

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kehidupan manusia yang dinamis dengan kebutuhan yang semakin meningkat dapat mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat, selain itu perkembangan teknologi komunikasi, elektronik dan keuangan juga mendukung masyarakat memiliki akses yang tanpa batas terhadap informasi mengenai produk atau layanan yang diinginkan sehingga lebih mudah terpengaruh untuk bertindak konsumtif (Fitrianto, 2022). Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang dituntut untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak perlu (Melinda et al., 2021). Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan sikap boros, sehingga penting bagi individu untuk meningkatkan kesadaran akan perilaku konsumtif dan mengembangkan strategi pengelolaan keuangan yang lebih seimbang dan bertanggung jawab.

Kelompok masyarakat yang sering terjebak dalam perilaku konsumtif adalah generasi milenial. Kondisi ini relavan dengan pendapat yang diutarakan oleh (Dilasari et al., 2021) mengemukakan bahwa generasi milenial lebih dominan menggunakan uang untuk memenuhi perilaku konsumtifnya dari pada disimpan untuk keperluan mendatang. Pengelolaan keuangan yang mengarah pada perilaku konsumtif, khususnya pada generasi milenial terjadi hampir diseluruh wilayah Indonesia. Seiring berjalannya waktu, masyarakat dunia terbagi ke dalam kelompok generasi yang memiliki karakteristik dan pengalaman hidup yang berbeda. Setiap generasi dibentuk oleh kondisi sosial, budaya, dan teknologi pada masanya, sehingga menghasilkan pola pikir, nilai, dan gaya hidup yang khas. Perbedaan ini menjadi penting untuk dipahami,

terutama dalam konteks interaksi sosial, pendidikan, dan dunia kerja yang melibatkan berbagai kelompok usia. Untuk memberikan gambaran mengenai pembagian generasi tersebut, berikut disajikan klasifikasi generasi mulai dari Baby Boomers hingga Generasi Beta menurut detikedu pedia.

**Tabel 1. 1**  
**Data Perbedaan Generasi**

The Builders	< 1946
Baby Boomers	1946-1964
Generasi X	1965-1979
Generasi Y (milenial)	1980-1984
Generasi Z	1995-2009
Generasi Alpha	2010-2024
Generasi Beta	2025-2039

*Sumber : Detikedu Pedia*

Kota Cirebon merupakan sebagai salah satu kota berkembang yang memiliki populasi generasi milenial secara signifikan, yakni memiliki peran penting atau dampak yang besar terhadap perkembangan kota tersebut. Generasi yang lahir antara awal 1980-an hingga pertengahan 1990-an. Saat ini berusia sekitar 28 sampai 43 tahun), dimana kalangan tersebut memiliki karakteristik unik dalam pola konsumsi mereka.

Adapun data yang diambil dari Badan Pusat Statistik banyaknya generasi milenial di Kota Cirebon di tahun 2023 yang sudah diperbarui pada 24 April 2024.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER**  
**SYEKH NURJATI CIREBON**

**Tabel 1. 1**  
**Data Generasi Milenial**

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah Penduduk
	Laki-Laki	Perempuan	
40-44	12.751	12.463	25.214
35-39	13.153	12.574	25.727
30-34	13.704	12.838	26.001
25-29	14.437	13.738	27.561
<b>Total</b>			<b>104.503</b>

*Sumber:* (Badan Pusat Statistik, 2024) Kota Cirebon

Pada era modern ini teknologi semakin berkembang yang menuntut segalanya menjadi cepat dan praktis. Hal tersebut juga mendorong semakin berkembangnya sistem pembayaran yang berlaku di Indonesia, perubahan yang terjadi pada sistem pembayaran berawal dari beralihnya pembayaran tunai ke pembayaran yang berbasis digital. Awalnya uang elektronik di Indonesia diawali dengan penerbitan “*payment cards*”. *Payment cards* ini berbentuk seperti kartu kredit dengan fungsi menggantikan pembayaran tunai, setelah kehadiran *payment cards*, alat pembayaran elektronik di Indonesia mengalami perubahan dengan hadirnya *m-banking*, kini alat pembayaran digital semakin berkembang dan jenisnya pun juga beragam seperti *e-money*, *e-wallet* dan sebagainya (Saputra, 2014).

Menurut (Musthofa et al., 2020), mengatakan *digital payment* merupakan suatu pembayaran *secara online* yang dilakukan dengan cara mengadopsi software, jaringan serta akun virtual. Dengan beragamnya media dan sistem pembayaran non tunai yang ditampilkan dan dapat dipilih, pembayaran tersebut menyebabkan beralihnya fungsi uang tunai yang sebelumnya digunakan sebagai alat pembayaran berubah menjadi alat pembayaran dalam cara non tunai. Dapat disimpulkan bahwa *digital payment* digunakan untuk melakukan transaksi non tunai yang lebih praktis dan efisien yang hanya dapat dilakukan dengan melalui *smartphone* dan dapat dilakukan

dimana saja dan kapan saja. Hadirnya pembayaran non tunai tersebut juga dapat digunakan untuk memenuhi segala kebutuhan hidup seperti berbelanja, finansial sampai transportasi.

**Gambar 1. 1**  
**Data Metode Pembayaran di Indonesia**



Berdasarkan Data Persentase GoodStats yang dilansir dari laporan East Ventures (EV) di atas, dompet digital menjadi sistem pembayaran yang populer dipakai di Indonesia dengan persentase sebesar 81%. Menurut Populix tahun 2023, perkembangan penggunaan *e-wallet* ini dipicu karena potensi ekonomi digital Indonesia sangat besar. Selain itu, kegunaan *e-wallet* yang nyaman dan praktis menjadi alasan lain masyarakat Indonesia banyak menggunakan *e-wallet* dalam kegiatan transaksi sehari-harinya. Pengguna tidak perlu membawa uang tunai secara langsung, tidak perlu menyimpan kembalian uang receh di setiap 3 transaksi karena pembayaran dapat dilaksanakan secara cepat melalui pemindaian *qris*. Sistem pembayaran yang telah berkembang saat ini telah mengubah peran uang sebagai alat pembayaran. Bank Indonesia akan memperkuat elektronikasi pembayaran dan meningkatkan prasarana untuk sistem pembayaran. Secara umum, sistem pembayaran *cashless* lebih mudah dan praktis (Bank Indonesia, 2023).

Akses mudah terhadap internet dan perangkat pintar telah mengubah cara milenial memandang kebutuhan dan keinginan. Media sosial tidak hanya

menjadi platform interaksi sosial, tetapi juga ruang bagi perusahaan untuk memasarkan produk mereka secara agresif melalui iklan yang menarik, ulasan *influencer*, dan tren yang viral. Hal ini menciptakan tekanan sosial bagi milenial untuk mengikuti gaya hidup tertentu demi diterima dalam lingkungan sosial mereka. Selain itu, budaya konsumsi instan yang didukung oleh kemudahan layanan belanja daring (*e-commerce*) semakin mempercepat perilaku konsumtif. Berbagai platform *e-commerce* menawarkan diskon besar, metode pembayaran yang fleksibel menggunakan *digital payment*, serta layanan pengiriman cepat yang dapat mempermudah milenial dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka tanpa hambatan waktu dan tempat. Namun, perilaku konsumtif ini dapat memberikan dampak negatif jika tidak dikelola dengan bijak. Milenial rentan terhadap masalah keuangan seperti utang konsumtif, kesulitan menabung, dan ketidakstabilan finansial jangka panjang.

Setiap orang memiliki pengelolaan keuangan yang berbeda dengan keanekaragaman latar belakang pada masing-masing individu. Kemajuan teknologi yang berkembang pesat pada saat ini berdampak pada perilaku masyarakat, dimana masalah keuangan tidak hanya dialami oleh yang sudah berpasangan bahkan berkeluarga, nyatanya generasi milenial pun bisa mengalami masalah keuangan. Generasi milenial dinilai sangat konsumtif dengan gaya hidup kekinian yang dinilai menuntut banyak uang dalam hal berbelanja, terlebih generasi milenial belum sepenuhnya mengerti tentang literasi keuangan seperti pengetahuan finansial, sehingga menyebabkan banyak masyarakat yang mengalami kerugian, baik akibat penurunan kondisi perekonomian dan inflasi atau karena berkembangnya sistem ekonomi yang cenderung boros dikarenakan masyarakat semakin konsumtif. Dengan adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya (Margaretha, 2017).

Pengetahuan dan pemahaman terhadap konsep keuangan dan resiko, keahlian, motivasi dan kepercayaan diri menerapkan pengetahuan dan pemahaman untuk membuat keputusan atas berbagai aspek keuangan, untuk memperbaiki kesejahteraan *financial* seseorang atau kelompok dan untuk ikut serta dalam kegiatan ekonomi. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa literasi keuangan diperlukan bagi seseorang agar dapat terhindar dari permasalahan keuangan. Generasi milenial merupakan kelompok yang paling cepat mengadopsi uang elektronik baik untuk keperluan sehari-hari seperti belanja, transportasi, maupun hiburan. Namun, meskipun memiliki akses luas terhadap teknologi keuangan, tantangan utama yang dihadapi generasi ini adalah rendahnya tingkat literasi keuangan. Pada literasi keuangan menjadi penting karena perilaku konsumtif generasi milenial sering kali dipengaruhi oleh gaya hidup modern dan kemudahan transaksi digital.

Selain penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan, gaya hidup juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Gaya hidup bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang dapat berubah tergantung keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Kebiasaan gaya hidup telah mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat dan cenderung menuju ke arah berlebihan semenjak berkembangnya teknologi *smartphone*, *social media*, dan *electronic commerce*. Gaya hidup berkaitan dengan *activity*, *interest* dan *opinion* dalam mengatur dan merefleksikan status sosial seseorang, kemudian tersalurkan melalui penggunaan uang dan waktu yang mengarah pada kesenangan serta kepuasan diri semata (Ngampus et al., 2023).

Kebanyakan dari masyarakat remaja tetap memaksakan dirinya untuk sebanding dengan orang-orang di sekitarnya yang mungkin mapan dalam ekonominya. Tanpa mereka sadari, mereka telah masuk dalam pergaulan kota yang sangat mengedepankan penampilan. Mereka yang datang dari kampung dan pelosok-pelosok desa atau kota, secara otamtis mereka jauh pula dari pengawasan keluarga membuat mereka bebas mengaplikasikan dirinya untuk

masuk ke lingkungan seperti apa, tanpa berfikir panjang dampak yang akan terjadi selanjutnya (Rahmadhani, 2023).

Seperti yang telah dipaparkan diatas, bahwa kemudahan *digital payment* mendorong transaksi yang cepat dan praktis, sering kali memicu pembelian impulsif tanpa adanya pertimbangan yang matang. Rendahnya literasi keuangan memperburuk situasi, karena kurangnya pemahaman dalam mengelola keuangan membuat milenial lebih rentan terhadap pola belanja yang boros. Selain itu, gaya hidup yang dipengaruhi tren, media sosial, dan budaya FOMO (*Fear of Missing Out*) semakin memperkuat dorongan untuk mengonsumsi demi memenuhi eksistensi sosial, meskipun terkadang melampaui kemampuan finansial. Kombinasi dari ketiga faktor ini menjadikan generasi milenial lebih mudah terjebak dalam perilaku konsumtif, sehingga penting untuk meningkatkan kesadaran finansial dan pengendalian diri dalam era digital ini.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Liana, 2023) *digital payment* secara tidak langsung memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dan faktor-faktor lainnya seperti literasi keuangan dan gaya hidup juga memiliki berpengaruh positif. Hasil tersebut selaras dengan hasil penelitian (Luluk 2022) yang menyatakan penggunaan *digital payment* dan gaya hidup memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pembedanya hanya pada variabel literasi keuangan yang memiliki berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, dan pembeda lainnya dengan penelitian terdahulu yakni hanya fokus membahas beberapa aplikasi *digital payment* berupa *e-wallet* ataupun *Qris* dan membahas tentang perilaku konsumtif saja, namun masih jarang yang mengaitkannya dengan penggunaan *digital payment*.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan judul penelitian **“Pengaruh Penggunaan *Digital payment*, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Kalangan Milenial di Kota Cirebon”**.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yakni:

1. Kemudahan akses dan peningkatan penggunaan *digital payment*, seperti *e-wallet* dan *qris* diduga mendorong perilaku konsumtif dikalangan generasi milenial di Kota Cirebon. Hal ini terkait dengan adanya fitur-fitur seperti *cashback*, diskon dan layanan *paylater* yang memudahkan pembelian.
2. Tingkat literasi keuangan generasi milenial di Kota Cirebon belum sepenuhnya memadai, sehingga dapat memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi, khususnya dalam menghadapi kemudahan bertransaksi secara digital.
3. Gaya hidup konsumtif yang cenderung mengikuti tren dan dipengaruhi oleh media sosial serta lingkungan sosial menjadi salah satu faktor pendorong perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Cirebon.
4. Perilaku konsumtif yang muncul akibat penggunaan dan gaya hidup konsumtif dapat berdampak pada pengeluaran yang tidak terkontrol dan potensi masalah keuangan di masa depan.

## C. Pembatasan Masalah

Pada pembahasan penelitian ini, peneliti memberikan batasan masalah dengan tujuan supaya masalah yang di teliti tidak meluas kemana-mana. Selain itu agar peneliti ini bisa selesai sesuai dengan dengan tujuan dan terarah, sebagaimana latar belakang yang sudah di uraikan sebelumnya batasan masalah ini hanya fokus pada:

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada generasi milenial yang berdomisili Kota Cirebon sebagai objek penelitian.
2. Penggunaan *digital payment* dibatasi pada jenis layanan seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan *qris*, serta fitur yang memengaruhi seperti *cashback*, diskon dan *paylater*.
3. Literasi keuangan di fokuskan pada tingkat pemahaman dan sikap individu mengelola keuangan, termasuk pengeluaran, tabungan dan hutang.

4. Gaya hidup dibatasi pada preferensi konsumsi yang mencerminkan keinginan mengikuti tren, peningkatan status sosial, serta pengaruh lingkungan sosial. Dalam penelitian ini diukur berdasarkan indikator-indikator tertentu seperti, ketergantungan promosi, pembelian impulsif dan tingkat pengeluaran untuk kebutuhan non esensial.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Cirebon ?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Cirebon ?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Cirebon ?
4. Bagaimana pengaruh penggunaan *digital payment*, literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif ?

#### **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan penelitian
  - a. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Cirebon.
  - b. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Cirebon.
  - c. Untuk mengetahui gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Cirebon.
  - d. Untuk mengetahui pengaruh pengguna *digital payment*, literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Cirebon.

## 2. Kegunaan Penelitian atau Manfaat Penelitian

### a. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini secara teoritis dapat diharapkan mampu memberikan informasi bermanfaat mengenai *digital payment*, literasi keuangan, gaya hidup perilaku konsumtif terutama dikalangan milenial. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang literasi keuangan (pengetahuan keuangan) dan perilaku konsumtif pada generasi milenial.

### b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terkait peningkatan literasi keuangan agar terhindar dari perilaku konsumtif. Bagi lembaga dapat memberikan masukan informasi tentang *digital payment*, literasi keuangan, dan gaya hidup. Bagi penelitian lanjutan, dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan untuk penelitian selanjutnya.

#### 1) Bagi Peneliti Akademis

Manfaat dari Penelitian adalah bertujuan untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh penggunaan *digital payment*, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif kalangan milenial di Kota Cirebon.

#### 2) Bagi Masyarakat dan Pembaca

Dalam penelitian ini di harapkan bisa menambah wawasan dan informasi serta referensi bagi peneliti lain maupun pembaca mengenai pengaruh penggunaan *digital payment*, literasi keuangan terhadap dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif kalangan milenial di kota Cirebon.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yaitu rangkaian pembahasan yang mencakup dalam isi penelitian, yang merupakan urutan dari setiap bab.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini berisi tentang pemaparan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi landasan teori dan pengajuan hipotesis, kajian pustaka serta kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, operasional variabel, variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian, hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan.