

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah membawa perubahan signifikan dalam pola transaksi keuangan, termasuk di Indonesia. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, teknologi finansial telah mengubah pola transaksi keuangan tradisional menjadi lebih efisien dan terdigitalisasi (OJK, 2020). Fenomena ini tidak hanya memengaruhi industri keuangan tetapi juga perilaku konsumen, terutama di kalangan generasi muda. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda menjadi salah satu kelompok yang paling terpapar oleh perubahan ini.

Namun di balik kemudahan yang ditawarkan, terdapat risiko perilaku konsumtif yang tidak terkontrol. Astuti, E. D. (2013) menjelaskan bahwa, perilaku konsumtif adalah pembelian suatu produk dengan tidak mempertimbangkan kebutuhan pokok tetapi hanya karena gengsi dan menjaga penampilan diri serta tertarik dengan kemasan dan hadiah atau diskon. Menurut Tjie, R. N. W. (2024), dalam penelitiannya menjelaskan bahwa skala perilaku konsumtif pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin sangatlah tinggi karena dipengaruhi oleh penggunaan QRIS atau *Digital Payment*. Menurut Roberts dan Jones (2001), Perilaku konsumtif mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti iklan digital, diskon, dan promosi yang ditawarkan melalui aplikasi pembayaran digital.

Bank Indonesia (2021) menjelaskan bahwa, pembayaran digital merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran yang dirancang untuk menawarkan kecepatan, kemudahan penggunaan, efisiensi, efektivitas, transparansi, dan aksesibilitas kepada pelanggan.



al seperti *E-Wallet*, GoPay, DANA, dan aplikasi *Mobile Banking*, semakin transaksi keuangan sehari-hari. Bank Indonesia (2021) mencatat bahwa nan pembayaran digital mengalami peningkatan yang signifikan, terutama

selama pandemi COVID-19. Kemudahan dan kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh layanan ini membuatnya menjadi pilihan utama, khususnya bagi mahasiswa yang cenderung melek teknologi.

Menurut Sumarwan (2011) dalam bukunya *Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam Pemasaran*, perilaku konsumtif sering muncul karena keinginan untuk memenuhi kepuasan psikologis, seperti meningkatkan status sosial atau mengikuti tren, bukan karena kebutuhan mendesak. Fenomena ini semakin diperparah oleh kemajuan teknologi dan media sosial, dimana paparan iklan dan gaya hidup mewah semakin mudah diakses. Sebagai contohnya, penelitian yang dilakukan oleh Kompas (2022) menunjukkan bahwa 60% generasi milenial di Indonesia cenderung melakukan pembelian impulsif karena terpengaruh dengan konten promosi di platform digital seperti Instagram dan TikTok. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan akan tetapi juga oleh lingkungan digital semakin interaktif dan persuasif. Berdasarkan hasil penelitian dari Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024), menyimpulkan bahwa penggunaan pembayaran digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Tahun	Total Transaksi (dalam Triliun Rupiah)	Pertumbuhan (%)	Jumlah Pengguna Dompot Digital (dalam juta)	Transaksi QRIS (dalam juta transaksi)
2019	600	25%	30	10
2020	900	50%	40	20
2021	1.200	35%	50	50
	1.800	50%	70	150
	2.700	50%	90	300



Bank Indonesia (2023).

Faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif seseorang adalah minimnya literasi keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko keuangan yang terkait dengan produk dan konsep keuangan yang telah didukung oleh informasi dan input (Wicaksono, 2015). Lusardi dan Mitchell (2014), menunjukkan bahwa literasi keuangan yang rendah dapat mendorong individu, termasuk mahasiswa untuk membuat keputusan keuangan yang tidak bijak. Hal ini sering kali berujung pada perilaku konsumtif yang berlebihan, terutama dengan adanya kemudahan akses melalui pembayaran digital. Mahasiswa cenderung lebih mudah terpengaruh oleh tekanan sosial dan tren yang berkembang di lingkungan mereka. Hal ini diperparah dengan kemudahan akses pembayaran digital yang membuat transaksi terasa lebih "ringan" secara psikologis. Fenomena ini semakin mengkhawatirkan mengingat mahasiswa sering kali belum memiliki pendapatan tetap.

Norvilitis *et al.*, (2006) menunjukkan bahwa mahasiswa yang tidak memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung mengandalkan kartu kredit atau pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan konsumtif mereka. Hal ini dapat berujung pada masalah keuangan yang serius, seperti utang yang menumpuk. Literasi keuangan yang baik dapat menjadi tameng bagi mahasiswa dalam menghadapi godaan konsumtif yang ditawarkan oleh pembayaran digital. Huston (2010) menjelaskan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola keuangan mereka dengan bijak, termasuk dalam hal pengeluaran dan menabung. Oleh karena itu, meningkatkan literasi keuangan di kalangan mahasiswa menjadi langkah penting untuk mengurangi dampak negatif dari penggunaan pembayaran digital yang berlebihan.

Menurut Chen dan Volpe (1998), literasi keuangan yang baik dapat membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih rasional dan terencana. Bagi mahasiswa, literasi keuangan menjadi kunci untuk mengelola uang saku, seperti menghindari utang, dan



masa depan finansial yang lebih baik. Di Indonesia, tingkat literasi keuangan rendah. Survei OJK (2020) menunjukkan bahwa hanya 38,03% penduduk memiliki literasi keuangan yang memadai. Rendahnya tingkat literasi ini

menjadi tantangan serius, terutama bagi mahasiswa yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup konsumtif dan godaan untuk berbelanja secara impulsif melalui platform digital. Berdasarkan hasil penelitian dari Salsabila, S. (2023), menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Peran institusi pendidikan dalam meningkatkan literasi keuangan mahasiswa juga menjadi faktor krusial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mandell dan Klein (2009), menjelaskan bahwa program edukasi keuangan yang terintegrasi dalam kurikulum pendidikan dapat secara signifikan meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang pengelolaan keuangan. Dengan demikian, mahasiswa dapat lebih bijak dalam menggunakan layanan pembayaran digital dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Untuk mengurangi dampak negatifnya, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, institusi pendidikan, dan industri teknologi finansial dalam meningkatkan literasi keuangan serta memberikan edukasi tentang penggunaan pembayaran digital yang bertanggung jawab. Dengan demikian, mahasiswa dapat memanfaatkan kemudahan teknologi finansial tanpa terjebak dalam perilaku konsumtif yang merugikan (OJK., 2020)

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah membawa perubahan signifikan dalam pola transaksi keuangan, khususnya di kalangan mahasiswa yang semakin mengandalkan pembayaran digital karena kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan. Namun, di balik manfaatnya, terdapat risiko perilaku konsumtif yang tidak terkontrol akibat rendahnya literasi keuangan, pengaruh sosial, serta promosi digital yang persuasif. Mahasiswa yang tidak memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung berbelanja impulsif dan bahkan berutang untuk memenuhi kebutuhan konsumtifnya. Oleh karena itu, meningkatkan literasi keuangan menjadi langkah penting untuk membantu mahasiswa mengelola keuangan mereka dengan lebih bijak. Institusi pendidikan, pemerintah, dan industri fintech perlu bekerja



menyediakan edukasi keuangan yang efektif agar mahasiswa dapat menggunakan teknologi finansial dengan bertanggung jawab tanpa terjebak dalam pola perilaku merugikan.

Berdasarkan latar belakang masalah, penelitian ini akan menganalisis bagaimana “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pembayaran Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin 2021”

1.2. Rumusan masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Angkatan 2021 – 2024?
2. Apakah terdapat pengaruh antara penggunaan pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Angkatan 2021 – 2024?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin angkatan 2021 – 2024.
2. Menganalisis pengaruh penggunaan pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin angkatan 2021 – 2024.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, manfaatnya yaitu sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya bidang perilaku konsumen, literasi keuangan, dan teknologi



1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan kepada mahasiswa agar dapat lebih bijak dalam menggunakan pembayaran digital dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan

2. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi instansi pendidikan untuk mengembangkan program edukasi keuangan yang lebih efektif seperti seminar, *workshop*, atau integrasi materi literasi keuangan dan kurikulum.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau dasar untuk penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa, seperti pengaruh teknologi finansial terhadap perilaku keuangan generasi muda atau strategi meningkatkan literasi keuangan di kalangan mahasiswa.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman, usulan penelitian skripsi ini disusun secara komprehensif dan sistematis yang meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini serta analisis terhadap masalah utama yang telah diidentifikasi.

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL/PIKIR

Bab ini menyajikan dua hal utama, yaitu kerangka konseptual dan pemikiran.

BAB IV METODE PENELITIAN



liri dari jenis dan rancangan penelitian, tempat dan waktu pelaksanaan, serta sampel/subjek penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan metode analisis data.

BAB V HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, analisis statistik deskriptif, hasil uji kualitas data, hasil pengujian hipotesis, hasil analisis regresi linear berganda, serta pembahasan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran, serta keterbatasan penelitian



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Literasi Keuangan

Bagian ini menjelaskan definisi Literasi keuangan menurut para ahli beserta teori teori dalam literasi keuangan.

2.1.1. Definisi

Berikut merupakan definisi literasi keuangan dari berbagai sumber:

1. Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan)

Merupakan suatu rangkaian kegiatan sebagai upaya peraihian dan peningkatan wawasan, keterampilan, kepercayaan pemakai, pelanggan serta manusia secara luas hingga mampu untuk mememanajemen tentang keuangan dengan lebih baik dan optimal. Selain itu, menurut OJK, penjelasan dan ilustrasi visi kemampuan keuangan untuk membuat orang Indonesia menciptakan kemampuan keuangan dan kebaikan yang tinggi, memungkinkan orang untuk memilih, memanfaatkan dan menggunakan produk serta jasa keuangan untuk mencapai dan menumbuhkan tingkat sejahtera pada mereka. Sedangkan, untuk literasi keuangan mempunyai misi adalah menjalankan pendidikan atau edukasi di sektor keuangan pada masyarakat Indonesia supaya bisa mememanajemen tentang keuangan secara smart, meningkatkan akses informasi, dan pemakaian produk serta jasa keuangan dengan melakukan pengembangan infrastruktur yang mensupport financial literasi. (OJK,2017)

2. Menurut Para Ahli

Finansial literasi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko ang terkait dengan produk dan konsep keuangan yang telah didukung oleh an input (Wicaksono, 2015). Penjelasan lain tentang arti literasi keuangan tahuan keuangan dan kemampuan dalam menggunakan pada kehidupan



manusia untuk mencapai tingkat kemakmuran di hidupnya (Lusardi & Mitchell, 2007). Literasi keuangan juga dapat membantu manusia agar terhindar dari masalah keuangan. Pada saat terjadi kesukaran dalam masalah keuangan bukan cuma fungsi dari income yang rendah (Krishna, Rofaida, & Sari, 2010). Ini biasanya terjadi ketika kondisi kesulitan keuangan terjadi dan kesalahan kesalahan manajemen terjadi. Misalnya, kesalahan dalam menggunakan pinjaman atau kurangnya kapasitas keuangan dan perencanaan pembatasan keuangan dapat menyebabkan tekanan internal (stress) dan kepercayaan diri yang buruk. Pemahaman lebih lanjut berkaitan dengan kemampuan keuangan untuk membaca, berdebat, mengelola, dan berinteraksi situasi keuangan orang yang memengaruhi kesejahteraan materi manusia (Vitt *et al.*, 2000).

2.1.2. Aspek Literasi Keuangan

Ada 3 aspek penting terkait literasi keuangan (Ojk.Go.Id, 2017), ketiga aspek tersebut adalah:

1. **Knowledge** (Pengetahuan)

Pengetahuan yang dimaksud disini yaitu sebagai suatu pemahaman individu yang memenuhi standar Lembaga Jasa Keuangan (LJK) terkait risiko, hak, dan kewajiban pelanggan serta hal-hal lainnya.

2. **Skill** (Keterampilan)

Keterampilan yang dimaksud yaitu kemampuan individu untuk mengimplementasikan suatu bentuk pengetahuan yang dimiliki agar bisa mengelola permasalahan keuangan.

3. **Confidence** (Keyakinan)

Dalam konteks ini, kepercayaan mengacu pada tingkat kepercayaan yang ada pada jenisnya yang diberikan kepada organisasi atau lembaga jasa keuangan yang dipercaya. Diharapkan dalam hal ini sudah sesuai dengan instrumen pilihan dan persyaratan ketentuan yang berlaku.



Sedangkan menurut Chen, H., & Volpe, R.P. (1998) terdapat 4 aspek penting dalam literasi keuangan diantaranya adalah:

1. Pengetahuan Dasar Tentang Keuangan Pribadi

Aspek pertama dalam literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami pengetahuan atau informasi dasar tentang keuangan sendiri atau pribadi.

2. Tabungan dan Pinjaman (*Savings & Borrowing*)

Aspek kedua dalam literasi keuangan yaitu kemampuan untuk mendapatkan wawasan tentang tabungan, setoran dan pinjaman. Dalam hal ini, pelanggan atau konsumen menggunakan kartu kredit untuk melakukan transaksi.

3. Asuransi (*Insurance*)

Aspek ketiga dalam literasi keuangan ini yaitu kemampuan untuk memahami dasar-dasar tentang asuransi dan jenisnya. Contohnya adalah penggunaan jaminan kesehatan, asuransi jiwa, jaminan kendaraan, dan lainnya.

4. Investasi (*Investment*)

Aspek keempat dalam literasi keuangan ini adalah kemampuan seseorang dalam memahami segala sesuatu yang terkait dengan investasi. Dalam hal ini, misalnya, produk investasi dalam bentuk informasi dan wawasan terkait risiko investasi, saham, obligasi, reksadana, dan lain-lainnya.

2.1.3. Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Dalam literasi keuangan mempunyai perbedaan bagi setiap individu. Tingkat literasi keuangan akan berbeda beda, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu:

1. Perilaku Keuangan (*Finansial Behaviour*)

Litner, G., (1998), menjelaskan bahwa perilaku keuangan merupakan studi terkait bagaimana seseorang memahami dan bertindak atas informasi yang didapat sehingga an informasi untuk keputusan investasi. Sedangkan, Hogart, J.M. & Beverly, , menjelaskan bahwa perilaku keuangan setiap individu dapat dilihat dari aik mengatur dana kas, mengelola hutang, menyimpan, dan melakukan



berbagai pengeluaran. Mengatur dana kas menunjukkan seberapa baik individu mengatur uang dengan anggaran yang direncanakan.

Berdasarkan definisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan merupakan studi yang mempelajari bagaimana seseorang memahami dan mengambil tindakan berdasarkan informasi yang dimiliki untuk membuat keputusan investasi. Selain itu, perilaku keuangan individu juga dapat dinilai dari kemampuan mereka dalam mengelola dana kas, mengatur hutang, menabung, dan melakukan pengeluaran. Kemampuan mengatur dana kas, khususnya, mencerminkan sejauh mana individu dapat mengelola uang sesuai dengan anggaran yang telah direncanakan. Dengan demikian, perilaku keuangan yang baik mencakup pemahaman informasi keuangan, pengelolaan sumber daya keuangan secara efektif, dan pengambilan keputusan yang tepat terkait investasi dan pengeluaran.

2. Faktor Demografi

Menurut Mandell, L., (2008), demografi adalah gambaran tentang latar belakang pribadi yang dapat memengaruhi pemahaman keuangan seseorang. Rita, M. R. & Kusumawati, R., (2010) membahas variabel sosiodemografi seperti jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, status perkawinan, pekerjaan, kedudukan kerja, dan pendapatan. Batasan dan tingkat ukuran hidup yang mempengaruhi kondisi fisik manusia disebut umur. Secara singkat, faktor-faktor yang dimiliki pada demografi terdiri dari jenis kelamin, tingkat pendidikan, serta tingkat pendapatan (Desiyana, T., 2015).

3. Faktor Pendidikan

Pendidikan merupakan modal manusia sebagai salah satu faktor yang memberikan pengaruh pada kesejahteraan manusia. Peran pendidikan berdampak pada produktifitas dan efisiensi kerja yang berdampak pada real income individu di sektor keuangan (Rahmatia, 2004).



jenis kelamin

tingkat literasi keuangan financial literacy pada tingkat umum wanita lebih rendah daripada pria

(Sugandi, et. al., 1998). Pendapat ini diperkuat oleh temuan yang menyatakan bahwa

14 literasi keuangan bentuk pengetahuan umum pada pria akan lebih tinggi dibandingkan wanita (Lalonde, K. *et. al.*, 2010).

5. *Revenue*

Terdapat temuan bahwa jumlah *revenue* yang didapat selaras setelah memberikan barang dan jasa pada konsumen (Honrogen, *et. al.*, 2007). Hal ini diperkuat, bahwa hubungan antara tingkat pendapatan dan pengetahuan keuangan (Keown, L. A., 2011). Penjelasan dalam hal ini, bahwa orang tua yang mempunyai pendapatan rumah tangga yang lebih tinggi cenderung mempunyai tingkat literasi keuangan yang lebih baik dikarenakan mereka lebih memakai instrumen serta layanan keuangan.

2.1.4. Indikator Literasi Keuangan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Oseifuah, E. K., (2010), ada tiga indikator literasi keuangan, yaitu:

1. Pengetahuan Keuangan, merupakan sebuah pengetahuan tentang terminologi keuangan, seperti tingkat suku atau bunga bank, kartu kredit, kebangkrutan, saham, berbagai layanan jasa perbankan, mengerti terminologi keuangan, kalkulasi atau formulasi serta manfaat perpajakan, atau berbagai layanan mengelola pensiun, mengetahui berbagai sumber pendapatan keluarga, dan sebagainya.
2. Sikap keuangan, merupakan suatu ketertarikan dalam upaya untuk meningkatkan informasi atau pengetahuan di bidang keuangan, seperti merencanakan program pensiun untuk pegawai, menerapkan kebijakan perpajakan pemerintah, atau menggunakan layanan perbankan saat melakukan transaksi keuangan di luar negeri. Misalnya, giro, pengurusan klirik, L/C, dan sebagainya.
3. *Finansial Behaviour*, merupakan suatu keadaan yang berlandaskan pada *spending* serta *saving*, upaya pencatatan dan penyimpanan catatan permasalahan tentang keuangan pribadi, serta usaha dalam merencanakan pembiayaan waktu yang akan datang. Kemampuan untuk mengelola hutang dan kredit dengan tepat dan benar sesuai dengan arus *cash flow* perusahaan yang dimilikinya.



2.2. Pembayaran Digital

Bagian ini menjelaskan tentang pembayaran digital serta perkembangan pembayaran digital:

2.2.1. Definisi

Menurut Tarantang, J. Et al (2019), pembayaran secara umum dapat dipahami sebagai pemindahan sejumlah uang dari pihak yang membayar kepada penerima. Di sisi lain, pembayaran digital merupakan bentuk pembayaran yang berbasis teknologi. Dalam sistem pembayaran digital, uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital, dengan proses transfer yang diinisiasi melalui alat pembayaran elektronik. Sementara pembayaran tradisional biasanya dilakukan dengan uang tunai, cek, atau kartu kredit sedangkan pembayaran digital memanfaatkan *software* tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik. Komponen utama dari sistem pembayaran digital meliputi aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, serta peraturan dan prosedur yang mengatur penggunaan sistem tersebut (Trihasta, D., & Fajaryanti, J. 2008).

2.2.2. Contoh Aplikasi Digital

a. OVO

Menurut Hadijah, S., (2019), OVO merupakan aplikasi digital yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (*OVO Cash*). Pengguna dapat mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. Secara umum, *OVO Cash* dapat digunakan untuk berbagai jenis pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO, sehingga prosesnya menjadi lebih cepat. OVO menawarkan kemudahan dalam bertransaksi tanpa perlu membawa banyak uang tunai. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan menunjukkan aplikasi OVO, di mana terdapat saldo dan *Cash Point* yang dapat dimanfaatkan.



Marketing Officer GoJek Indonesia, Piotr Jakubowski mengatakan bahwa merupakan layanan dompet elektronik dari GoJek (Prasandi., A., 2017)..

Menurut Gojek (2023), *GoPay* merupakan metode pembayaran yang ditawarkan oleh Gojek melalui aplikasinya. Dengan *GO-PAY*, pengguna tidak perlu lagi membayar uang tunai kepada driver. Metode pembayaran ini dapat digunakan untuk semua jenis layanan Gojek, mulai dari jasa ojek online (*Go-Ride*), pengantaran makanan (*Go-Food*), hingga belanja kebutuhan sehari-hari (*Go-Mart*).

Gojek juga menyediakan berbagai jenis layanan lainnya, seperti pembelian pulsa (*Go-Pulsa*), layanan pijat profesional (*Go-Massage*), pembersihan rumah (*Go-Clean*), pemesanan tiket untuk konser dan acara lainnya (*Go-Tix*), serta perawatan kendaraan bermotor (*Go-Auto*). Agar dapat menggunakan *GO-PAY*, pengguna perlu melakukan top-up saldo terlebih dahulu. Terdapat beberapa cara untuk mengisi saldo *GO-PAY*, yaitu melalui ATM, minimarket, Alfamart, atau bahkan melalui driver langsung (Prasandi, A., 2017)

c. *DANA*

DANA atau dompet digital Indonesia, merupakan layanan pembayaran digital yang berbasis aplikasi. Aplikasi ini dapat diunduh di platform Android melalui *Google PlayStore* dan di *iOS* melalui *App Store*. Dengan aplikasi *DANA*, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi pembayaran, seperti membeli pulsa, membayar tagihan (listrik, telepon, air, hingga BPJS), membeli voucher Google Play, membayar cicilan, dan berbelanja online. Platform *DANA* menawarkan berbagai keunggulan, salah satunya adalah layanan dan dukungan transaksi yang sangat lengkap. Dikembangkan oleh PT. Espay Debit Indonesia Koe (EDIK), *DANA* memastikan setiap penggunaanya dapat bertransaksi dengan aman dan terpercaya, berkat teknologi keamanan yang diawasi 24 jam. Menariknya, *DANA* juga memberikan garansi uang kembali jika terjadi kesalahan saat pengguna melakukan transaksi (Sukindar., 2018)..



2.2.3. Tantangan dan Peluang Sistem Pembayaran Digital Di Indonesia

1. Tantangan

Indonesia sebagai negara berkembang dengan populasi yang besar, menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan sistem pembayaran. Meskipun telah terjadi kemajuan secara signifikan dalam adopsi teknologi pembayaran digital (pembayaran non-tunai), sejumlah kendala masih menghambat penyebaran dan efektivitasnya. Tantangan-tantangan ini meliputi infrastruktur teknologi yang belum merata, tingkat literasi keuangan yang rendah, regulasi yang kompleks, serta isu keamanan transaksi. Berikut merupakan penjelasan singkat mengenai tantangan yang menghambat sistem pembayaran Indonesia (David, O.,2024).

a. Infrastruktur teknologi tidak merata

Infrastruktur teknologi yang tidak merata menjadi tantangan besar bagi sistem pembayaran di Indonesia. Sementara kota-kota besar menikmati akses internet dan teknologi yang cukup baik, banyak daerah pedesaan masih menghadapi keterbatasan. Ketimpangan ini menghambat penyebaran dan pemanfaatan layanan pembayaran digital (non tunai) di seluruh wilayah negara (David, O.,2024).

b. Masalah keamanan pembayaran

Keamanan telah menjadi tantangan utama dalam pengembangan sistem pembayaran di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi digital, ancaman seperti serangan siber, pencurian data, dan penipuan online turut meningkat. Oleh karena itu, menjaga keamanan transaksi sangat penting untuk melindungi konsumen serta mempertahankan kepercayaan terhadap sistem pembayaran yang ada (David, O.,2024).

c. Kurangnya edukasi



masyarakat, terutama yang tinggal di daerah pedesaan, masih belum memahami cara menggunakan teknologi pembayaran digital (pembayaran secara efektif dan aman. Ketidapahaman ini menjadi hambatan bagi adopsi

layanan tersebut secara lebih luas. Namun, dengan adanya edukasi yang tepat, masyarakat akan lebih siap untuk memanfaatkan teknologi pembayaran digital. Hal ini pada akhirnya akan mendorong inklusi keuangan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka (David, O.,2024).

2. Peluang

Di Indonesia populasi yang besar dan ekonomi yang berkembang pesat, menawarkan peluang luar biasa di sektor sistem pembayaran. Didorong oleh kemajuan teknologi, perubahan dalam perilaku konsumen, serta dukungan regulasi yang solid, industri ini siap untuk tumbuh dan berkembang di masa depan. Berikut adalah beberapa peluang utama dalam sistem pembayaran di Indonesia:

a. Pertumbuhan Ekonomi Digital (Sistem Pembayaran Non Tunai)

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia memberikan peluang yang sangat besar bagi sistem pembayaran. Dengan bertambahnya pengguna internet dan smartphone, serta meningkatnya adopsi e-commerce, permintaan akan layanan pembayaran digital, atau pembayaran non tunai, terus menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Inovasi dalam teknologi finansial, seperti dompet digital dan berbagai sistem pembayaran non tunai lainnya, memungkinkan terjadinya transaksi yang lebih cepat dan aman. Hal ini pada gilirannya dapat mempercepat inklusi keuangan dan memperkuat perekonomian secara keseluruhan (David, O.,2024).

b. Peningkatan efisiensi dan produktivitas bisnis

Peningkatan efisiensi dan produktivitas bisnis di Indonesia melalui digitalisasi sistem pembayaran menunjukkan potensi yang sangat besar, terutama seiring dengan berkembangnya adopsi teknologi finansial (fintech) (David, O.,2024).

c. Pemberdayaan UMKM



Sistem pembayaran memiliki potensi yang besar untuk memberdayakan Usaha Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Melalui adopsi pembayaran digital, mereka dapat lebih mudah menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi, serta mengelola keuangan dengan lebih baik. Inisiatif dari pemerintah dan

sektor swasta untuk mendukung digitalisasi UMKM akan sangat krusial dalam memperkuat perekonomian baik di tingkat lokal maupun nasional (David, O.,2024).

2.2.4 Indikator Pembayaran Digital

Menurut Hasyim, M., Halim, R. E., & Nugroho, B. D., (2025), terdapat tiga indikator dari pembayaran digital. Indikator tersebut ter jelaskan sebagaimana berikut:

1. Frekuensi penggunaan e-wallet dan mobile banking.
2. Jenis transaksi yang dilakukan secara digital (belanja, makan, transportasi).
3. Persepsi kemudahan, kenyamanan, dan keamanan pembayaran digital.

2.3. Perilaku Konsumtif

2.3.1. Definisi

Menurut Aprilia, D., & Hartono. (2014), bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang terpengaruh oleh beberapa faktor di antaranya adalah faktor sosiologis yang diperlihatkan dalam konsumsi suatu produk dengan terlalu berlebihan tanpa suatu rencana dan tidak sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan menurut Baudrillard, J. (2013), bahwa perilaku konsumtif adalah suatu keinginan dari manusia untuk mengonsumsi suatu barang atau jasa secara tidak terbatas tanpa melihat kebutuhan tetapi hanya menonjolkan faktor keinginan semata. Selanjutnya menurut Astuti, E. D. (2013), perilaku konsumtif adalah pembelian suatu produk dengan tidak mempertimbangkan kebutuhan pokok tetapi hanya karena gengsi dan menjaga penampilan diri serta tertarik dengan kemasan dan hadiah atau diskon.

2.3.2. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

1. Faktor Sosiologis

Dalam hal ini status sosial ekonomi dari orang tua sangat berpengaruh dalam pengukuran status sosial seseorang di masyarakat. Penggolongan status sosial ini



asarkan pada ukuran tertentu antara lain ukuran kekuasaan, kehormatan, ketokohan, kekayaan, ilmu pengetahuan (Ali, M, . Asrori M., 2011).

2. Kelompok Referensi atau Kelompok Sosial

Kelompok referensi ini datang dari orang-orang yang berada di sekelilingnya. Kelompok referensi ini bisa memberikan pengaruh terhadap perilaku seseorang dalam melakukan suatu pembelian produk dengan memberikan informasi tentang deskripsi produk atau keunggulan suatu produk untuk dijadikan acuan dalam membeli suatu barang atau jasa (Erli Ermawati, & E.P, I., 2011).

2.3.3. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Saputra, A. D., & Listyani, R. H. (2017), Perilaku konsumtif seseorang secara operasional bisa dilihat dari beberapa indikator antara lain:

1. Barang atau jasa yang dibeli tidak dilihat dari manfaatnya tetapi hanya karena menginginkan hadiah yang ada.
2. Kemudian barang dan jasa yang dibeli hanya karena dikemas secara unik dan menarik.
3. Barang atau jasa yang dibeli hanya untuk meningkatkan gengsi dan penampilan diri
4. Produk yang dibeli hanya karena dilihat lebih eksklusif dan mewah tidak mempertimbangkan harga dan manfaat.

2.4. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan variable penelitian ini diuraikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis/Tahun/Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	ta, R. E., I. S., &	X ₁ : Literasi Keuangan	1. Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku



No.	Penulis/Tahun/Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	<p>Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Payment, dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi</p>	<p>X₂: Penggunaan digital payment X₃: Self control. Y: Perilaku konsumtif</p>	<p>konsumtif mahasiswa. 2. Penggunaan digital payment berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 3. <i>Self control</i> berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa 4. Dan secara simultan literasi keuangan, penggunaan digital <i>payment</i>, dan <i>self control</i> berpengaruh secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis</p>



No.	Penulis/Tahun/Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Universitas Sam Ratulangi
2	Salsabila, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater Pada E-Commerce	X ₁ : Literasi keuangan. X ₂ : Pengendalian diri. X ₃ : Pengaruh sosial. Y: Perilaku konsumtif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, pengendalian diri, dan pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna <i>PayLater</i> .
3	Margaretta Panjaitan, W. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif para pengguna e-wallet (Studi pada mahasiswa S1 pengguna e-wallet	X ₁ : Literasi Keuangan. X ₂ : Gaya hidup. Y: Perilaku konsumtif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.



n tinggi di

No.	Penulis/Tahun/Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	kota Jambi tahun 2021)		
4	Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi	X ₁ : Literasi Keuangan. X ₂ : Penggunaan <i>digital payment</i> . Y: Perilaku konsumtif Z: Mental <i>Accounting</i>	Hasil dari penelitian ini mengungkapkan berbagai faktor yang membuat perilaku konsumtif Generasi Z dalam menggunakan pembayaran digital. Faktor-faktor ini mencakup kemajuan teknologi, promosi, diskon, kemudahan proses transaksi, kepraktisan, pemahaman tentang uang digital, lingkungan, dan kesadaran terhadap risiko keuangan. Generasi Z yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep pengelolaan keuangan lebih



No.	Penulis/Tahun/Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			bijak dalam pengambilan keputusan pembelian dan mampu membuat anggaran, mengatur prioritas pembelian, dan mempertimbangkan nilai fungsional barang lebih efektif dalam menghindari pembelian impulsif yang tidak bermanfaat.
5	Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	X ₁ : Literasi Keuangan X ₂ : Teman Sebaya (<i>peer group</i>) X ₃ : <i>E-money</i> X ₄ : Gaya Hidup X ₅ : <i>Self control</i> Y: Perilaku konsumtif	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi Keuangan, Teman Sebaya, dan Kontrol Diri tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan variabel Electronic Money dan Gaya Hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan penelitian ini, untuk



No.	Penulis/Tahun/Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			mencegah perilaku konsumtif maka perlu memperhatikan penggunaan electronic money dan menjaga gaya hidup.

