



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di dunia baik yang berlangsung di negara-negara maju maupun berkembang tidak terlepas dari peran uang. Uang mempunyai peran yang sangat penting dalam segala aspek-aspek ekonomi mulai dari kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Uang dianggap lebih memperlancar kegiatan perekonomian dan mempermudah langkah yang harus dilakukan seseorang untuk memperoleh barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidup (Sukirno, 2016). Perkembangan teknologi dalam hal pembayaran menjadi salah satu gaya hidup masyarakat pada zaman modern. Sistem pembayaran non-tunai menjadi trend terutama di kalangan anak-anak muda. Perubahan sistem pembayaran sangat pesat mengikuti perkembangan teknologi, hal ini menjadi peluang bagi perbankan untuk bersaing dalam hal sistem pembayaran non-tunai. Sistem pembayaran yang efisien dapat diukur dari kemampuan dalam menciptakan biaya yang minimal untuk mendapatkan manfaat dari suatu kegiatan transaksi jual beli. Orang-orang sudah mulai mengurangi kebiasaan mereka untuk membawa uang dalam jumlah yang tidak sedikit di dalam dompetnya, karena hal tersebut tidak aman serta tidak praktis (Insana & Johan, 2020).

Sistem pembayaran non-tunai (*e-money*) menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 mempunyai arti sebagai instrumen pembayaran yang memuat beberapa unsur seperti yang diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit. Nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*, dan nilai uang elektronik yang



dikelola merupakan simpanan dan dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.

Nominal transaksi uang elektronik di Indonesia terus mengalami peningkatan sejak 2015. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia (2022), pada tahun 2015 nominal transaksi uang elektronik di Indonesia hanya berjumlah 5,2 triliun. Namun pada tahun 2021, nominal transaksi uang elektronik naik drastik menjadi 305,4 triliun. Peningkatan transaksi uang elektronik yang pesat khususnya pada tahun 2021 diakibatkan karena maraknya belanja online selama pandemik yang diiringi dengan kemudahan sistem pembayaran digital. Munculnya sistem pembayaran transaksi pembayaran dengan uang elektronik membuat masyarakat terkhusus mahasiswa lebih mudah dalam bertransaksi. Hal ini disebabkan karena dengan menggunakan uang elektronik transaksi belanja menjadi lebih efisien, cepat, aman, dan nyaman.

Pengetahuan dan keterampilan terkait finansial agar dapat mengelola dan memanfaatkan keuangan secara maksimal disebut literasi keuangan. Pemahaman mengenai pengelolaan keuangan pribadi perlu dikuasai guna menetapkan keputusan keuangan yang bijak untuk mewujudkan kesejahteraan (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019). Sehingga, kecerdasan finansial perlu dimiliki oleh setiap individu termasuk mahasiswa. Menurut Dewi et al., (2020) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan proses seorang individu dalam memahami pengetahuan keuangan yang digunakan dalam melakukan keputusan keuangan yang didukung oleh beberapa variabel seperti *awareness*, *skills*, *experience*, dan kemampuan manajemen keuangan secara positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai kapasitas seseorang dalam memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi untuk mencapai kesejahteraan. Penelitian yang dilakukan Krishna et al., (2010)



mengemukakan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa yang merupakan masih jauh dari optimum bahkan mendekati kategori rendah. Sehingga, perlunya pengetahuan dan keterampilan terkait finansial agar dapat mengelola dan memanfaatkan keuangan secara maksimal.

Riset pelopor mesin pencarian belanja (*shopping search engine*) dan platform pembandingan harga, Priceza, menyatakan terdapat lima kota besar besar di Indonesia yang menjadi sumber utama pembelanja online terbanyak di Indonesia, yang terdiri dari Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, dan Makassar (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Putri et al., (2020) mengatakan bahwa akibat pandemi *Covid-19*, perilaku kegiatan masyarakat banyak mengalami perubahan salah satunya yaitu masyarakat harus terbiasa pada kondisi dimana masyarakat harus berdiam di rumah masing-masing dan membatasi kegiatan sosial sehingga mengharuskan masyarakat membiasakan aktifitas yang dilakukan serba digital, termasuk dalam bertransaksi. Akibat hal tersebut disertai dengan kemudahan layanan yang ditawarkan mengakibatkan meningkatnya penggunaan layanan digital dalam memenuhi kebutuhan konsumsi dimana mencakup layanan seperti belanja online melalui *e-commerce*.

Perilaku konsumtif mahasiswa memiliki dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif. Aspek positif dari perilaku konsumtif yaitu timbul rasa puas, rasa puas ini timbul karena konsumen bisa memilih kombinasi berbagai macam barang dan jasa yang terbaik dari anggaran yang tersedia, selain itu perilaku konsumtif juga dapat menambah pengalaman, hal ini terjadi apabila konsumen mengonsumsi barang dan jasa baru, yang belum pernah dipakai atau digunakan sebelumnya. Selain itu juga banyak juga dari kalangan mahasiswa yang menggunakan kemudahan penggunaan uang elektronik untuk membeli barang-



barang yang kemudian dijual kembali untuk mendapatkan keuntungan dan sebagai usaha sampingan mahasiswa. Selain itu, perilaku konsumtif juga memiliki aspek negatif. Salah satunya adalah memupuk sifat dan gaya hidup konsumerisme, yang menganggap barang-barang sebagai ukuran kesenangan, kebahagiaan, dan harga diri (prestige) (Saputra & Listyani, 2017). Dengan perilaku konsumtif tersebut maka dapat mendorong mahasiswa tidak hanya membeli barang-barang yang menjadi kebutuhan kuliah. Tetapi, juga untuk membeli barang dan jasa yang sebenarnya belum menjadi kebutuhannya.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik dalam melakukan sebuah penelitian dengan judul penelitian **“Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin ?
2. Apakah literasi keuangan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini, yaitu:



1. Mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
2. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dan pengembangan teoritis bagi kepentingan praktis sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dalam bidang perilaku keuangan dan teknologi finansial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan pada penelitian sejenis di masa yang akan datang yaitu mengenai pengaruh penggunaan uang elektronik dan tingkat literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif individu.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi sarana bagi peneliti sebagai pelatihan dan penerapan dari disiplin ilmu yang diperoleh selama berkuliah serta menambah pengetahuan tentang penerapan pemanfaatan penggunaan uang elektronik dan literasi keuangan agar terhindar dari perilaku konsumtif yang negatif.

b. Bagi Masyarakat

Melalui penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai salah satu acuan objek penelitian pembaca sehingga dapat memahami mengenai pentingnya literasi keuangan juga bijaknya penggunaan uang elektronik



sehingga tidak terjerumus pada perilaku konsumtif yang memicu adanya masalah kesulitan keuangan.

c. Bagi Perusahaan Uang Elektronik

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak perusahaan uang elektronik dalam mengetahui karakteristik penggunaan uang elektronik mahasiswa.

d. Bagi Pemerintah

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada Otoritas Jasa Keuangan sehingga dapat terus meningkatkan literasi keuangan di Indonesia khususnya untuk mahasiswa dengan prigram-program sesuai dan menekan adanya masalah kesulitan keuangan akibat rendahnya literasi kuangan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1.1 Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Pola dari perilaku konsumtif yang dimaksud adalah pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan kecenderungan dikuasai oleh hasrat keduniwian dan kesenangan semata (Kurniawan, 2017). Menurut Lestarina et al., (2021), seseorang yang berperilaku konsumtif hanya membeli sebuah produk tidak berdasar pada alasan tertentu melainkan hanya untuk keinginan. Perilaku konsumtif juga dapat didefinisikan sebagai sifat seorang individu yang mengkonsumsi dan membeli barang maupun jasa secara berlebihan dan tidak wajar. Sehingga dapat dikonklusikan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli produk secara berlebihan dan tidak wajar yang dilakukan untuk memenuhi keinginan yang dikuasai oleh hasrat hanya untuk kesenangan belaka dan bukan untuk kebutuhan.

2.1.1.2 Faktor-Faktor pada Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Fardhani & Izzati (2013), faktor-faktor yang mempengaruhi konsumtif disebabkan oleh 2 unsur, antara lain:

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal artinya pengaruh dari luar yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan konsumsi.



1. Kebudayaan

Dalam perkembangan kehidupan manusia, hal-hal berubah dan berkembang sudah terjadi sejak jaman kuno hingga berbagai perkembangangan yang terjadi. Perubahan yang berpengaruh ini adalah proses perubahan di masyarakat dari hal-hal yang bersifat tradisional ke modern atau disebut dengan modernisasi. Kebudayaan dirincikan sebagai akibat dari daya cipta manusia yang dimulai dari suatu zaman kemudian zaman berikutnya yang secara luar biasa menentukan jenis perilaku dalam kehidupan sebagai warga negara. Menurut Lutfiah et al., (2022), ada sepuluh perspektif dan praktik yang secara tegas dipengaruhi oleh budaya, khususnya perhatian dan ruang, koresponsi dan Bahasa, pakaian dan penampilan, waktu dan keakraban dengan waktu, keluarga, asosiasi dan Lembaga pemerintah, nilai dan standar, keyakinan dan perspektid, siklus mental dan pembelajaran, dan kecenderungan kerja. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa budaya sebagai perilaku yang membawa dirinya dari masa ke masa melakukan pembelian mengikuti perkembangan yang terjadi.

2. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian golongan masyarakat berdasarkan Pendidikan, pekerjaan, kepemilikan harta dan gaya hidup (Prasetya, 2022). Kontraks ke kelas atau lapisan akan menggambarkan kontraks dalam intruksi gaji, tanggung jawab, cara hidup dan lain-lain yang diterima. Perbedaan upah akan mempengaruhi perilaku pemanfaatan individua tau keluarga.

3. Kelompok Referensi



Sebuah kelompok adalah suatu pertemuan yang bermacam-macam dari dua individu atau lebih yang berkomunikasi satu sama lain untuk mencapai tujuan Bersama. Menurut Lutfiah et al., (2022), kelompok referensi atau yang dikenal sebagai semacam perkumpulan perspektif adalah individu atau kumpulan individu yang pada dasarnya mempengaruhi perilaku individu.

4. Keluarga

Menurut Lutfiah et al., (2022) keluarga merupakan lingkungan dimana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi dengan kerabat lainnya. Kerabat akan saling mempengaruhi dalam menentukan pilihan untuk membeli sebuah barang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keluarga merupakan lingkungan terdekat dengan pembeli sehingga sebagian besar keluarga mempengaruhi pembeli dalam memutuskan pembelian yang mereka pilih.

b. Faktor Internal

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati (2013), adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar dan faktor dalam. Faktor dalam antara lain:

1. Motivasi

Motivasi merupakan suatu keinginan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorong untuk membeli sesuatu. Contohnya ketika merasa lapar maka selanjutnya seseorang tersebut mencari makanan untuk menghilangkan rasa lapar tersebut, dorongan inilah yang dikatakan motivasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi muncul dengan



alasan adanya kebutuhan yang dirasakan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

2. Kepribadian

Karakter seseorang tentunya tidak sama dari setiap manusia lainnya, masing-masing memiliki keistimewaan dan sifat yang beragam, selain beragam juga mempunyai kesamaan antara yang satu dengan lainnya. Karakter pembeli sangat penting bagi pemasar karena diidentikkan dengan perilaku pembeli. Perbedaan karakter akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih barang karena pembeli akan memilih barang sesuai dengan karakter mereka.

3. Konsep Diri

Konsep diri adalah persepsi seseorang yang dirasakan mengenai keterampilan, kenikmatan, dan minat. Konsep diri merupakan bagian penting dalam perkembangan pribadi seseorang. Sehingga konsep diri dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang bergantung pada sejauh mana seseorang menyesuaikan untuk dirinya.

4. Proses Belajar

Menurut Lutfiah et al., (2022), siklus Pembelajaran adalah bagian utama dalam latihan pembelajaran yang diselesaikan dengan sengaja atau tidak sengaja dengan alasan bahwa interaksi ini pelanggan memainkan pekerjaan pasar sebagai pembeli yang layak, wajar, dan semangat. Beberapa konsumen yang kecewa akan suatu produk berarti mereka memiliki pengalaman yang buruk dan ada ketidakpuasan dalam produk



tersebut. Sehingga belajar menyinggung perubahan perilaku yang cukup terus menerus yang dibawa oleh pengalaman.

5. Gaya Hidup

Menurut Rahma et al., (2022), gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap banyak sekali hal dan bagaimana menghabiskan uangnya. Gaya hidup merupakan kebutuhan yang bias atau masuk akal pada kehidupan selama membeli itu sama-sama ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang utama atau sama-sama dibutuhkan untuk kebutuhan.

2.1.1.3 Dimensi Perilaku Konsumtif

Terdapat beberapa indikator pada perilaku konsumtif menurut Dewi et al., (2021) yaitu:

- a. Melakukan pembelian suatu produk karena iming-iming hadiah.
- b. Melakukan pembelian suatu produk karena karena kemasan yang menarik.
- c. Melakukan pembelian produk karena ingin menjaga penampilan diri serta gengsi.
- d. Melakukan pembelian suatu produk atas pertimbangan harga.
- e. Melakukan pembelian suatu produk hanya untuk menjaga symbol status.
- f. Melakukan pembelian suatu produk akibat unsur konformitas terhadap model yang melakukan pengiklanan dari produk tersebut.
- g. Adanya penilaian bahwa pembelian sebuah produk dengan harga yang mahal dapat menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
- h. Mencoba lebih dari dua produk yang sama tetapi merek yang berbeda.



2.1.2 Uang Elektronik

2.1.2.1 Definisi Uang Elektronik

Uang Elektronik atau *Electronic Money (e-money)* merupakan sebuah alat pembayaran yang mempunyai beberapa unsur seperti nilai uang disimpan dalam sebuah media seperti *server* atau *chip*, diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit dan nilai uang elektronik diatur oleh penerbit bukan merupakan simpanan (BI, 2020). Menurut penelitian Dewi et al., (2021), *e-money* merupakan sebuah produk dari keuangan digital yang merupakan salah satu alternatif pada pembayaran tunai.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, Bank Indonesia mengklasifikasikan layanan uang elektronik menjadi dua jenis yaitu, *server based* (berbasis server) dan *chip based* (berbasis *chip*). *Server based* merupakan jenis uang elektronik dengan media penyimpanan berupa *server*, sedangkan *chip based* merupakan jenis uang elektronik dengan media penyimpanan berupa *chip*. Menurut Hidranto (2020), uang elektronik berbasis server atau yang sering disebut dengan *e-wallet* terdiri dari OVO, Go-Pay, Link Aja, Dana, Bank Mandiri E-Cash. Sedangkan uang elektronik berbasis *chip* terdiri dari BCA Flazz, BNI Tap Cash, BRI Brizzi, dan Mandiri *e-money*.

2.1.2.2 Manfaat Uang Elektronik

Penggunaan uang elektronik memberikan manfaat positif dalam penggunaannya yakni dapat meningkatkan efisiensi. Bank Indonesia (2020) menyebutkan beberapa manfaat penggunaan elektronik ketika melakukan transaksi, antara lain:

- a. Dilakukan dengan cepat dan mudah.
- b. Tidak memerlukan uang kembalian.



- c. Dapat digunakan untuk transaksi Bersama dengan nilai transaksi yang kecil namun memiliki frekuensi yang tinggi seperti transportasi, parkir, restoran *fast food*, tol, dan lain-lain.

2.1.2.3 Dimensi Uang Elektronik

Terdapat beberapa dimensi pada uang elektronik menurut Dewi et al., (2021). yaitu:

a. Manfaat dan Keuntungan

Indikator manfaat dan keuntungan menjelaskan bahwa dalam penggunaan teknologi informasi didapatkan dari sebuah kepercayaan yang digunakan seorang pengguna elektronik dalam memutuskan untuk menerima teknologi informasi. Persepsi dari manfaat itu sendiri merupakan seberapa besar penggunaan itu dalam memberikan manfaat bagi penggunanya dengan begitu dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

b. Kemudahan dalam Penggunaan

Indikator ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan salah satu pertimbangan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi termasuk uang elektronik. Persepsi kemudahan merupakan indikator yang paling penting karena untuk mengetahui seberapa mudah konsumen dapat menggunakan *e-money* ketika melakukan transaksi.

c. Kepercayaan

Kepercayaan adalah indikator yang sangat dipertimbangkan dalam penggunaan uang elektronik karena uang elektronik termasuk dalam produk



inovasi keuangan yang cukup baru. Maka dari itu, jika pelanggan telah percaya terkait dengan produk yang akan digunakan maka pelanggan akan secara langsung menggunakan produk tersebut.

2.1.3 Literasi Keuangan

2.1.3.1 Definisi Literasi Keuangan

Dewi et al., (2021) mengemukakan bahwa literasi keuangan merupakan proses seorang individu dalam memahami pengetahuan keuangan yang digunakan dalam melakukan keputusan keuangan yang didukung oleh beberapa variabel seperti *awareness*, *skills*, *experience*, dan kemampuan manajemen keuangan secara positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai kapasitas seseorang dalam memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi untuk mencapai kesejahteraan.

Menurut peraturan OJK No 76/POJK.07/2016 pasal 3, literasi keuangan terdiri dari beberapa tujuan didalamnya, yaitu:

- a. Mendorong kualitas pengambilan keputusan keuangan individu.
- b. Membuat sikap dan perilaku individu menjadi lebih baik dalam melakukan pengelolaan keuangan.

Melalui literasi keuangan, diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan dan memilih lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat Indonesia dalam rangka mencapai kesejahteraan.



2.1.3.2 Tingkat Literasi Keuangan

Kemampuan literasi seseorang yang dimiliki oleh setiap individu berada di level yang berbeda-beda. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2013, literasi keuangan penduduk Indonesia terbagi menjadi empat bagian yang berbeda, yaitu:

a. *Well Literate*

Well literate merupakan tingkat tertinggi dari empat tingkatan literasi keuangan. Dedeorang dengan tingkat *well literate* mempunyai wawasan yang baik terhadap produk jasa keuangan termasuk kepada manfaat pengembalian, kewajiban, hak, resiko, juga terhadap fitur yang ditawarkan. Seseorang individu pada tingkat ini juga mempunyai kepercayaan mengenai Lembaga jasa keuangan.

b. *Sufficient Literate*

Sufficient literate merupakan tingkat kedua dimana individu dengan pengetahuan literasi keuangan tingkat ini mempunyai wawasan dan kepercayaan mengenai Lembaga jasa keuangan dan seluruh produk dan jasa keuangan, termasuk kepada manfaat atau pengembalian, resiko, fitur yang diberikan, kewajiban dan hak. Namun individu level *sufficient literate* tidak mempunyai kapabilitas dalam memanfaatkan produk dan jasa keuangan.

c. *Less Literate*

Less literate merupakan tingkatan ketiga setelah *sufficient literate*, dimana individu dengan pengetahuan literasi keuangan ini hanya mempunyai wawasan mengenai produk dan jasa keuangan termasuk lembaga jasa keuangan. Dalam hal ini, individu dengan level literasi keuangan *less literate* tidak mempunyai



kapabilitas dalam memanfaatkan produk dan jasa keuangan, juga tidak mempunyai wawasan terhadap mekanisme pengembalian, resiko, fitur yang diberikan serta kewajiban dan hak seputar produk dan servis keuangan.

d. *Not Literate*

Not literate merupakan tingkatan terakhir dalam literasi keuangan. Individu dengan pengetahuan level ini tidak mempunyai wawasan dan kepercayaan terhadap Lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, juga tidak mempunyai kapabilitas dalam memanfaatkan produk dan jasa keuangan.

2.1.3.3 Dimensi Literasi Keuangan

Menurut Bongomin et al., (2017), literasi keuangan terdiri dari beberapa dimensi didalamnya, yaitu:

1. Pengetahuan (*knowledge*)

Pengetahuan mencakup bagaimana seseorang mempunyai pengetahuan prinsip dalam menabung dan instrument yang akan digunakan dalam menabung.

2. Perilaku (*Behavior*)

Perilaku mencakup bagaimana seseorang melakukan pengelolaan keuangan melalui perilaku dimana dapat menyisihkan uang yang dimilikinya untuk ditabung.

3. Sikap (*Attitude*)

Sikap mencakup bagaimana seseorang mempunyai sikap kesediaan untuk menabung sehingga dapat berdampak untuk hidup pada masa yang akan datang.



4. Kemampuan (*Skills*)

Kemampuan merupakan bagaimana seseorang mempunyai kemampuan dan keterampilan dalam melakukan pengelolaan keuangan melalui perencanaan tabungan.

2.2. Tinjauan Empirik

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang digunakan sebagai referensi/acuan. Penelitian tersebut adalah,

Tabel 2. 1 Tinjauan Empirik

No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Bongomin George Okello Candiya, John C Munene, Ntayi Joseph Mpeera, Malin ga Charles Akol (2017)	Financial Literacy in Emergency Economies	Dependen: Inklusi Keuangan Independen: Komponen Literasi Keuangan	Analisis regresi	Komponen pada literasi keuangan berdampak signifikan dan positif terhadap peningkatan inklusi keuangan adalah <i>attitude</i> . Komponen lainnya seperti <i>behavior</i> , <i>knowledge</i> , dan <i>skills</i> tidak berdampak secara signifikan.
2	Zahra Qurotaa'yun & Astrie	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap	Dependen: Perilaku Konsumtif	Statistik deskriptif dan analisis	Literasi keuangan berpengaruh signifikan negative terhadap



No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Analisis Data	Hasil Penelitian
	Krishnawati (2019)	Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Bandung	Independen: Literasi Keuangan	linier sederhana	perilaku konsumtif yang artinya semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki seseorang tersebut.
3	Dwi Rorin Mauludin Insana & Ria Susanti Johan (2020)	Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen: Penggunaan Uang Elektronik	Analisis deskriptif dan analisis linier berganda	Penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI tetapi memiliki korelasi yang rendah.
4	Dhea Raudyatuz Zahra, Pandji Anoraga (2021)	The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographic	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen: Gaya Hidup,	Statistik deskriptif, tes asumsi klasik, tes validasi dan	Terdapat pengaruh positif dari variabel gaya hidup, literasi keuangan, dan demografi social



No	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Analisis Data	Hasil Penelitian
		son Consumptive Behavior	literasi keuangan, dan social demografi	reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda	terhadap perilaku konsumtif siswa
5	Fariza Alamanda Putri, Theresia Samaria Nauli, Ni Gusti Ayu Putu Meyrasinta, Fathia Luthfia Nur Solihat, Muhammad Naufal Agisya, Handini Jayantika, Sazia Husna, Ukasyah Rianza Aldarizi, I Gede Nyoman Mindra Jaya (2021)	Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pemakaian E-Wallet pada Mahasiswa Jabodetabek	Dependen: Pemakaian E-Wallet Independen: Pandemi Covid-19	Uji statistika non-parametrik yaitu "Uji Tanda"	Pandemi Covid-19 mengakibatkan peningkatan dalam penggunaan e-wallet khususnya pada kalangan mahasiswa daerah Jabodetabek.

2.3 Kerangka Pemikiran

Perilaku konsumtif semakin marak terjadi di kalangan masyarakat salah satunya adalah pada mahasiswa. Mahasiswa merupakan salah satu populasi di Indonesia yang merupakan tonggak perekonomian masyarakat saat ini dan nanti,



maka hal ini tidak boleh terjadi pada generasi penerus untuk menciptakan Indonesia yang sejahterah. Penelitian mengenai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif penting untuk dilakukan dalam rangka menekan faktor yang mungkin akan menumbuhkan perilaku konsumtif pada seseorang. Dalam melakukan pengukuran perilaku konsumtif, Dewi et al., (2021) menjelaskan bahwa terdapat beberapa operasional dimensi yang dapat dijadikan sebagai bahan dasar untuk pengukuran, yaitu:

1. Melakukan pembelian suatu produk karena iming-iming hadiah.
2. Melakukan pembelian suatu produk karena karena kemasan yang menarik.
3. Melakukan pembelian produk karena ingin menjaga penampilan diri serta gengsi.
4. Melakukan pembelian suatu produk atas pertimbangan harga.
5. Melakukan pembelian suatu produk hanya untuk menjaga symbol status.
6. Melakukan pembelian suatu produk akibat unsur konformitas terhadap model yang melakukan pengiklanan dari produk tersebut.
7. Adanya penilaian bahwa pembelian sebuah produk dengan harga yang mahal dapat menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
8. Mencoba lebih dari dua produk yang sama tetapi merek yang berbeda.

2.3.1 Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif

Variabel independen pada penelitian ini sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah penggunaan uang elektronik berupa *e-wallet*. Menurut Bank Indonesia (2020), Uang Elektronik atau *Electronic Money (e-money)* merupakan sebuah alat pembayaran yang mempunyai beberapa unsur seperti nilai uang disimpan dalam sebuah media seperti *server* atau *chip*, diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit dan nilai uang elektronik diatur oleh penerbit bukan merupakan simpanan. Menurut



penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al., (2021), terdapat tiga indikator dalam penggunaan *e-wallet* yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, yaitu: Manfaat dan Keuntungan; Kemudahan Penggunaan; Kepercayaan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al., (2021), penggunaan uang elektronik atau *e-money* memiliki pengaruh langsung secara signifikan positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi penggunaan uang elektronik pada mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dilakukan.

2.3.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Faktor kedua yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah literasi keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan pada peraturan OJK No 76/POJK.07/2016, literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai sebuah keterampilan, pengetahuan, dan keyakinan seseorang yang mampu mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan keuanganyang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan terdiri dari beberapa indikator didalamnya, yaitu (Bongomin, dkk, 2016):

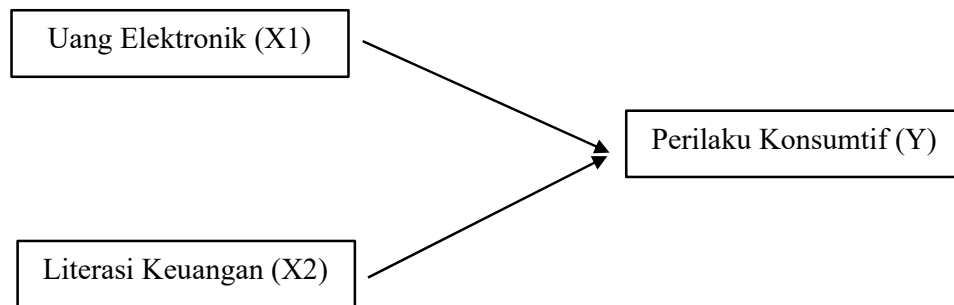
1. *Knowledge*
2. *Behavior*
3. *Attitude*
4. *Skills*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Imawati (2013), terdapat korelasi negatif dan signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif pada remaja. Hal tersebut dapat diartikan bahwa tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh



seseorang dapat berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif yang dimiliki, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki maka tendensi dalam perilaku konsumtif semakin rendah. Pada sisi lain, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zahra & Anoraga (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif namun dengan arah hubungan yang positif dimana semakin tinggi kemampuan literasi yang dimiliki maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang akan dilakukan.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis seberapa berpengaruh penggunaan uang elektronik dan literasi keuangan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Hasanuddin terhadap perilaku konsumtif. Berikut merupakan ilustrasi kerangka penelitian pada penelitian ini.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan adalah jawaban sementara yang diberikan berdasarkan teori yang relevan. Berdasarkan landasan teori diatas maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini, yaitu:



H_{a1} : Penggunaan Uang Elektronik memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.

H_{a2} : Literasi Keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.