

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia dalam menjalani hidupnya tidak dapat dipisahkan dari kegiatan ekonomi. Salah satu kegiatan untuk mempertahankan kehidupannya adalah dengan kegiatan mengkonsumsi (Enrico *et al.*, 2023). Peran ekonomi pada dasarnya untuk mengatasi masalah mendasar seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Meski demikian, tindakan konsumsi seseorang tidak dapat dihindarkan dari perubahan kepentingan yang awalnya pemenuhan kebutuhan pokok menjadi pemenuhan keinginan secara berulang-ulang tanpa memikirkan nilai kegunaan dan ini disebut dengan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa melihat nilai kegunaan barang tersebut untuk mencapai kepuasan atas dirinya secara maksimal (Wahyuni *et al.*, 2019). Perilaku ini mempengaruhi kehidupan manusia yaitu sering mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan, hasrat besar untuk memiliki barang-barang tanpa memikirkan nilai kegunaan dan manfaat barang tersebut didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Perilaku konsumtif juga dapat terjadi karena pembelian secara berlebihan tanpa adanya perencanaan. Kebiasaan gaya hidup saat ini berubah dengan cepat dalam waktu yang relatif singkat ke arah yang berlebihan bahkan pemborosan.

Indonesia, negara dengan populasi terbesar ke-4 di dunia dengan jumlah penduduk mencapai 279 juta jiwa (*The World Factbook*, 2023) telah menyaksikan perkembangan yang pesat dalam perilaku masyarakatnya yang rata-rata konsumtif (Aminartha et al., 2023). Menurut data bank dunia, pada tahun 2022, *gross savings* Indonesia berada pada angka sekitar 37,03% dari *Gross Domestic Product (GDP)*, ini menunjukkan data konsumtif masyarakat Indonesia lebih besar yakni sekitar 62,97% dibandingkan investasi/tabungan (*The World Bank*, 2023).

TABEL 1.1

Data Pertumbuhan Konsumsi Anak Muda di Indonesia Berdasarkan Sub-Komponen Tahun 2023 kuartal IV

No	Sub-Material	Pertumbuhan (%/yoy)
1	Transportasi & Komunikasi	7,04%
2	Fashion	6,46%
3	Restoran & Hotel	4,2%
4	Makanan & Minuman	3,58%
5	Perumahan	3,21%
6	Kesehatan	2,15%
7	Lainnya	2,64%

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Konsumsi rumah tangga masih menjadi penopang utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto (PDB) pengeluaran konsumsi rumah tangga mencapai Rp 2.42 kuadriliun pada 2023 di kuartal ke IV. Konsumsi paling banyak terjadi pada makanan & minuman sebesar Rp 995,39 triliun, transportasi Rp 498,20 triliun, restoran & hotel Rp 239,16 triliun, dan *fashion* Rp 183,10 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif masyarakat Indonesia cukup tinggi.

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak disukai dalam Islam. Seorang Muslim diharapkan dapat mengelola keuangan mereka dengan bijak, menghindari pemborosan dalam hal makanan, minuman, atau barang-barang lainnya. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Firman Allah dalam QS Al-Isra' : 26-27 :

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا. إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ
وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Islam mengajarkan prinsip-prinsip kehidupan yang seimbang dan mengajak umatnya untuk menjalani hidup dengan penuh kesadaran. Dalam konteks konsumsi, Islam memberikan beberapa larangan perilaku konsumtif yang dapat mengarah pada pemborosan, ketidakadilan, atau pelanggaran terhadap prinsip-prinsip agama. Islam menentang pemborosan dalam konsumsi. Umat Muslim diajarkan untuk menggunakan harta dengan bijak dan tidak berlebihan. Pemborosan dianggap sebagai tindakan yang tidak bertanggung jawab terhadap nikmat Allah. Selain itu Islam juga melarang perilaku pamer atau mencari pengakuan melalui barang-barang mewah dapat dianggap tidak pantas dalam Islam. Islam mengajarkan untuk menjauhi sifat riya' atau menunjukkan kelebihan harta kepada orang lain.

Dengan perkembangan teknologi saat ini yang semakin canggih dan informasi yang semakin cepat semua kalangan masyarakat tidak dapat lepas dari perilaku konsumtif (Yahya, 2021). Perilaku konsumtif ini banyak terjadi pada generasi Z, dimana sebagian dari generasi Z dihimpun oleh mahasiswa-mahasiswa yang lahir pada pertengahan tahun 1995-2009 (Fungky *et al.*, 2021). Menurut Laturette *et al.* (2021), generasi Z memiliki prinsip YOLO (*You Only Live Once*) yaitu menikmati hidup saat ini tanpa mengkhawatirkan hidup yang akan datang.

Rendahnya pengetahuan dalam mengelola keuangan juga dapat menimbulkan perilaku konsumtif (Wahyuni *et al.*, 2019). Untuk melakukan pengelolaan keuangan dengan baik diperlukan edukasi tentang literasi keuangan. Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kecakapan mengenai pemahaman serta keterampilan dalam mengambil keputusan yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan finansial baik individu maupun sosial, serta dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat (Fungky *et al.*, 2021). Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan Otoritas Keuangan pada tahun 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 49,68 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 85,10 persen.

Selain itu, menurut Sari & Anasrulloh (2023), salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah teman sebaya. Berdasarkan teori perkembangan menurut Santrock (2016), tekanan teman sebaya adalah tekanan sosial dari sebuah kelompok yang mengharuskan seseorang untuk

bertindak dan berpikiran dengan cara tertentu agar dapat diterima oleh kelompok tersebut. Pengaruh ini bisa bersifat positif atau negatif, tergantung pada apa yang dianjurkan atau didorong oleh teman-teman sebaya. Mahasiswa cenderung mengikuti dan membeli barang yang sedang populer agar diterima di pergaulan teman sebayanya (Muttaqin *et al.*, 2020).

Gaya hidup mahasiswa saat ini didukung oleh perkembangan teknologi yang sangat pesat mengakibatkan gaya hidup menjadi modern (Sari & Anasrulloh, 2023). Ketergantungan pada dunia teknologi telah merubah segala aspek kehidupan sehari-hari, dimana masyarakat dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman yang serba digital ini (Nadhilah *et al.*, 2021). Kebiasaan masyarakat dalam belanja daring melalui *e-commerce*, *e-marketplace* dan *online webstore* yang semakin erat menjadikan *FinTech* dengan cepat menggantikan peran uang kertas ke dalam bentuk digital sebagai pilihan pembayaran (Pratama *et al.*, 2022). Saat ini di Indonesia *FinTech* terdiri dari berbagai jenis seperti debit *card*, *credit card*, dompet *digital* (*shopee pay*, *GoPay*, *DANA*, *OVO*, dan sebagainya) serta berbagai jenis investasi *online* (*modalku.com*, *reksadana*, dan lain sebagainya).

Perilaku konsumtif identik dengan anak muda dan mahasiswa yang menjadi target pasar perusahaan ritel, *food and beverage (FnB)*, dan lain-lain. Mahasiswa menjadi salah satu pelaku atau bagian dari kelompok masyarakat yang memiliki berbagai macam kebutuhan. Kebutuhan dan keinginan manusia berkembang seiring berjalannya waktu (Putra & Achmad, 2022).

Seorang individu memiliki berbagai macam kebutuhan, dari kebutuhan primer, sekunder, tersier hingga komplementer yang pada akhirnya cenderung menimbulkan perilaku konsumtif. Namun, adanya kecenderungan itu mahasiswa lebih memilih mengesampingkan kebutuhan untuk memenuhi keinginan mereka. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia telah mengantarkan seorang individu pada kehidupan yang sesuai dengan lingkungannya. Hal ini dapat mengakibatkan mereka berperilaku konsumtif yang menimbulkan dampak buruk berupa perilaku boros (Rhifa, 2020).

Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal dengan kota pelajar yang menjadi tujuan mahasiswa untuk berkuliah. Hal ini dikarenakan banyaknya kampus atau universitas terbaik di kota ini. Di Yogyakarta terdapat beberapa kampus terbaik di Indonesia seperti kampus negeri UGM, UNY, UPN Veteran, dan UIN. Selain itu juga terdapat kampus swasta dengan kualitas baik seperti UMY, UII, ATMAJAYA, UAD, dan lain sebagainya yang menjadi tujuan mahasiswa untuk berkuliah.

Berdasarkan *prasurvey* yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti, kampus swasta menunjukkan tingkat konsumtif yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan gaya berpakaian yang dikenakan termasuk dalam kategori merek *branded*, kemudian trend nongkrong di *café* kekinian juga melekat dengan mahasiswa kampus swasta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merupakan kampus swasta yang dikenal dengan perilaku mahasiswanya yang konsumtif. Dengan besaran uang kuliah yang terbilang tinggi, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta kebanyakan berlatarbelakang

perekonomian mampu. Terutama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, berdasarkan pengamatan peneliti mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis memiliki daya beli yang cukup tinggi dibandingkan dengan mahasiswa fakultas lain. Hal ini ditunjukkan dengan gaya berpakaian saat berkuliah, gaya hidup, dll yang menunjukkan perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Murdiyanti *et al.* (2022) dan Tribuana *et al.* (2020), menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Hurbania *et al.* (2021) dan Sari & Anasrulloh (2023) menyatakan bahwa pengaruh teman sebaya atau *peer pressure* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan penelitian yang dilakukan oleh Nadhilah *et al.* (2021) dan Muttaqin *et al.* (2020) menyatakan bahwa *FinTech payment* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian terdahulu yang telah disebutkan sebelumnya. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Tekanan Teman Sebaya, dan *FinTech Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
2. Apakah tekanan teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
3. Apakah *FinTech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh tekanan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh *FinTech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan memiliki manfaat teoritis dan juga manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan kontribusi pada literatur akademik terkait pengaruh literasi keuangan, tekanan teman sebaya, dan penggunaan *FinTech payment* dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa.
- b. Dengan melakukan penelitian yang berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori-teori baru atau memperbarui teori-teori yang ada tentang bagaimana literasi keuangan, tekanan teman sebaya, dan *FinTech payment* dapat memengaruhi perilaku konsumtif

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan dasar bagi pengembangan kebijakan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atau institusi pendidikan lainnya untuk meningkatkan literasi keuangan dan mengurangi perilaku konsumtif yang tidak sehat.
- b. Dengan menyoroti hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, hasil penelitian ini dapat mendorong mahasiswa dan masyarakat umum untuk mengembangkan pengetahuan dan

keterampilan keuangan yang lebih baik guna menghindari perilaku konsumtif yang merugikan.

- c. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga kepada perusahaan yang mengoperasikan layanan *FinTech payment* atau yang ingin menargetkan mahasiswa sebagai konsumennya. Diharapkan mereka dapat menggunakan penelitian ini untuk mengadaptasi strategi pemasaran mereka.