

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi pada zaman sekarang telah mendorong manusia untuk mengalami berbagai bentuk kemajuan. Melalui globalisasi, teknologi informasi dan komunikasi berkembang secara global, Dengan demikian, perkembangan teknologi membawa pengaruh besar terhadap berbagai bidang dalam kehidupan manusia (Satyadharma & Sudaryanto, 2021). Salah satu fenomena yang muncul akibat era globalisasi adalah berkembangnya *cashless society*, yang ditandai dengan hadirnya berbagai dompet elektronik di Indonesia. Berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital telah mendorong perubahan dalam pola hidup masyarakat menuju gaya hidup yang lebih praktis dan modern. Saat ini, kemajuan teknologi finansial (*financial technology* atau *fintech*) menjadi faktor utama yang mendorong pertumbuhan *startup* di bidang keuangan digital, termasuk layanan dompet digital. (Tazkiyyaturrohmah, 2018).

Dompot digital adalah salah satu inovasi dalam teknologi finansial (*fintech*) yang menggunakan jaringan internet sebagai solusi alternatif dalam proses transaksi pembayaran. Penggunaan dompet digital ini memberikan berbagai manfaat dan kemudahan bagi semua pengguna. Hal tersebut sangat disukai oleh konsumen kalangan generasi Z. Di Indonesia generasi ini sudah terbiasa dengan teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Astuti & Faujiah, 2023).

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan pilihan layanan *financial technology*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Utami S and Kusumawati, 2017) persepsi terhadap kemudahan penggunaan merupakan salah satu aspek yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan digital. Faktor ini terbukti memberikan pengaruh positif terhadap ketertarikan terhadap layanan tersebut (Rodiah & Inaya Sari Melati, 2020). Kemudahan penggunaan menggambarkan tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem tersebut mudah digunakan tanpa membutuhkan upaya yang besar. Dalam konteks ini, dompet digital diharapkan dapat memfasilitasi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan secara lebih praktis. Pengguna tidak lagi diwajibkan membawa dompet maupun sejumlah besar uang tunai hanya dengan *smartphone* dan saldo yang tersedia, transaksi dapat dilakukan secara fleksibel kapan pun dan di mana pun (Kumparan.com,2021).

Generasi Z dikenal sebagai pengguna teknologi yang cerdas dan paham menggunakan perangkat elektronik. Mempelajari kebiasaan pembayaran digital bermanfaat bagi Generasi Z untuk dapat mengontrol pengeluaran saat menggunakan metode pembayaran digital serta memberikan informasi berharga bagi pengembang teknologi sistem keuangan (*fintech*) guna menghasilkan solusi pembayaran yang lebih baik, lebih aman, dan lebih efisien. Hal ini dapat menimbulkan inovasi teknologi yang lebih baik relevan dengan kebutuhan konsumen dan menjadi kekuatan utama masa depan dan

Generasi Z sering disebut sebagai "*digital natives*" karena tumbuh dalam era tersebut. Generasi Z berkembang di era teknologi internet yang sangat maju pesat, sehingga sangat terbiasa dengan penggunaan *smartphone*, media sosial, dan teknologi lainnya sejak kecil (Nizar & Yusuf, 2022).

Banjarmasin merupakan kota terbesar di Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kota ini juga berperan sebagai ibu kota provinsi dan dikenal dengan julukan "Kota Seribu Sungai" karena wilayahnya yang dipenuhi oleh jaringan sungai. Luas wilayah Banjarmasin mencapai sekitar 98,46 km² dan terdiri dari gugusan pulau-pulau kecil sekitar 25 pulau yang dipisahkan oleh aliran sungai. Beberapa di antaranya adalah Pulau Tatas, Pulau Kelayan, Pulau Rantau Keliling, Pulau Insan, Pulau Kembang, dan Pulau Bromo.

Sementara itu, konsumsi merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan setiap individu. Kegiatan konsumsi bertujuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan harian, seperti kebutuhan akan sandang, pangan, transportasi, tempat tinggal, pendidikan, hiburan, dan layanan kesehatan (Astuti & Faujiah, 2023).

Tabel 1.1

Pengeluaran rata-rata per kapita per bulan di Kota Banjarmasin

Kelompok Komoditas (1)	2022 (2)	2023 (3)
Makanan/food	787.416	765.405
Padi-padian/Cereals	68.375	77.155
Umbi-umbian/Tubers	4.963	5.265
Ikan/fish	83.709	82.12
Daging/Meat	41.749	36.875
Telur dan susu/Eggs and milk	51.251	61.404
Sayur-sayuran/Vegetables	45.438	39.211
Kacang-kacangan/Legumes	9.828	8.585

Buah-buahan/Fruits	29.467	24.846
Minyak dan lemak/Oil and fats	22.615	13.764
Bahan minuman/Beverage stuffs	18.983	14.371
Bumbu-bumbuan/Spices	14.837	12.152
Konsumsi lainnya/Miscellaneous food items	18.545	14.348
Makanan dan minuman jadi/Prepared food and beverages	324.559	334.516
Rokok/Cigarettes	53.097	40.792
Bukan Makanan/Non food	846.517	885.867
Perumahan dan fasilitas rumah tangga/Housing and Household Facilities	507.599	492.873
Aneka barang dan jasa/Miscellaneous goods and services	174.851	211.919
Pakaian, alas kaki, dan tutup kepala/Apparel, footwear and headgear	39.045	46.43
Barang tahan lama/Durable goods	49.359	43.758
Pajak, pungutan, dan asuransi/Taxes, fees and insurance	629	62.541
Keperluan pesta dan upacara/Purposes party and ceremony	12.763	28.346
Jumlah/Total	1.633.933	1.651.272

Sumber: Badan Pusat Statistik, Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret 2022 dan Maret 2023/BPS-Statistic Indonesia, National Socioeconomic Survey.

Pada tahun 2023, pengeluaran rata-rata per kapita per bulan di Kota Banjarmasin tercatat sebesar Rp1.651.272. Jumlah tersebut terdiri atas pengeluaran untuk konsumsi makanan sebesar Rp765.405 dan konsumsi non-makanan sebesar Rp885.867.

Pada kelompok konsumsi makanan, pengeluaran terbesar berasal dari kelompok makanan dan minuman, yaitu sebesar Rp334.516 per kapita per bulan. Sementara itu, dalam kelompok konsumsi non-makanan, pengeluaran terbesar tercatat pada sektor perumahan dan fasilitas rumah tangga, yakni sebesar Rp492.873. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa tingkat konsumsi masyarakat di Kota Banjarmasin mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya.

Perilaku konsumsi yang berlebihan dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif, terutama di kalangan Generasi Z. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Perilaku konsumtif ditandai dengan tindakan konsumsi yang impulsif dan tidak disertai alasan yang rasional, yang pada akhirnya mengarah pada pemborosan (Asisi, 2020). Menurut (Safira et al., 2023) individu yang bersikap konsumtif cenderung mengedepankan keinginan dibandingkan kebutuhan, bahkan sering kali berlebihan dalam memenuhinya. Ketimpangan antara keinginan dan kemampuan finansial inilah yang kemudian menimbulkan ketidakpuasan dan berujung pada pemborosan.

Dalam kasus di mana seseorang hanya membeli barang atau jasa untuk memenuhi keinginan dan harapan mereka, bukan kebutuhan pokok, maka perilaku tersebut disebut sebagai konsumsi yang tidak rasional atau bersifat kompulsif. Perkembangan teknologi di bidang keuangan, informasi, dan komunikasi semakin memudahkan Generasi Z dalam mengakses berbagai informasi mengenai produk dan layanan, sehingga membuat mereka lebih rentan terhadap perilaku konsumtif (Meilani & Kusuma, 2024).

Diriwalkan dalam Al-Quran yang menjelaskan tentang perilaku konsumtif dalam surah Al-Isra ayat 26 sebagai berikut:

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya:

"Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros."

Adapun hadis tentang konsumsi yaitu sebagai berikut.

Dari 'Amr bin Syu'aib, dari ayahnya, dari kakeknya, ia berkata, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda

كُلُوا وَاشْرَبُوا وَابْسُوا وَتَصَدَّقُوا، فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَحِيلَةٍ

Artinya: Makan dan minumlah, berpakaianlah dan bersedekahlah tanpa bersikap berlebihan dan sombong." (HR. An-Nasa'I, no. 2559. Syaikh Al-Albani mengatakan bahwa hadits ini hasan).

Tidak boros adalah salah satu prinsip utama dalam konsumsi yang dianjurkan dalam Islam. Ajaran Islam menggaris bawahi pentingnya kesederhanaan dalam berbelanja, mendorong umat Muslim untuk mengkonsumsi sesuai dengan kebutuhan minimal agar dapat menahan nafsu dan keinginan yang berlebihan (Dintara Lubis, n.d.).

Konsumsi yang berlebih dianggap sebagai tindakan yang tidak terpuji karena termasuk dalam kategori pemborosan. Oleh karena itu, Islam mendorong umatnya untuk menjalani pola konsumsi yang seimbang, tidak terlalu kikir dan juga tidak berlebihan. Kikir dapat dipahami sebagai sikap di mana seseorang enggan menggunakan harta yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan dirinya dan keluarganya dengan semestinya.

Generasi Z Banjarmasin banyak menghabiskan waktu di media sosial seperti tik tok. Influencer lokal maupun nasional sering kali mempromosikan produk-produk yang mendorong perilaku impulsif. Contohnya, trend fashion, gadget, atau makanan viral yang sering muncul di tik tok membuat mereka cenderung membeli tanpa pertimbangan panjang (Rahmi et al., 2024).

Penelitian terdahulu yang sejalan dilakukan oleh Nihlatussifa & Susilo, (2024) dengan judul “Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* dan *Islamic Financial Literacy* terhadap Perilaku *Impulse Buying* pada Generasi Z Pengguna *E-Wallet* di Jepara”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pada Generasi Z. Penelitian ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses dan fitur yang ditawarkan oleh *e-wallet* dapat mendorong perilaku konsumtif, terutama dalam bentuk pembelian yang tidak direncanakan.

Selain itu, penelitian oleh Gustantio et al., (2024) yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, *Financial Literacy*, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi terhadap Penggunaan *E-Wallet* pada Generasi Z” juga mendukung pentingnya aspek kemudahan dalam bertransaksi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan bertransaksi memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet* di kalangan Generasi Z. Hal ini menegaskan bahwa semakin mudah suatu teknologi

keuangan digunakan, maka semakin besar kemungkinan generasi muda untuk mengadopsinya dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Fenomena tersebut menjadi salah satu alasan yang mendorong penulis untuk meneliti apakah efisiensi dan kemudahan Penggunaan dompet digital berperan dalam mendorong peningkatan perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z yang berada di Kota Banjarmasin.

Dengan uraian ini, maka dari itu penulis berkeputusan untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Efisiensi Dan Kemudahan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka sebagai rumusan masalahnya yaitu:

1. Apakah efisiensi dan kemudahan dompet digital berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin?
2. Apakah efisiensi dan kemudahan dompet digital berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan yang diangkat, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh efisiensi dan kemudahan dompet digital secara simultan terhadap perilaku konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh efisiensi dan kemudahan dompet digital secara parsial terhadap perilaku konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin.

D. Signifikasi Penelitian

Dalam suatu penelitian pasti terdapat manfaat yang dapat diambil manfaat dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi tertulis yang bernilai bagi penulis maupun pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya dalam ranah teknologi finansial. Selain itu, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan di bidang perbankan syariah.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran konsumen agar dapat mengurangi perilaku konsumtif di era digitalisasi perbankan.

E. Definisi Operasional

1. Perilaku Konsumtif

Suyasa dan Fransisca (2005:172) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah kegiatan membeli produk atau layanan bukan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi untuk memenuhi hasrat individu. Perilaku ini sering kali terjadi secara berlebihan yang dapat berpotensi menimbulkan pemborosan dan ketidakefisienan dalam pengeluaran (Abidzar et al., 2023).

2. Efisiensi

Efisiensi, sebagaimana dijelaskan oleh Soewarni (2010:100), diartikan sebagai upaya untuk mengeliminasi segala bentuk pemborosan, baik dalam penggunaan bahan maupun tenaga kerja, serta menghindari gejala-gejala yang dapat merugikan (Saripudin, 2019) yang dimaksud disini adalah Efisiensi Penggunaan Generasi Z terhadap Dompot Digital.

3. Kemudahan

Berdasarkan pendapat Jogiyanto (2007:115), kemudahan penggunaan diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam memakai suatu sistem teknologi, tidak diperlukan banyak usaha. Saat ini, masyarakat telah terbiasa menjalani gaya hidup modern dan mengikuti perkembangan zaman, di mana mereka cenderung memilih cara yang mudah, aman, dan tentunya relatif terjangkau (Rizki Aprilia Dwi Susanti, Dewi Fardahlia, n.d.2023), yang dimaksud adalah Kemudahan Penggunaan Generasi Z dalam menggunakan Dompot Digital.

4. Dompot Digital

Menurut Kenneth dan Jane (2008:79), Dompot digital adalah aplikasi perangkat lunak yang menyimpan informasi mengenai kartu kredit serta data lain yang berkaitan untuk mempermudah pengisian formulir dan pembayaran barang secara online. (Sinaga et al., n.d.2024). Dalam Penelitian ini, peneliti memfokuskan perhatian pada jenis dompet digital yang menggunakan Gopay, Dana, Ovo, Shoppe Pay dan Link Aja.

5. Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok yang hidup bersama dengan kemajuan teknologi dan internet yang cepat serta selalu terhubung. Mereka dikenal sebagai *digital natives* karena sejak kecil sudah terbiasa menggunakan media sosial dan berbagai *platform* daring. Generasi ini tumbuh di era di mana informasi dan teknologi berkembang dengan pesat dan meluas secara masif. (Silitonga & Tampomuri, 2024). Generasi Z yang dimaksud oleh peneliti adalah Generasi Z yang ada Di Kota Banjarmasin.

F. Sistematika Penulisan

Sub-bab ini menguraikan sistematika penyajian hasil penelitian. Adapun sistematika penulisan untuk penelitian yang menggunakan metode atau pendekatan kuantitatif adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikasi penelitian, sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI terdiri dari Perilaku Konsumen, Perilaku Konsumtif, Efisiensi, Kemudahan Penggunaan, Dompet Digital, Serta Generasi Z yang membahas tentang kajian teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, variabel dan indikator, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, tahap penelitian, uji validitas dan reliabilitas.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari Gambaran umum lokasi penelitian, data diri responden, statistik deskriptif variabel, hasil uji penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan saran dan rekomendasi.