

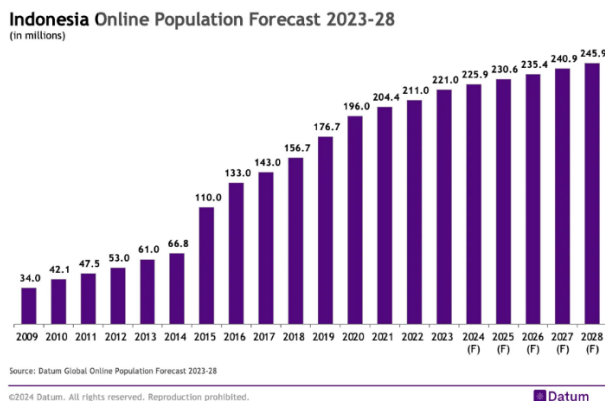
# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era modern telah mendorong transformasi digital di hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Digitalisasi kini tidak lagi sekadar tren teknologi, tetapi telah menjadi kebutuhan utama dalam aktivitas sosial, ekonomi, dan pendidikan (Shidqi, M. F., et al., 2023). Proses ini mengubah cara masyarakat bekerja, belajar, dan berinteraksi, bahkan turut membentuk pola pikir serta perilaku ekonomi masyarakat.

Laporan *Statista* (2024) menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet global mencapai 66,7% pada awal tahun 2024, yang menandakan adanya peningkatan signifikan dalam keterhubungan digital masyarakat dunia. Hal ini menandakan bahwa dunia tengah bergerak menuju ekosistem digital yang saling terintegrasi. Dalam konteks ini, penggunaan internet tidak hanya berkaitan dengan komunikasi, tetapi juga mencakup kegiatan ekonomi, sosial, dan spiritual.

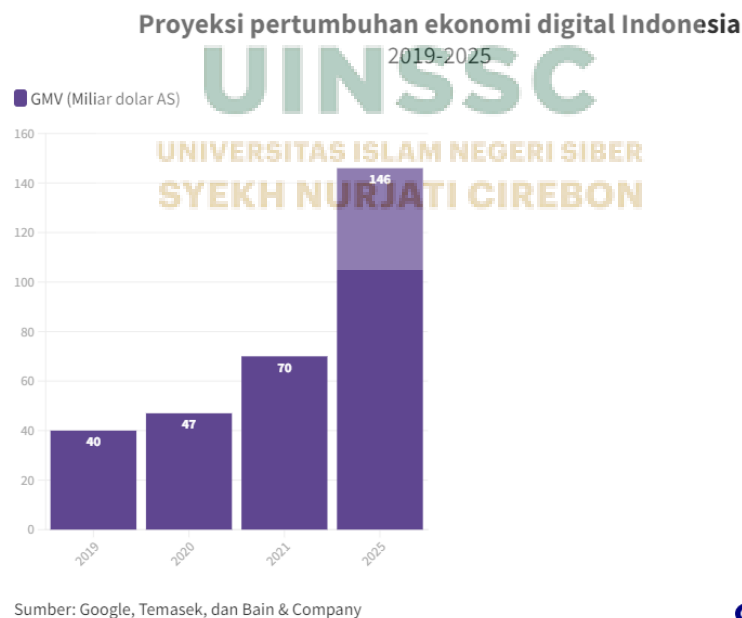
Di Indonesia, fenomena tersebut tampak jelas dalam laporan *We Are Social & Meltwater* (2024), yang mencatat bahwa jumlah pengguna internet aktif mencapai 221 juta jiwa atau sekitar 78,1% dari total populasi nasional. Angka ini mencerminkan bahwa hampir seluruh lapisan masyarakat kini bergantung pada teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan hidup, termasuk kegiatan transaksi keuangan dan konsumsi sehari-hari.



Gambar 1: Sumber Datum Newsletter: Peningkatan Pengguna Internet di Indonesia

Peningkatan jumlah pengguna internet ini memperlihatkan bagaimana masyarakat Indonesia semakin adaptif terhadap inovasi teknologi. Kondisi ini membawa dampak besar pada berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi yang menjadi penggerak utama pertumbuhan nasional. Digitalisasi memperluas akses terhadap produk dan jasa keuangan, menjadikan proses ekonomi lebih efisien, cepat, dan tanpa batas ruang. Digitalisasi ekonomi yang pesat juga mengubah struktur interaksi antara produsen dan konsumen. Mobilitas manusia, distribusi produk, serta sistem transaksi kini bergeser dari model konvensional menuju sistem digital yang lebih efisien (Kumala, 2021). Bahkan, kegiatan ekonomi mikro seperti belanja harian, sedekah, hingga kegiatan pendidikan keagamaan kini mulai terintegrasi dengan layanan keuangan berbasis teknologi.

Menurut laporan *Deloitte Digital Economy Report* (2023), ekonomi digital telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi di banyak negara. Sementara itu, *Google, Temasek, & Bain & Company* (2023) memproyeksikan bahwa nilai ekonomi digital Indonesia akan mencapai USD 109 miliar pada tahun 2025, menegaskan bahwa Indonesia termasuk negara dengan pertumbuhan ekonomi digital tercepat di Asia Tenggara.



Gambar 1.2 sumber Goodstats: Bar Chart Proyeksi Nilai Ekonomi Digital Indonesia.

Fenomena meningkatnya ekonomi digital menunjukkan bahwa kehidupan masyarakat modern kini tidak bisa dilepaskan dari penggunaan teknologi dalam setiap aspek aktivitas ekonomi. Transaksi jual beli, pembayaran, hingga pengelolaan keuangan telah beralih dari sistem konvensional menuju sistem digital yang cepat dan efisien. Namun, kemudahan tersebut juga menimbulkan perubahan mendasar pada perilaku konsumsi masyarakat. Proses transaksi yang serba instan dan minim hambatan psikologis menyebabkan masyarakat lebih mudah melakukan pembelian tanpa perencanaan matang. Dengan kata lain, ekonomi digital membawa dampak ganda: efisiensi di satu sisi, namun juga potensi meningkatnya perilaku konsumtif di sisi lain.

Menurut Kim & Kim (2020) dalam *Journal of Business Research*, kemudahan transaksi digital menyebabkan berkurangnya *pain of paying* yaitu rasa kehilangan atau kesadaran terhadap nilai uang yang biasanya dirasakan saat mengeluarkan uang tunai. Karena tidak terjadi kontak fisik dengan uang, pengguna lebih mudah tergoda untuk berbelanja impulsif. Fenomena ini juga didukung oleh konsep *money illusion* yang dikemukakan Shafir et al. (1997), yaitu kecenderungan seseorang untuk salah mempersepsikan nilai nominal uang dalam bentuk digital sebagai sesuatu yang “tidak terasa” hilang. Akibatnya, kontrol diri terhadap pengeluaran menjadi lebih lemah, dan perilaku konsumtif lebih mudah terbentuk secara tidak disadari.

Dalam konteks psikologi ekonomi, transaksi digital mengaburkan hubungan antara kerja keras, nilai uang, dan keputusan konsumsi. Uang tidak lagi dipersepsikan sebagai hasil dari usaha yang konkret, melainkan sekadar angka yang berpindah di layar ponsel. Hal ini berdampak pada munculnya *emotional spending* pola belanja yang lebih didorong oleh emosi daripada kebutuhan rasional. Bagi individu yang belum memiliki literasi keuangan yang matang, seperti remaja atau pelajar, kondisi ini berpotensi menimbulkan kebiasaan konsumsi yang tidak sehat. Oleh sebab itu, perilaku konsumtif dalam konteks digital dapat dipahami sebagai bentuk ketidakseimbangan antara kebutuhan rasional dan keinginan emosional yang diperkuat oleh kemudahan akses teknologi.

Faktor-faktor penyebab perilaku konsumtif dalam ekonomi digital juga semakin beragam dan saling berkaitan. Purba & Triana (2021) mengidentifikasi

bahwa aspek sosial, psikologis, budaya, serta pengaruh teknologi dan media sosial menjadi pemicu utama. Dalam konteks sosial, kebutuhan akan pengakuan diri dan citra status mendorong individu untuk mengikuti tren belanja daring. Secara psikologis, promosi yang agresif, sistem *PayLater*, serta diskon berbatas waktu menimbulkan tekanan emosional yang kuat untuk segera membeli produk. Budaya konsumtif ini kemudian diperkuat oleh teknologi digital yang menghadirkan notifikasi instan, kemudahan transaksi satu klik, dan algoritma media sosial yang menampilkan iklan sesuai minat pengguna.

Faktor	Bobot ~%	Keterangan
Sosial	28	Tekanan teman/gengsi/kebutuhan pengakuan
Pribadi	25	Motivasi, kepribadian, impuls, retail therapy
Budaya	25	Norma masyarakat, gaya hidup tradisi
Psikologis	22	Emosi, stres, raushan kebutuhan pribadi
Promosi & iklan	(±) 30+	Diskon, PayLater, notifikasi promo
Teknologi & e-commerce	(±) 25+	Kemudahan, transaksi instan
Influencer & public figure	(±)20+	Efek endorsement, FOMO, role model
Tekanan teman sebaya	(±)20+	Grup sosial yang menstimulasi pembelian

Tabel 1.1 Faktor-Faktor Pemicu Perilaku Konsumtif Purba, Desi Triana. (2021)

Dalam konteks Indonesia, perubahan perilaku konsumtif ini juga dirasakan dalam lingkungan pendidikan keagamaan, khususnya pesantren. Pesantren, yang selama ini dikenal dengan nilai kesederhanaan dan pengendalian diri, kini turut beradaptasi terhadap transformasi digital. Implementasi teknologi keuangan menjadi bagian dari upaya modernisasi sistem pendidikan Islam yang efisien dan terintegrasi. Salah satu contoh inovasi tersebut adalah penerapan sistem uang elektronik DIMASKHAS (Digital Madinah Sholawat Khas Kempek Asrama Santri) di Pondok Pesantren KHAS Kempek Cirebon. Sistem ini memungkinkan santri melakukan berbagai transaksi internal, seperti pembelian kebutuhan harian, pengisian saldo, dan pembayaran layanan pendidikan secara digital.

Berdasarkan data internal asrama (2024), sekitar 85% santriwati Asrama Madinah Sholawat telah menggunakan kartu *DIMASKHAS* dengan rata-rata transaksi bulanan sebesar Rp300.000–Rp400.000. Sistem ini mempermudah pengawasan keuangan oleh orang tua, tetapi di sisi lain berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif baru karena sifatnya yang praktis dan minim pengawasan langsung. Fenomena tersebut menjadi menarik untuk dikaji, sebab di satu sisi sistem uang elektronik di pesantren membawa efisiensi, sementara di sisi lain dapat mengaburkan kesadaran nilai uang di kalangan santri. Dalam konteks pendidikan Islam, hal ini perlu ditelaah secara mendalam agar digitalisasi tidak mengikis nilai kesederhanaan yang menjadi ciri khas pesantren.

Salah satu konsep yang dapat menjelaskan fenomena tersebut adalah kontrol diri (*self-control*). Menurut *Baumeister et al.* (1998), kontrol diri merupakan kemampuan individu menahan dorongan sesaat demi tujuan jangka panjang. Individu dengan kontrol diri tinggi akan lebih mampu mengatur pengeluaran dan menghindari perilaku konsumtif. Dalam perspektif Islam, konsep kontrol diri berakar dari nilai *mujahadah an-nafs* (pengendalian hawa nafsu). Santri dididik untuk menahan keinginan yang berlebihan dan mengutamakan kebutuhan yang bermanfaat. Oleh karena itu, penelitian mengenai kontrol diri dalam konteks penggunaan uang elektronik di pesantren memiliki makna yang mendalam, baik secara psikologis maupun spiritual.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara penggunaan uang elektronik, kontrol diri, dan perilaku konsumtif. *Insana & Johan* (2021) menemukan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, *Wang & Yang* (2019) menunjukkan bahwa kontrol diri mampu memediasi hubungan tersebut secara negatif, sehingga semakin tinggi kontrol diri seseorang, semakin rendah kecenderungan konsumtifnya.

Meskipun demikian, belum ditemukan penelitian yang secara khusus menguji mekanisme mediasi kontrol diri dalam konteks pesantren. Padahal, lingkungan pesantren memiliki karakteristik sosial, religius, dan ekonomi yang berbeda dari masyarakat umum. Di pesantren, nilai spiritual dan pengawasan eksternal (orang tua atau asrama) berpotensi menjadi faktor penentu perilaku

ekonomi santri. Oleh karena itu, terdapat *research gap* yang penting untuk dijawab, yakni bagaimana kontrol diri berperan dalam menjembatani pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif santri di pesantren. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan hubungan tersebut secara empiris sekaligus memberikan kontribusi terhadap literatur ekonomi perilaku dan psikologi konsumen dalam konteks Islam.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang hubungan antara perilaku ekonomi, kontrol diri, dan sistem keuangan digital. Hasilnya diharapkan dapat memperkaya teori *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *Self-Control Theory* (Baumeister, 1998), serta *Consumer Behavior Theory* dalam konteks pendidikan Islam. Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi pihak pesantren, orang tua, dan pengembang sistem digital. Pesantren dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk merancang program literasi keuangan santri, orang tua dapat memperkuat kontrol eksternal terhadap anak, dan pengembang sistem dapat menciptakan fitur transaksi digital yang tidak hanya efisien tetapi juga edukatif dalam menumbuhkan disiplin finansial di kalangan santri.

## **B. Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif santri di Asrama Madinah Sholawat Pondok Pesantren Khas Kempek Cirebon?
2. Bagaimana kontrol diri berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif santri di Asrama Madinah Sholawat Pondok Pesantren Khas Kempek Cirebon?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif santri di Asrama Madinah Sholawat Pondok Pesantren Khas Kempek Cirebon.

2. Menganalisis peran kontrol diri sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif santri di Asrama Madinah Sholawat Pondok Pesantren Khas Kempek Cirebon.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik dalam bidang ekonomi perilaku dan psikologi konsumen, khususnya terkait pengaruh teknologi keuangan digital terhadap perilaku konsumtif, serta kontribusi kontrol diri sebagai variabel mediasi dalam konteks remaja di lingkungan pesantren. Hal ini akan menambah pemahaman mengenai interaksi antara modernisasi teknologi dengan nilai-nilai tradisional dalam membentuk perilaku ekonomi.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi pihak pesantren

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang program edukasi keuangan dan penguatan karakter bagi santri, terutama dalam mengembangkan kontrol diri agar dapat menghadapi kemudahan transaksi digital secara bijak. Ini juga dapat membantu pesantren dalam merumuskan kebijakan terkait penggunaan uang elektronik di lingkungan pesantren.

###### b. Bagi orang tua

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya peran kontrol diri pada anak dalam menghadapi kemudahan akses terhadap uang elektronik, sehingga orang tua dapat memberikan bimbingan yang lebih efektif.

###### c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan penelitian serupa dengan variabel, konteks, atau metode yang berbeda.

#### **E. Metode Penelitian**

Bagian ini akan menjelaskan pendekatan, desain, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

##### 1. Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan kausal antar variabel dan mengukur pengaruh antar variabel secara statistik. Desain eksplanatori kausal bertujuan untuk menjelaskan bagaimana variabel independen (penggunaan uang elektronik) memengaruhi variabel dependen (perilaku konsumtif) melalui peran variabel mediasi (kontrol diri).

## 2. Populasi dan Sampel Penelitian

### a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh santri yang tinggal di Asrama Madinah Sholawat Pondok Pesantren KHAS Kempek Cirebon yang menggunakan uang elektronik DIMASKHAS dalam transaksi sehari-hari.

### b. Sampel

Pengambilan sampel akan menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria sampel meliputi santri yang: (1) terdaftar sebagai penghuni Asrama Madinah Sholawat, dan (2) aktif menggunakan kartu DIMASKHAS untuk transaksi di kantin asrama/sekolah. Jumlah sampel akan ditentukan menggunakan perhitungan yang relevan untuk penelitian kuantitatif, misalnya menggunakan rumus Slovin atau estimasi ukuran efek yang diharapkan, dengan mempertimbangkan karakteristik populasi yang homogen.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarkan secara langsung atau daring kepada sampel penelitian. Kuesioner akan berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengukur variabel-variabel berikut:

- a. Penggunaan Uang Elektronik (X): Pertanyaan-pertanyaan akan mencakup frekuensi penggunaan, jenis transaksi yang paling sering dilakukan (misalnya, pembelian makanan, alat tulis, kebutuhan pribadi), dan persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik.
- b. Perilaku Konsumtif (Y): Pertanyaan-pertanyaan akan mengukur kecenderungan pembelian impulsif, pembelian barang yang

sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, frekuensi belanja berlebihan, dan kesadaran terhadap anggaran pribadi.

- c. Kontrol Diri (Z): Pertanyaan-pertanyaan akan mengukur kemampuan santri dalam menunda kepuasan, membuat rencana keuangan, menahan godaan konsumsi yang tidak perlu, dan mengelola emosi terkait belanja.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert (misalnya, 1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju) untuk mendapatkan data interval atau rasio yang dapat dianalisis secara statistik.

#### 4. Metode Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis jalur (path analysis) dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS. Tahapan analisis data meliputi:

- a. Statistik Deskriptif: Mendeskripsikan karakteristik dasar data masing-masing variabel (meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi) untuk memberikan gambaran umum data.
- b. Uji Kualitas Data
  - 1) Uji Validitas  
Menggunakan analisis faktor confirmatori atau korelasi Pearson untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner mengukur apa yang seharusnya diukur.
  - 2) Uji Reliabilitas  
Menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk memastikan konsistensi internal instrumen pengukuran.
- c. Uji Asumsi Klasik  
Meliputi uji normalitas (misalnya, *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk*), uji multikolinearitas (melalui nilai VIF dan *Tolerance*), dan uji heteroskedastisitas (misalnya, *scatterplot* atau uji *Glejser*) untuk memastikan model regresi yang memenuhi asumsi statistik.
- d. Analisis alur (Path Analysis):
  - 1) Menganalisis pengaruh langsung penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif.

- 2) Menganalisis pengaruh langsung penggunaan uang elektronik terhadap kontrol diri.
- 3) Menganalisis pengaruh langsung kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.
- 4) Menguji peran mediasi kontrol diri dalam hubungan antara penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif. Metode pengujian mediasi dapat menggunakan prosedur *bootstrapping* yang direkomendasikan oleh Preacher & Hayes, atau metode Baron dan Kenny.

Tabel 1.2 Ringkasan Tahapan Analisis Data

No.	Tahapan Analisis	Tujuan	Metode/Uji Statistik
1.	Statistik Deskriptif	Menggambarkan karakteristik dasar data tiap variabel.	Rata-rata (mean), median, modus, standar deviasi, distribusi frekuensi
2.	Uji Kualitas Instrumen	Memastikan kuesioner valid dan reliabel.	- Uji Validitas: Korelasi Pearson / Confirmatory Factor Analysis (CFA) - Uji Reliabilitas: Cronbach's Alpha
3.	Uji Asumsi Klasik	Memastikan asumsi regresi terpenuhi untuk analisis lanjutan.	- Uji Normalitas: Kolmogorov-Smirnov / Shapiro-Wilk - Uji Multikolinearitas: VIF & Tolerance - Uji Heteroskedastisitas: Scatterplot / Glejser
4.	Analisis Jalur (Path Analysis)	Menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel.	- Regresi Berganda - Uji Mediasi: Bootstrapping (Preacher & Hayes) / Baron & Kenny

## F. Sistematika Penelitian

Penelitian ini akan disusun dalam beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan latar belakang penelitian yang mencakup konteks umum, tren digitalisasi, isu perilaku konsumtif, dan pentingnya kontrol diri (disertai Usulan Gambar 1, 2, dan 3). Selain itu, bab ini juga akan memuat identifikasi masalah, perumusan masalah yang spesifik, tujuan penelitian, kegunaan penelitian (manfaat teoritis dan praktis), serta batasan penelitian yang menjelaskan ruang lingkup studi.

## 2. BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Bab ini berisi tinjauan pustaka mengenai konsep-konsep kunci terkait variabel penelitian, yaitu uang elektronik, perilaku konsumtif, dan kontrol diri. Bagian ini juga akan membahas penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori yang mendasari hubungan antar variabel, pengembangan kerangka pemikiran yang menggambarkan model hubungan (disertai Diagram 1), dan perumusan hipotesis penelitian yang akan diuji.

## 3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci pendekatan dan desain penelitian yang digunakan (kuantitatif, eksplanatori kausal), populasi dan sampel penelitian beserta teknik pengambilannya, definisi operasional variabel yang menjelaskan bagaimana setiap variabel akan diukur, teknik pengumpulan data (kuesioner), serta metode analisis data yang akan diterapkan (analisis jalur) beserta Tabel 1 yang merangkum tahapan analisis.

## 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data secara sistematis, dimulai dari deskripsi statistik data, hasil uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), hasil uji asumsi klasik, hingga hasil analisis jalur untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pembahasan akan menginterpretasikan temuan penelitian, membandingkannya dengan teori dan penelitian terdahulu, serta menjelaskan implikasi dari temuan tersebut.

## 5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari seluruh rangkaian penelitian yang menjawab rumusan masalah. Selain itu, akan disampaikan implikasi teoritis dan praktis dari temuan penelitian, keterbatasan penelitian yang perlu

diperhatikan, serta saran-saran yang relevan untuk pihak pesantren, orang tua, dan penelitian selanjutnya.

