

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern ini penting bagi masyarakat untuk mengetahui perkembangan teknologi. Pasalnya, saat ini manusia sulit meningkatkan kesejahteraannya tanpa memanfaatkan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi juga membuat manusia sangat terikat dengan teknologi, sehingga manusia perlu menguasai berbagai macam teknologi yang ada saat ini. Perkembangan teknologi memberikan banyak manfaat dan memudahkan pekerjaan maupun aktivitas sehari-hari masyarakat. Kemajuan teknologi menghasilkan modernitas yang ditandai dengan pertumbuhan ekonomi, mobilitas sosial, ekspansi atau perluasan budaya. Melalui kemajuan teknologi komunikasi juga makin canggih dan murah.

Penggunaan internet dan telepon seluler tidak hanya sekedar untuk mencari berbagai informasi dan ngobrol, masyarakat saat ini menjadikan internet terutama *e-commerce* sebagai bagian dari gaya hidup mereka. “Sebagian masyarakat kelas menengah selalu berperilaku konsumtif”, hal tersebut menjadi alasan kenapa *e-commerce* di Indonesia diyakini mempunyai potensi besar. *E-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet (Kozinets et al., 2010). Dengan mengambil bentuk-bentuk tradisional dari proses bisnis dan memanfaatkan jejaring sosial melalui internet, strategi bisnis dapat berhasil jika dilakukan dengan benar, yang akhirnya menghasilkan peningkatan pelanggan, kesadaran merk dan pendapatan.

Dengan adanya layanan *e-commerce* maka konsumen dapat mengakses serta melakukan pemesanan produk dari berbagai tempat dengan mudah. Hal tersebut menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba membuat layanan *online* atau layanan *e-commerce* yang berkualitas dan

dapat dipercaya oleh konsumen agar memudahkan dan menambah *value* bagi produknya, lebih murah dan efisien. Hal ini berdampak besar terhadap penjualan jika banyak konsumen yang berkunjung ke situs *e-commerce* tersebut dan mengetahui merek yang sedang ditawarkan.

“Namun dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat dan mudah dijangkau ini malah berdampak pada perubahan perilaku masyarakat yang semakin konsumtif atau boros”. Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen (pembeli) yang tidak pernah puas dengan kesenangannya sendiri dan tidak mempertimbangkan fungsi atau kebutuhannya (Susilawati & Fr, 2018). Chandra Kartika Sari, (2017) mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Perilaku konsumtif dapat melekat kepada siapa saja, salah satunya adalah remaja. Menurut data BPS, jumlah remaja yang termasuk kelompok usia 15-24 tahun pada tahun 2022 mencapai hampir 44 juta atau 21% dari total penduduk di Indonesia. Perilaku konsumtif pada masa remaja dapat terjadi karena usia remaja merupakan masa peralihan dan pencarian identitas. Secara sosiologis, remaja umumnya memang amat rentan terhadap pengaruh-pengaruh eksternal.

Masa remaja merupakan salah satu periode yang penting dalam suatu rentang kehidupan (Fitri, Zola, & Ifdil, 2018; Ifdil, Denich, & Ilyas, 2017). Para remaja cenderung selalu ingin memiliki barang-barang tersebut dan berlebihan dalam membeli atau mengonsumsi. Sikap atau perilaku remaja yang mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang banyak terjadi pada remaja putri pada umumnya hanya sebatas keinginan terhadap barang-barang tersebut dan belum tentu sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, remaja putri yang lebih bersifat konsumtif terhadap pakaian dengan merek terkenal. Pakaian dengan merek terkenal dianggap jauh lebih berkualitas dan lebih mampu meningkatkan rasa

percaya diri, terutama saat mereka mengenakannya (Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997).

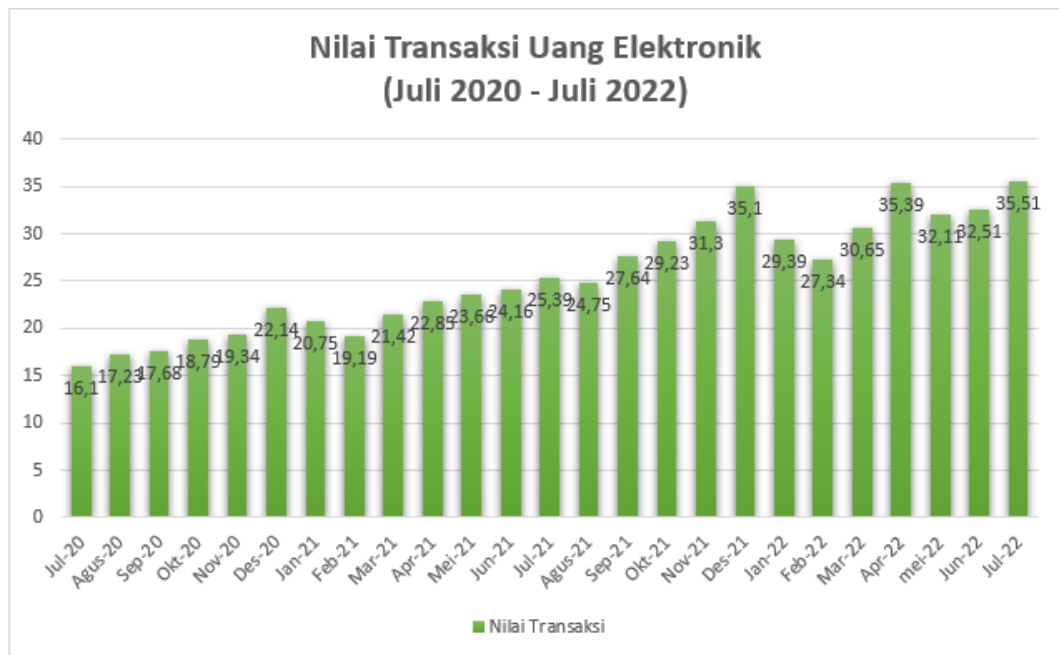
Kuatnya pengaruh teman sebaya terhadap penampilan, membuat para remaja berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin agar mereka tidak merasa ditolak oleh kelompoknya sendiri (Hurlock, 1999:206). Keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan ingin diterima membuat remaja melakukan pembelian secara berlebihan, sehingga dapat menyebabkan terjadinya gejala perilaku membeli yang tidak wajar pada remaja. Hal itu mereka lakukan agar terlihat menarik dengan menggunakan busana dan aksesoris, seperti sepatu, tas, jam tangan, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka. Para remaja juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti trend yang sedang berlaku, karena jika tidak mereka akan dianggap kuno dan tidak gaul. Akibatnya, para remaja tidak memperhatikan kebutuhannya ketika membeli barang. Mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan secara berlebihan dan tidak wajar.

Perilaku konsumtif remaja juga terjadi pada siswa-siswi di tempat penelitian penulis yaitu SMA Angkasa Bandung. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu guru pelajaran ekonomi Ratih Pamerdasih S.Pd disekolah, mengatakan bahwa terdapat beberapa siswa yang menunjukkan adanya sikap berperilaku konsumtif. Karena semakin meningkatnya kemajuan di bidang teknologi akan mempengaruhi perilaku konsumen termasuk siswa SMA Angkasa. Dengan adanya teknologi dapat merubah seseorang terutama dalam hal selera dan gairah hidup, dan pola konsumsi konsumen.

Salah satu yang mempengaruhi perilaku membeli yang berlebihan adalah mudahnya penggunaan uang elektronik atau *e-payment*. Hal tersebut juga sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Ramadani (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi penggunaan uang elektronik (*e-money*) maka semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini

disebabkan karena secara psikologis seseorang akan lebih mudah mengeluarkan uang dalam bentuk non tunai dibanding tunai.

Uang elektronik memiliki karakteristik yang berbeda dengan alat pembayaran menggunakan kartu seperti kartu debit, pada uang elektronik ialah uang tunai yang tidak memiliki bentuk fisik, yang nilai uang elektronik disimpan pada suatu media elektronik berupa media chip atau server sehingga tidak termasuk dalam produk simpanan bank, sedangkan kartu debit merupakan alat pengambilan dana yang tersimpan pada rekening tabungan nasabah bersangkutan di suatu bank yang penarikannya dapat dilakukan dengan mengikuti syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh bank bersangkutan. (Usman, 2017, hlm.141-145).



**Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik**

Berdasarkan data grafik di atas diketahui bahwa transaksi menggunakan uang elektronik di setiap tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Bank Indonesia (BI) melaporkan, nilai transaksi belanja uang elektronik pada Juli 2022 sebesar Rp35,51 triliun. Jumlah tersebut meningkat 9,22% jika dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebanyak Rp32,51 triliun. Nilai transaksi belanja uang elektronik pada Juli 2022 juga masih lebih tinggi dibandingkan setahun sebelumnya. Pada Juli 2021, nilai

transaksi uang elektronik tercatat sebesar Rp25,39 triliun. Adapun, volume transaksi belanja uang elektronik sebanyak 606,96 juta kali pada Juli 2022. Jumlah tersebut meningkat 6,81% jika dibandingkan pada Juni 2022 yang sebanyak 568,26 juta. Jika dibandingkan pada periode yang sama setahun sebelumnya, volume transaksi uang elektronik pada Juli 2022 jauh lebih tinggi 46,16%. Pada Juli 2021, volume transaksi uang elektronik sebesar 415,28 juta. Sementara itu, nilai transaksi kartu kredit tercatat sebesar Rp26,43 triliun pada Juli 2022. Jumlah tersebut turun 0,71% jika dibandingkan pada bulan sebelumnya yang senilai Rp26,62 triliun. Lebih lanjut, nilai transaksi kartu debit sejumlah Rp712,99 triliun pada bulan ketujuh tahun ini. Nilai tersebut meningkat 12,95% dibandingkan bulan sebelumnya yang sebesar Rp631,22 triliun.

Merujuk *databooks*, laporan *Survei DailySocial* menunjuk OVO sebagai aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan sepanjang tahun lalu.

**Tabel 1.1**  
**Aplikasi Digital Yang Paling Banyak Digunakan**

No.	Nama	Nilai / % (Persen)
1	OVO	58,9
2	GoPay	58,4
3	ShopeePay	56,4
4	Dana	55,7
5	LinkAja	18,4
6	Paytren	3
7	i.saku	2,9
8	Sakuku	2,1
9	Doku	1,6
10	Uangku	1,4

*Survei DailySocial* menunjukkan OVO menjadi aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan. Sebanyak 58,9% responden pengguna dompet digital mengaku menggunakan OVO. OVO hanya unggul

sedikit dari GoPay yang dipakai oleh 58,4% responden. Selanjutnya, ShopeePay berada di peringkat ketiga dengan persentase pemakaian oleh 56,4% responden. Dana berada di posisi keempat dengan pengguna sebanyak oleh 55,7% responden. Dana juga menjadi dompet digital keempat yang digunakan oleh lebih dari 50% responden. Dompet digital lainnya memiliki penggunaan di bawah 50 persen. Beberapa di antaranya adalah LinkAja yang dipakai oleh 18,4% responden, PayTren oleh 3% responden, dan i.saku 2,9%. Sedangkan, untuk produk *e-money* atau dompet digital menjadi produk teknologi keuangan yang paling banyak dipakai di Indonesia, yaitu dipakai oleh 53,7% responden.

Berdasarkan pengamatan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti masalah ini ke dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif (Survei Pada Siswa Kelas XI IPS di SMA Angkasa Bandung)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka identifikasi masalah yang dikemukakan penulis sebagai berikut :

1. Pola pikir remaja belum berkembang sempurna sehingga rawan melakukan pengambilan keputusan yang tidak tepat.
2. Belum adanya kurikulum di sekolah yang mengajarkan tentang cara pengelolaan keuangan yang baik.
3. Semakin mudahnya remaja untuk berhutang terutama setelah adanya fitur berhutang pada *smartphone*.
4. Adanya insentif untuk berhutang dari beberapa aplikasi seperti mendapatkan potongan harga.

## **C. Rumusan Masalah**

Untuk memudahkan dalam penelitian maka diperlukan rumusan masalah yang jelas. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana persepsi penggunaan uang elektronik siswa SMA Angkasa Bandung Tahun Ajaran 2022/2023?

2. Bagaimana perilaku konsumtif siswa SMA Angkasa Bandung Tahun Ajaran 2022/2023?
3. Apakah terdapat pengaruh persepsi penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Angkasa Bandung Tahun Ajaran 2022/2023?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui persepsi penggunaan uang elektronik siswa SMA Angkasa Bandung Tahun Ajaran 2022/2023
2. Untuk mengetahui perilaku konsumtif siswa SMA Angkasa Bandung Tahun Ajaran 2022/2023
3. Apakah terdapat pengaruh persepsi penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Angkasa Bandung Tahun Ajaran 2022/2023

#### **E. Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kedua manfaat tersebut dijabarkan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai penambahan wawasan bagi kajian ekonomi terutama dalam tema teknologi ekonomi.
  - b. Sebagai pelengkap dan mampu memberikan manfaat serta pengembangan kajian teoritis mengenai perilaku konsumtif dan kaitannya dengan penggunaan uang elektronik.

#### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut :

##### **1. Bagi Peserta Didik**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam menggunakan uang elektronik agar tidak mengarah pada perilaku

konsumtif, sehingga pembelian dengan uang elektronik didasarkan pada pembelian yang rasional dengan memperhatikan kebutuhan.

## 2. Bagi Sekolah

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan mengenai uang elektronik dan bagaimana cara mengelola uang elektronik yang baik sehingga uang elektronik dapat digunakan untuk pembayaran biaya-biaya Pendidikan.

## 3. Manfaat Bagi Penerbit Uang Elektronik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pengembangan uang elektronik, agar penggunaan uang elektronik tidak hanya untuk melakukan transaksi pembayaran saja tetapi dapat mengelola dan mengatur keuangan konsumen seperti tabungan atau investasi.

## **F. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kekeliruan pada menafsirkan judul skripsi ini serta acuan penelitian, maka penulis menyusun definisi operasional sebagai berikut :

### 1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) “Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang”

### 2. Uang Elektronik

Menurut Bank Indonesia Uang Elektronik (*Electronic Money*) didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip; dan
- c. Nilai uang elektronik yang di kelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.



Secara sederhana, uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.

### 3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan pembelian tanpa didasari oleh pertimbangan yang masuk akal dan tidak berdasarkan pada faktor kebutuhan. Perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk yang sama tetapi merek yang berbeda atau membeli barang karena banyak memakai adanya hadiah yang ditawarkan membeli sesuatu produk karena banyak memakai barang tersebut. (Sumartono, 2002).

Sedangkan Lubis dalam (Sumartono, 2002) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu bentuk perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan.

### G. Sistematika Skripsi

**BAB I Pendahuluan**, pendahuluan bermaksud mengantarkan pembaca ke dalam pembahasan suatu masalah. Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika skripsi.

**BAB II Kajian Teori dan Kerangka Pemikiran**, Kajian teori berisi deskripsi teoritis yang memfokuskan kepada hasil kajian teori, konsep, kebijakan, dan peraturan yang ditunjang oleh hasil penelitian terdahulu yang sesuai dengan masala penelitian.

**BAB III Metode Penelitian**, Pada bab ini menjelaskan secara sistematis dan terperinci langkah-langkah dan cara yang digunakan dalam menjawab permasalahan dan memperoleh simpulan. Bab ini berisi pendekatan

penelitian, desain penelitian, subjek dan objek penelitian pengumpulan data dan instrument penelitian, teknik analisis data dan prosedur penelitian.

**BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan,** Bab ini menyampakan dua hal utama, yakni (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

**BAB V Simpulan dan Saran,** Simpulan merupakan uraian yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap analisis temuan hasil penelitian. Simpulan harus menjawab rumusan masalah atau pertanyaan penelitian. Sedangkan saran merupakan rekomendasi yang diajukan kepada para pembuat kebijakan, pengguna, atau kepada peneliti berikutnya yang berminat untuk melakukan penelitian selanjutnya, dan kepada pemecah masalah di lapangan atau *follow up* dari hasil penelitian.