumlah pengguna internet aktif berdasarkan data e-marketer mencapai 202 juta orang, hampir seperempat dari jumlah penduduk di Indonesia.

Semakin berkembangnya zaman dan teknologi maka semakin memecahkan masalah yang muncul dalam kehidupan manusia. Sebagai contoh kecil, dulu jika seseorang ingin membeli makanan dan minuman, ia harus langsung pergi ke restoran atau toko. Kalau dalam keadaan luang, mungkin cara ini masih bisa dilakukan. Namun bagaimana ketika sedang bekerja atau keadaan tidak memungkinkan untuk keluar rumah untuk membeli makanan, hal tersebut mengganggu pekerjaan.

Sekarang ada aplikasi online bernama Gojek. Gojek adalah aplikasi anak nasional yang didirikan pada tahun 2010, bergerak di bidang usaha seperti jasa transportasi online. Per Maret 2022, aplikasi Gojek telah diunduh lebih dari 142 juta kali dan memiliki lebih dari 2 juta mitra *driver*. Yang berarti, sudah setengah penduduk Indonesia telah menjadi pengguna internet aktif seperti

halnya pengguna aplikasi Gojek. Gojek sendiri terhitung memiliki mitra *merchant* dan lebih dari 60.000 penyedia layanan di Asia Tenggara, dengan volume transaksi tahunan mencapai 2 miliar pada akhir 2018. Tahun lalu, Gojek juga mencatatkan *gross transaction value* (GTV) lebih dari US\$9 miliar di Asia Tenggara. Bisnisnya mencakup Asia Tenggara, dan telah menjadi grup teknologi konsumen terbesar di GTV Asia Tenggara. Gojek saat ini beroperasi di 204 kota dan wilayah di lima negara di Asia Tenggara.

Kemudian di tahun 2016, persaingan semakin ketat. Gojek berekspansi ke bisnis pesan-antar makanan dengan menciptakan layanan Gopay sebagai solusi dari permasalahan, contohnya ketika makanan atau minuman tersebut tanpa harus menyediakan uang *cash*. (Ayu Aziah, 2018, hlm. 152)

Go-Food merupakan salah satu layanan dari Gojek, yaitu layanan pesan antar makanan atau minuman yang dapat dilakukan secara online. Secara sederhana, mekanisme pemesanan dalam layanan Go-Food adalah pelanggan memesan makanan atau minuman dari toko yang diinginkan melalui aplikasi Gojek, kemudian driver Gojek mengambil pesanan pelanggan di toko yang dikunjungi. *Driver* kemudian mengirimkan pesanan ke pelanggan yang melakukan pemesanan berdasarkan lokasi, dan pengemudi diberi imbalan berdasarkan layanan yang dia berikan. Pembayaran layanan Go-Food dapat dilakukan dengan dua cara, tunai atau menggunakan saldo elektronik pada akun Gojek pelanggan (disebut fitur Go-Pay). Ada beberapa keuntungan ketika membayar melalui Go-Pay, di antaranya selain berbagai penawaran promosi,

driver Gojek juga merasa lebih efisien dan nyaman karena kemungkinan pelanggan membatalkan pesanannya secara sepihak.

GoPay adalah dompet digital yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Diterbitkan oleh Gojek super app, alat pembayaran ini awalnya dikembangkan untuk memudahkan pembayaran penumpang ojek online Gojek. Namun, ternyata itu bisa berkembang menjadi alat yang membayar semuanya. Dompet digital Gojek merupakan alat pembayaran yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran gratis untuk berbagai keperluan. Misalnya, Anda bisa menggunakannya saat berbelanja atau membeli dari mitra bisnis yang bekerja sama dengan Gojek.

Gopay atau yang biasa disebut GoWallet adalah layanan uang elektronik dari produk atau aplikasi dompet digital bernama Gojek dari Indonesia. Gopay digunakan untuk menyimpan saldo Gojek yang nantinya dapat digunakan untuk pembayaran atau transaksi di layanan aplikasi Gojek manapun seperti (GoRide, GoCar, GoSend, GoFood dll). Tambah saldo Gopay mudah dengan transfer melalui Mitra Gojek, One Click, ATM, Internet Banking, Alfamart dll.

Kemajuan teknologi memberikan banyak peluang untuk memenuhi kebutuhan manusia, seperti halnya layanan fitur gopay ini. Semakin mudahnya bahkan fungsi gopay bisa digunakan oleh hampir semua kalangan masyarakat dan apapun latar belakangnya, yang penting mereka bisa menggunakan minimal satu smartphone. Dengan kemudahan seperti lebih hemat waktu dan tenaga serta kualitas layanan yang diberikan, transaksi yang menggunakan

GoPay pasti akan puas menggunakan salah satu fitur yang ada di aplikasi Gojek ini.

Namun, selain adanya kemudahan penggunaan dan kepuasan terhadap fungsi GoPay, tampaknya fungsi GoPay juga dapat memberikan efek negatif bagi para pengguna tersebut. Antara lain membuat pengguna merasa ringan dan puas dengan kemalasan, kecanduan dan konsumerisme. Belum lagi metode pembayaran cashless GoPay yang mengubah kebiasaan berbelanja. Saat kita membayar tunai, awalnya kita secara sadar membelanjakan uang dalam bentuk *cash*. Tetapi dengan Go-Pay, transaksi tidak dilakukan secara fisik, meski sama-sama melakukan pembayaran. Hal ini menyebabkan penurunan kesadaran sehingga menimbulkan kecenderungan akan terus menerus berbelanja dan akhirnya terjadi pemborosan atau yang disebut dengan konsumerisme apabila tidak dikelola dengan baik.

Dalam agama Islam sendiri perilaku konsumtif sangat tidak dianjurkan seperti yang disebutkan dalam QS. Al-A'raf (7) : 31

يَبْنَٰى اءَمَ ُءُءُوَا زَٲٲَتَكُم مَّءَدَ َكُلِّ مَسْءِءٍ وَّكُلُوَا وَاَشْرَبُوَا وَاَلَا تُسْرِفُوَا اِنَّهٗ َلَا

يُءِبُّ الْمُسْرِفَٲٲ

Artinya : *“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebihan-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”* (QS.

Al-A'raf (7) : 31. (Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah 2021, hlm.

Menurut informasi yang didapat dari web resmi gojek, sekarang pengguna gopay dapat menarik saldo yang dimilikinya. Untuk dapat melakukan tarik tunai dengan gopay, pengguna terlebih dahulu harus melakukan verifikasi akun gojek miliknya, dengan cara mengunggah foto diri dan foto kartu identitas bisa berupa KTP, SIM, dan paspor. Semua itu diunggah pada bagian pengaturan.

Maka peneliti ingin menggunakan fenomena di atas untuk menguji seberapa besar pengaruhnya yang ditimbulkan dari kemudahan dan kepuasan penggunaan fitur gopay terhadap perilaku konsumtif. Yaitu dengan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Dan Kepuasan Penggunaan Fitur Gopay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin.”

Inti masalah dalam penelitian ini terletak di balik sisi positifnya fitur Gopay, yaitu, memberikan kemudahan dan kualitas pelayanan yang terhadap penggunanya, ternyata juga menunjukkan efek negatif, yaitu menciptakan sikap konsumtif. Dari hal demikian, penulis bermaksud menguji seberapa pengaruh dampak yang ditimbulkannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan dan kepuasan penggunaan fitur Gopay berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin?
2. Apakah kemudahan dan kepuasan penggunaan fitur Gopay berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin?

C. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui kemudahan dan kepuasan penggunaan fitur Gopay berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin.
2. Mengetahui kemudahan dan kepuasan penggunaan fitur Gopay berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

D. Signifikan Penelitian

Hal penting dari sebuah penelitian adalah kemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkap hasil penelitian.

Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan tertulis bagi penulis dan pihak-pihak terkait, khususnya di bidang finansial teknologi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya keilmuan ekonomi syariah.

2. Secara praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi sumbangsih dalam rangka menumbuhkan kesadaran konsumen untuk meminimalisir perilaku konsumtif digitalisasi ekonomi.

E. Definisi Operasional

Untuk mengetahui kesalahpahaman dan kekeliruan dalam meninterpretasikan judul serta permasalahan yang akan peneliti teliti dan sebagai pegangan agar lebih fokus dalam kajian, maka peneliti membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah sesuatu daya atau hal yang berupa kekuatan yang ikut

membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan kepribadian seseorang. (KBBI, 2022). Pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah adanya kemudahan dan kepuasan penggunaan fitur gopay pada aplikasi gojek terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Banjarmasin.

2. Kemudahan merupakan tingkat di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.
3. Kemudahan penggunaan diartikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Seorang individu mungkin menemukan bahwa sistem sulit untuk digunakan meskipun individu tersebut percaya bahwa ini berguna. Banyaknya promo yang ditawarkan, praktis tanpa perlu mencari uang tunai dan menunggu kembalian, serta mudah digunakan adalah alasan utama mengapa pengguna gojek memilih gopay sebagai metode pembayaran.
4. Kepuasan adalah sebagai perspektif pengalaman seseorang setelah mengkonsumsi atau menggunakan atau menikmati suatu produk atau jasa. Jadi produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup.

5. Kepuasan penggunaan dapat diartikan bahwa pengguna harus dapat sebuah kepuasan dalam hal tertentu yang diinginkan dan dibutuhkannya. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Schnaars yaitu tujuan dari dibentuknya sebuah perusahaan yaitu menciptakan rasa kepuasan penggunaan. Salah satu faktor mengapa gopay mudah untuk masuk dalam jajan digital, hal ini didukung oleh penelitian Pamudji, D. D dan Rizal, A. (2021) yang menjelaskan bahwa adanya *brand image* yang tinggi maka kepuasan penggunaannya akan fitur gopay juga semakin tinggi.
6. Gopay adalah anak perusahaan dari Gojek yang berkecukupan di bidang teknologi finansial. Layanan utama Gopay adalah dompet elektronik yang memiliki fitur penyimpanan uang elektronik, serta untuk pembayaran transaksi di aplikasi Gojek. Gopay juga memiliki layanan kartu kredit visual, Gopay Later dan memiliki saham di bank Jago.
7. Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2009 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Saat ini, Gojek telah tersedia di 50 kota di Indonesia. Gojek juga mempunyai layanan pembayaran digital yang bernama Gopay. Selain di Indonesia, layanan Gojek sekarang telah tersedia di Vietnam dan Singapura.
8. Perilaku adalah tindakan atau kegiatan yang diwujudkan dalam gerak atau sikap, tidak hanya pada tubuh tetapi juga pada bahasa. Perilaku adalah sesuatu yang dilakukan individu dan dapat diamati secara langsung

maupun tidak langsung. Apapun bisa terjadi jika sesuatu dapat memotivasi seseorang untuk melakukannya. Stimulus tertentu memicu reaksi atau perilaku.

9. Konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menghabiskan uang yang tidak terbatas, tidak jarang orang lebih mementingkan faktor emosional daripada faktor rasional. Atau lebih tertarik dari yang diperlukan. Konsumsi dapat diartikan sebagai kegiatan dimana orang membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan, tetapi karena menginginkan barang tersebut, orang rela mengeluarkan uangnya tanpa memikirkan dampak yang akan datang.
10. Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas. (Hartaji, 2012). Adapun objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI angkatan 2019, 2020 dan 2021 jurusan Ekonomi Syariah, Asuransi Syariah dan Perbankan Syariah.

F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu peneliti rasa sangatlah relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Peneliti	Judul Penelitian	Model Analisis	Hasil Penelitian	Perbedaan

Lailatu Syifa (2019) Skripsi	Pengaruh Kemudahan Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan penggunaan <i>Mobile Banking</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.	Perbedaannya terdapat pada jumlah variabel (X) yang diuji dan objek penelitian yang digunakan.
Fheni Anggriyani (2019) Jurnal	Pengaruh Media Sosial Instagram Online Shop	Analisi Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa	Perbedaannya terdapat pada jumlah variabel (X)

	<p>Terhadap Perilaku Konsumtif Siswi SMAN 1 Makasar</p>		<p>terdapat pengaruh yang signifikan dan positif persepsi kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan instagram sebagai media online shop dan kualitas online shop di instagram terhadap perilaku konsumtif.</p>	<p>yang diuji dan objek penelitian yang digunakan.</p>
<p>Eni Nur Aeni</p>	<p>Pengaruh <i>Onlineshop</i></p>	<p>Uji Validitas, Reabilitas,</p>	<p>Berdasarkan hasil</p>	<p>Perbedaannya terdapat pada</p>

<p>(2019)</p> <p>Skripsi</p>	<p>Terhadap</p> <p>Perilaku</p> <p>Konsumtif</p> <p>Mahasiswa</p> <p>Fakultas</p> <p>Ekonomi dan</p> <p>Bisnis Islam</p> <p>(FEBI) UIN</p> <p>Walisongo</p> <p>Semarang</p>	<p>Uji Asumsi</p> <p>Klasik,</p> <p>Analisi</p> <p>Regresi</p> <p>Berganda,</p> <p>dan Pengujian</p> <p>Hipotesisi</p> <p>Menggunakan</p> <p>Uji F dan Uji</p> <p>T</p>	<p>penelitian,</p> <p>dapat</p> <p>disimpulkan</p> <p>bahwa secara</p> <p>simultan ke</p> <p>empat</p> <p>variabel</p> <p>independen</p> <p>(X1, X2, X3,</p> <p>X4)</p> <p>berpengaruh</p> <p>terhadap</p> <p>variabel</p> <p>dependen</p> <p>(Y), dan</p> <p>parsial hanya</p> <p>variabel</p> <p>kemudahan</p> <p>(X2) dan</p> <p>harga (X3)</p> <p>yang</p> <p>berpengaruh</p>	<p>jumlah</p> <p>variabel (X)</p> <p>yang diuji dan</p> <p>objek</p> <p>penelitian</p> <p>yang</p> <p>digunakan.</p>
------------------------------	---	---	---	--

			signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Sedangkan variabel kualitas informasi (X1) dan kualitas produk (X2) tidak berpengaruh.	
Pandu Marindi dan Desi Nur Widawati (2015) Jurnal	Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dalam Belanja <i>Online</i> Dengan	Korelasi <i>Product Moment</i>	Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan	Perbedaannya terdapat pada model analisis yang digunakan, yaitu pada penelitian ini menggunakan

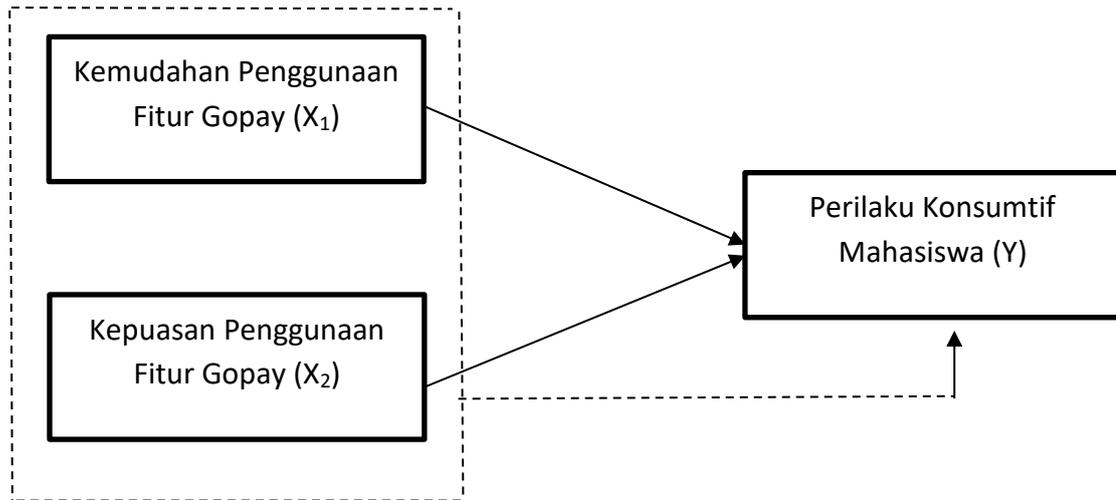
	Perilaku		antara	model analisis
	Konsumtif		kepuasan	korelasi
	Pada		konsumen	<i>Product</i>
	Mahasiswa		dalam belanja	<i>Moment</i> ,
	Psikologi		online	sedangkan
	Universitas		dengan	pada
	Negeri		perilaku	penelitian
	Surabaya		konsumtif.	saya
				menggunakan
				model
				Analisis
				Linier
				Berganda.

Sumber: Data diambil dari berbagai sumber: 2023

G. Kerangka Konseptual

Untuk mengetahui masalah dalam penelitian maka dibuatlah kerangka pemikiran dalam gambar berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual



Sumber: Data diambil dari berbagai sumber: 2023

H. Hipotesis Penelitian

Suatu pernyataan yang dapat diuji hubungannya antara variabel X dan Y dan bisa dijadikan untuk jawaban sementara dari pernyataan adalah hipotesis (Mahboob Ali & Hossain, 2017). Jawaban sementara untuk rumusan masalah pada penelitian adalah pengertian hipotesis menurut Sugiyono arti sementara karena jawaban yang didapat hanya berdasar pada teori relevan belum berdasarkan fakta yang didapat saat mengumpulkan data di lapangan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis 1

H₁ : Kemudahan penggunaan fitur gopay berpengaruh terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

H_0 : Kemudahan penggunaan fitur gopay tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

2. Hipotesis II

H_2 : Kepuasan penggunaan fitur gopay berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

H_0 : Kepuasan penggunaan fitur gopay tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penjelasan dan pemahaman tentang masalah-masalah dalam penelitian ini, maka diperlukannya sistematika yang dibagi menjadi lima bab, yang terbagi dalam beberapa bab, yang sistematika tersebut sebagai berikut:

Bab pertama merupakan pendahuluan yang membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

Bab kedua, berisikan landasan teori. Untuk bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yaitu teori tentang kemudahan penggunaan, kepuasan penggunaan dan perilaku konsumtif.

Bab ketiga, berisikan metode penelitian. Untuk bab ini disajikan informasi, di mana terdapat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian,

subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengolahan dan analisis data, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

Bab keempat, berisi laporan hasil penelitian dan analisis data yang terdiri dari gambaran umum tentang perusahaan Gojek, karakteristik responden, hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil uji normalitas, hasil uji asumsi klasik, hasil uji analisis regresi linier berganda, hasil uji hipotesis maupun pembahasan mengenai masalah-masalah penelitian.

Bab kelima merupakan penutup atau simpulan. Pada bab ini berisi simpulan, saran-saran yang membangun bagi penelitian selanjutnya.