

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dunia telah memasuki era globalisasi, teknologi informasi telah berkembang sangat pesat seiring dengan perkembangan zaman serta membawa berbagai perubahan terhadap bidang kehidupan. Perubahan tersebut memberikan dampak terhadap pola kehidupan di masyarakat, kebiasaan, serta tradisi yang lama sudah mulai ditinggalkan secara perlahan-lahan. Sekarang ini beraneka macam produk ditawarkan pada konsumen. Produk-produk ini bukan hanya barang yang bisa memuaskan kebutuhan seseorang, akan tetapi juga produk yang bisa memuaskan harapan konsumen. Kehidupan yang semakin maju tampaknya menjadikan masyarakat dalam mengkonsumsi sesuatu sudah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sebenarnya.

Ada yang memenuhi kebutuhannya secara wajar dan ada juga yang berlebihan dalam pemenuhan kebutuhannya, hal tersebut menyebabkan orang-orang untuk berperilaku konsumtif. Menurut Sari (2018), menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan sikap seseorang dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa dengan tujuan untuk memuaskan hasrat keinginan dan bukan berdasarkan pada prioritas kebutuhan. Perilaku konsumtif terjadi saat seseorang bukan lagi membeli sesuai kebutuhan. Namun, semata-mata untuk kepuasan juga kesenangan pribadinya sebagai akibatnya akan mengeluarkan dana yang berlebihan atau boros. Masyarakat yang memiliki kecenderungan konsumtif ialah mereka yang tinggal di daerah perkotaan, karena hal tersebut merupakan bawaan yang berasal dari lingkungan tempat tinggalnya, serta terdapat berbagai fasilitas yang lebih memadai dan mendukung masyarakat dalam membentuk pola konsumsi (Agni, 2020).

Sistem pembayaran yang lebih mudah, efisien dan tentunya aman dilakukan untuk saat ini sangat dibutuhkan masyarakat. Hal ini dapat diwujudkan melalui alat pembayaran nontunai dan sesuai dengan rencana

Bank Indonesia yaitu melalui Gerakan Nasional Nontunai (GNTT) pada tahun 2014 sebagai upaya mengurangi pemakaian uang tunai dimasyarakat. *Cashless society* memiliki tujuan sama saat bertransaksi keuangan memakai debit, kredit, maupun metode elektronik yang bisa diakses menggunakan *gadget* sehingga mempermudah pengguna (Aulia, 2020). Inovasi pembayaran nontunai di Indonesia terus berkembang seiring maraknya produk bernama *financial technology (fintech)*.

Fintech memberikan potensi yang dapat menguntungkan berbagai pihak yang berada dalam industri keuangan, salah satu *fintech* yang kini sedang tumbuh pesat ialah *e-wallet* (dompet digital). Transaksi uang elektronik menggunakan aplikasi *e-wallet* terus meningkat bersamaan dengan meningkatnya transaksi belanja *online*. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia nomor 18 / 40 / PBI / 2016 Pasal 1 Ayat 7 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran menjelaskan bahwa “Dompet Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran”.

Uang dalam dompet digital disimpan melalui aplikasi itu sendiri yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran baik di *merchant online* ataupun *offline*. *E-wallet* sendiri merupakan produk layanan uang elektronik yang siap digunakan, mudah, cepat serta aman (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Di masa pandemi Covid-19, dompet digital digunakan sebagai transaksi karena tidak perlu bersentuhan dengan uang tunai (*cashless*). Kondisi ini selaras dengan imbauan peraturan untuk menjaga jarak *Social distancing* dari World Health Organization (WHO) yang membuat banyak pengguna terinspirasi untuk melaksanakan kegiatan dengan kontak seminim mungkin, termasuk saat bertransaksi keuangan (Aji, Berakon & Husin, 2020). Ketergantungan terhadap *e-wallet* semakin besar, karena di era new normal atau adaptasi kebiasaan baru semakin banyak *merchant* melayani pembayaran digital sebagai upaya untuk menegakkan *physical*

distancing dan mencegah penyebaran virus melalui uang tunai kertas maupun logam. Beberapa dompet digital yang populer di Indonesia ialah ShopeePay, Go-Pay, OVO, T-Cash, dan Dana.

Di Indonesia terdapat 38 dompet digital yang diakui oleh Bank Indonesia secara resmi. Transaksi dompet digital di Indonesia mencapai angka US\$ 1,5 miliar pada tahun 2018 dan akan terus meningkat menjadi US\$ 25 miliar pada tahun 2023 (CNBC Indonesia, 2019). Diantara para pemain dompet digital, ShopeePay berhasil unggul sebagai merek dompet digital yang memiliki penetrasi tertinggi dalam tiga bulan terakhir, yakni 48% dari total pengguna dompet digital di Indonesia, disusul OVO 46%, GoPay 35%, kemudian Dana 26%, dan LinkAja 16% (Merdeka.com, 2020). Data tersebut merupakan hasil dari survei yang dilakukan perusahaan riset pemasaran atau Ipsos in Indonesia secara online, dengan melibatkan 1000 responden, usia 18 tahun ke atas dengan pengalaman melakukan pembelian menggunakan dompet digital dan melakukan pembelian di *e-commerce* dalam 2 tahun ke belakang.

Tidak dapat dipungkiri bahwa metode pembayaran nontunai sedang marak dalam kehidupan sosial dan ekonomi saat ini. Kemunculan pusat perbelanjaan dengan menggunakan transaksi elektronik adalah indikasi awal dari perubahan pola konsumsi masyarakat (Fadhilah, 2011). Beberapa perusahaan *e-wallet* memamerkan triknya dengan menawarkan diskon besar-besaran untuk menarik perhatian konsumen. Adanya penawaran *cashback* sesudah bertransaksi serta *discount* yang ditawarkan terbilang cukup menarik bagi para konsumennya. Semakin menarik dan semakin banyak iklan atau promosi dan semakin banyak *cashback*, maka akan semakin cepat keputusan *impulse buying* pada konsumen pengguna dompet elektronik (Adhiyani, 2021). Teknologi memberikan banyak sentuhan kemudahan sehingga menciptakan rasa kecanduan bagi masyarakat untuk melakukan konsumsi. Keberadaan *e-wallet* secara nyata mempengaruhi konsumen menjadi lebih konsumtif (Tompodung et al., 2021).

Oleh sebab itu, masyarakat diharapkan dapat mengontrol diri sehingga dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, memiliki rencana keuangan, dan menjaga gaya hidup. Menurut Irkham (2020) menyimpulkan bahwa semakin tinggi kontrol diri mahasiswa pengguna *e-wallet*, maka akan semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki. Perilaku konsumtif tidak selalu merugikan, meningkatnya konsumsi masyarakat dapat mendorong tumbuhnya perekonomian, karena peningkatan permintaan pasti akan mendorong proses produksi yang berujung pada peningkatan lapangan kerja.

Penelitian yang mengkaji tentang perilaku konsumtif masyarakat pengguna layanan *e-wallet* sebagai berikut: *Pertama*, penelitian oleh Kumala & Mutia (2020) terkait pemanfaatan aplikasi dompet digital terhadap transaksi retail mahasiswa. *Kedua*, penelitian oleh Aulia (2020) membahas tentang pola perilaku konsumen digital dalam memanfaatkan dompet digital. *Ketiga*, penelitian oleh Mujahidin (2020) tentang pengaruh *Fintech e-wallet* terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial.

Berdasarkan hasil penelusuran melalui *google scholar* dari tahun 2016 sampai tahun 2021 mengindikasikan belum adanya penelitian yang secara spesifik membahas mengenai perilaku konsumtif masyarakat pengguna layanan *e-wallet* menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian di Kota Purwodadi dengan desain penelitian etnografi. Dari penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, teknologi juga dapat memberikan perubahan fungsional yang mempengaruhi berbagai khalayak. Teknologi telah menghasilkan banyak keuntungan dan kemudahan dalam proses pembentukan “*trend*” sosial dan perilaku konsumen. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal peneliti terhadap masyarakat di kota Purwodadi mengindikasikan bahwa menggunakan *e-wallet* mendorong masyarakat lebih konsumtif, hal tersebut juga didukung banyaknya *merchant offline* di Kota Purwodadi sudah memanfaatkan transaksi elektronik sebagai faktor awal berkembangnya pola konsumsi masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini ialah bagaimana perilaku konsumtif masyarakat pengguna layanan *e-wallet* di Kota Purwodadi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mendeskripsikan perilaku konsumtif masyarakat pengguna layanan *e-wallet* di Kota Purwodadi.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada uraian di atas, maka hasil penelitian ini dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, menambah pengetahuan, dan literatur terkait perilaku konsumtif masyarakat pengguna layanan *e-wallet* di Kota Purwodadi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat Pengguna *E-wallet*

Sebagai bahan informasi agar lebih berhati-hati dan bijak dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* saat melakukan pembelian atau pembelian barang secara wajar ditengah banyaknya promo dan kemudahan bertransaksi, agar tidak berlebihan sehingga dapat meminimalisir terjadinya pemborosan.

b. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi yang dapat memperkaya kepustakaan dan dapat dijadikan sebagai bahan banding untuk penelitian yang relevan.

c. Bagi Peneliti

Sebagai bahan informasi yang dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya, sehingga dapat melakukan penelitian

lebih sempurna terkait dengan perilaku konsumtif masyarakat pengguna dompet digital.

d. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan peneliti lain untuk mengembangkan penelitian sejenis dengan ruang lingkup yang lebih luas.