

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era sekarang, era 4.0, Indonesia memiliki peluang berkembang di berbagai sektor yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya secara digital. Salah satu sektor yang sudah bertransformasi secara signifikan adalah sektor keuangan, yang semakin ke depan mulai mengadopsi perkembangan teknologi dan informasi terbaru. Sampai sekarang, masyarakat semakin tertarik menggunakan metode pembayaran nontunai atau biasa disebut pembayaran digital. Cara ini dianggap lebih praktis dan efisien bagi masyarakat yang sudah terbiasa dengan proses digitalisasi (Azhar R, 2024). QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard) sudah menjamur dan menjadi bagian kehidupan bagi generasi milenial dan gen z menurut [IDN Research Institute](#) yang mana *qris* sendiri sudah diluncurkan sejak 1 Januari 2020.

Menurut data dari ASPI (Asosiasi Sistem Pemabayaran Indonesia) penggunaan *qris* terus meningkat dalam lima tahun terakhir hingga 2024. Dari data tersebut menunjukkan kenaikan volume transaksi dari 2020 ke 2024 adalah sekitar 6,116 miliar atau 4.927,87% dan kenaikan nominal transaksi dari 2020 ke 2024 adalah Rp651,72 triliun atau sekitar 7.938,12%.

Volume dan Nominal Transaksi QRIS 2020-2024

Tahun	Volume Transaksi	Nominal Transaksi
2020	124,11 juta	Rp8,21 triliun
2021	374,69 juta	Rp27,63 triliun
2022	1 miliar	Rp99,98 triliun
2023	2,14 miliar	Rp226 triliun
2024	6,24 miliar	Rp659,93 triliun

Sumber 1. Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia

Pembelian impulsif merupakan tindakan konsumen yang dilakukan dengan pengaruh emosional, tanpa ada perencanaan sebelumnya, serta rasa hanya ingin tahu saja atau tanpa adanya pertimbangan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan (Febriandika N, 2023).

Literasi keuangan digital tidak memiliki dimensi atau faktor yang pasti. Setiap negara memiliki keadaan yang berbeda. Penilaian literasi keuangan tradisional pernah dilakukan, dan teknik-teknik ini memberikan konsistensi serta kemampuan untuk mengukur variabel secara kuat. Namun, penilaian tersebut tidak mencakup faktor-faktor yang terkait dengan literasi keuangan digital. Di sisi lain, perkembangan teknologi dan proses digitalisasi terus berkembang pesat. Fintech telah membawa dunia keuangan ke berbagai ranah yang awalnya belum terjangkau.

Pada era digital saat ini, penggunaan sistem pembayaran non-tunai, khususnya melalui QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), telah berkembang pesat. Kemudahan dan kecepatan transaksi mendorong adopsi yang masif, terutama di kalangan mahasiswa yang melek teknologi. Namun, kemudahan ini juga dapat memengaruhi perilaku konsumtif, termasuk *Impulse Buying*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis apakah penggunaan QRIS memengaruhi perilaku *impulse buying* pada mahasiswa muslim. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji peran variabel lain yang relevan, seperti *Self Control* dan *Social Media Use* (penggunaan media sosial baik secara aktif maupun pasif), yang dapat memoderasi atau memengaruhi keputusan pembelian impulsif. Penelitian ini juga menekankan peran literasi keuangan digital sebagai variabel moderator, yang mungkin dapat mengurangi atau meningkatkan dampak penggunaan QRIS terhadap pembelian impulsif.

Pemahaman fungsi literasi keuangan digital sebagai faktor pengatur dalam konteks transformasi ekonomi digital yang sedang berlangsung saat ini sangat penting untuk memahami kemampuan konsumen untuk mengendalikan efek negatif dari kemudahan transaksi. Studi ini akan sangat relevan bagi penyedia layanan fintech dan lembaga pendidikan karena akan memberikan informasi penting tentang bagaimana mahasiswa Muslim menyeimbangkan penggunaan teknologi finansial dengan konsumsi yang bijak di era global.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah penggunaan QRIS memengaruhi secara signifikan niat *impulse buying* pada mahasiswa muslim?
2. Apakah *Self Control* berpengaruh secara signifikan terhadap niat *impulse buying*?
3. Apakah *Active Social Media Use* memengaruhi secara signifikan niat *impulse buying*?

4. Apakah *Passive Social Media Use* memengaruhi secara signifikan niat *impulse buying*?

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap *impulse buying* pada mahasiswa muslim.
2. Menganalisis dan menguji peran *Self Control* dalam memengaruhi *impulse buying*.
3. Menganalisis dan menguji pengaruh *Active Social Media Use* dan *Passive Social Media Use* terhadap *impulse buying*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1.4.1 Manfaat Akademis: Menambah literatur ilmiah dan wawasan mengenai perilaku konsumen di era digital, khususnya terkait dengan penggunaan QRIS dan faktor-faktor yang berpengaruh pada *impulse buying*.
- 1.4.2 Manfaat Praktis: Menjadi data yang berguna untuk penyedia layanan pembayaran digital dan lembaga keuangan untuk memahami perilaku pengguna. Hasil penelitian ini juga bisa memberi petunjuk bagi universitas atau organisasi kemahasiswaan untuk menyusun program edukasi keuangan yang lebih efektif bagi mahasiswa.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menetapkan ruang lingkup diantaranya:

- 1.5.1 Objek Penelitian: Penelitian ini fokus pada analisis pengaruh berbagai faktor seperti penggunaan pembayaran digital berbasis QRIS, *self control*, *materialism*, *active social media use*, dan *passive media social use* terhadap perilaku pembelian impulsif.
- 1.5.2 Fokus penelitian ini adalah mahasiswa Muslim yang menggunakan metode pembayaran QRIS secara aktif. Pemilihan subjek ini didasarkan pada fakta bahwa generasi muda ini sangat fleksibel dalam hal teknologi finansial tetapi juga rentan terhadap perilaku konsumtif.

1.6 Sistematika Penelitian

Sebagai kerangka penelitian terstruktur, sistematika penelitian dibuat guna memudahkan proses penyusunan dan penyajian skripsi. Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab yang saling berhubungan, dengan uraian diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada pendahuluan ini berisi garis besar penelitian yang mencakup latar belakang dengan data dan fakta empiris untuk menjelaskan fenomena penggunaan pembayaran digital (QRIS) dan perilaku pembelian impulsif di kalangan pelajar Muslim. Kemudian diuraikan tujuan penelitian dan manfaat akademis dan praktis dari penelitian ini. Selain itu, bab ini mencantumkan ruang lingkup penelitian untuk membatasi objek, subjek, dan variabel penelitian agar penelitian lebih fokus.

BAB II : TINJUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas perilaku konsumen, pembelian impulsif, sistem pembayaran digital (QRIS), kontrol diri, penggunaan media sosial, dan literasi keuangan digital yang menjadi beberapa variabel yang dikerjakan dalam bab ini sebagai kerangka teoritis analisis untuk variabel penelitian. Selain itu, dalam bab ini, penelitian sebelumnya disajikan sebagai referensi dan pembandingan; kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar variabel; dan pengembangan hipotesis diukur validitasnya dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini menjelaskan tentang prosedur sistematis yang digunakan untuk menjawab permasalahan. Mencakup berbagai jenis penelitian kuantitatif, termasuk pendekatan asosiatif untuk memicu hubungan antar variabel. Selain itu, bab ini memberikan definisi operasional dan variabel pengukuran indikator untuk penggunaan QRIS, pembelian impulsif, kontrol diri, penggunaan media sosial, dan literasi keuangan digital dijelaskan.

Terdapat juga penjelasan sampel tentang dan populasi, termasuk mahasiswa Muslim yang menggunakan QRIS, dan metode pengambilan sampel seperti purposive sampling. Alat yang digunakan untuk kuesioner dijelaskan dalam bagian teknik pengumpulan data. Terakhir, bab ini membahas metode analisis data yang

dipakai yaitu metode Structural Equation Modeling (SEM), yang terdiri dari dua langkah utama: evaluasi model perhitungan untuk menguji validitas dan reliabilitas, dan evaluasi kesesuaian model untuk menguji hipotesis dan menguji efek moderasi.

BAB V : PENUTUP

Penelitian ini ditutup dengan kesimpulan, saran, serta implikasi hasil penelitian