

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Indonesia menjadi salah satu negara asia dengan pertumbuhan teknologi digital yang paling cepat. salah satu kegiatan yang dilakukan masyarakat dengan digitalisasi yaitu penjualan barang dan jasa dengan melakukan transaksi jual beli menggunakan sistem pembayaran yang mudah di akses oleh masyarakat. Globalisasi sekarang ini muncul salah satu fenomena dikalangan masyarakat yaitu dompet digital (*e-wallet*). Bank Indonesia, dalam hal ini, bertanggung jawab atas pengembangan *e-wallet* di Indonesia. Pembayaran non-tunai saat bertransaksi di platform digital menjadi lebih mudah dan aman dengan teknologi yang dikenal sebagai *e-wallet* (dewi, 2021).

Menurut Irkham (2020), kepraktisan dan kemudahan yang ditawarkan saat melakukan transaksi pembayaran secara online, membuat masyarakat ketagihan dikarenakan ketika berbelanja online pembeli cukup memilih barang yang diinginkan dan melakukan pembayaran dengan mudah tanpa harus keluar rumah ataupun mengambil uang cash terlebih dahulu untuk melakukan pembayaran. Pengguna dapat menggunakan *e-wallet*, sejenis akun aplikasi yang dilindungi kata sandi, untuk menyimpan dan menggunakan uang untuk setiap transaksi online, seperti membeli sesuatu, membeli makanan, dan membeli tiket pesawat. Hal ini membuat penggunaan dompet digital semakin diminati.

Menurut Utami (2022), menjelaskan data menurut DailySocial.id (2021), penggunaan e-wallet yang banyak digunakan oleh masyarakat yaitu OVO (58,9%), lalu disusul Gopay (58,4%), kemudian *Shoopepay* (56,4%), dan Dana (55,7%). Berdasarkan data tersebut penggunaan transaksi *e-wallet* oleh gen millennial dengan rata-rata transaksi yang dilakukan untuk *top up* mencapai Rp. 140.663 dalam per minggu.

Menurut Pramesti et al (2023), Kebutuhan setiap individu berbeda-beda dan konsumsi adalah bagian dari hidup mereka. Konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang. Mengingat perkembangan teknologi semakin canggih saat ini, ada banyak pemborosan karena *marketplace* dan promosi cashback di berbagai aplikasi. Seringkali seseorang membeli suatu produk karena keinginan mereka tanpa mempertimbangkan manfaat dan kegunaannya, yang membawa mereka menjadi berperilaku konsumtif. Pada umumnya, dikarenakan kebutuhan sehari-hari yang tinggi, masyarakat perkotaan lebih cenderung mengembangkan budaya konsumtif. baik dari kalangan kelas menengah dan atas, yang lebih selektif terhadap produk yang mereka beli. Selain itu, Ide-ide dasar baru akan muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi yang cepat, yang dapat memengaruhi budaya, gaya hidup, dan pola konsumsi seseorang (Irkham, 2020).

Menurut Tini (2022), apabila perilaku konsumtif yang dialami individu terus menerus terjadi akan mengakibatkan kondisi keuangan seseorang menjadi tidak terkontrol. Selain itu, akan menyebabkan pemborosan, dimana individu melakukan pembelian terlalu banyak dan tidak terpakai. Maka diperlukan upaya untuk mengatasi perilaku konsumtif yang dilakukan individu. Faktor lingkungan, seperti

lingkungan pertemanan, yang membuat seseorang ingin tetap berada di lingkungan tersebut dengan menggunakan produk dengan merek yang sama dengan rekan-rekannya dan dorongan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang adalah contoh faktor lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Verplanken & Herabadi, (2001) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah kegiatan membeli sebuah produk tanpa perencanaan sebelumnya dengan tidak rasional dan pembelian tersebut muncul karena adanya dorongan emosional. Perilaku konsumtif ini menghasilkan kepuasan fisik dan psikologis. Hal tersebut terjadi tidak wajar, berlebihan atau bahkan hanya untuk menunjukkan status diri. Menurut Verplanken & Herabadi, (2001) terdapat dua aspek yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif. Kedua aspek tersebut memiliki potensi untuk memicu perilaku konsumtif pada seseorang yang mengalaminya.

Menurut (Haroviz, 2012), Hal ini khususnya ditunjukkan pada generasi milenial. Generasi Y atau bisa juga dikatakan dengan generasi milenial, adalah mereka yang lahir pada tahun 1985-2000, berusia sekitar 24-39 tahun pada saat ini. Disebut generasi milenial karena generasi ini pernah melewati millenium kedua generasi ini lahir bersamaan dengan teknologi, generasi ini juga nyaman dengan keberagaman dan teknologi, salah satunya penggunaan *e-wallet*. Generasi milenial merupakan pengguna *e-wallet* yang dominan di Indonesia, menurut data dari Bank Indonesia mencapai 171,7 juta orang, dan 60% di antaranya adalah generasi milenial.

Utami (2022) adapun hasil riset oleh lembaga jejak pendapat (jakpat) dari 2.496 responden menunjukkan sekitar 68% pengguna *e-wallet* adalah generasi millennial. Generasi Millennial juga di kenal dengan generasi yang konsumtif, hal ini dikarenakan generasi millennial menyukai hal-hal baru, mudah terpengaruh tren dan menyukai pengalaman baru (Bl.go.id). Dalam Priscilla et al (2022), menjelaskan jumlah populasi penggunaan *e-wallet* oleh generasi milenial yang besar ini, membuat generasi milenial menjadi sasaran utama dalam pasar industri teknologi. Perilaku konsumtif yang tinggi dapat menyebabkan beberapa konsekuensi negatif, seperti menjadi lebih mudah terpicat oleh iklan produk, menjadi lebih boros dalam pengeluaran, menjadi ketergantungan pada pembelian produk, dan tidak pernah puas dengan hasil yang telah dicapainya. sehingga, mampu mengendalikan budaya konsumtif yang semakin meningkat sangat penting.

Dalam Lubis (2022), mengatakan permasalahan sikap boros yang diakibatkan karena kurangnya kontrol diri pada individu atas keinginannya. Tidak memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dapat menyebabkan kondisi kesehatan keuangan seseorang menjadi lebih buruk. Perilaku generasi milenial yang tidak teratur ini mengakibatkan dorongan yang spontan dan tidak terencana dalam pembelian suatu produk. Jika perilaku ini dilakukan tanpa pertimbangan yang matang, seseorang akan melakukan apa pun untuk mendapatkan apa yang dia inginkan. Menurut Dewi et al, (2021) secara psikologis, berbelanja dengan dompet digital atau *e-wallet* dapat menyebabkan kecanduan dan ketergantungan. Oleh karena itu, perusahaan yang berafiliasi dengan dompet digital berlomba-lomba untuk

menarik pengguna *e-wallet* mereka dengan tawaran seperti diskon, promosi, dan *cashback*, yang dianggap menggiurkan oleh generasi milenial.

Menurut Irkham (2020), untuk membantu konsumen mempertahankan kebiasaan manajemen mereka yang sudah direncanakan, diperlukan kontrol diri atau self control. Generasi milenial memerlukan kemampuan untuk membatasi nafsu membeli mereka sehingga mereka dapat mengurangi individu berperilaku konsumtif. Penelitian Dewi (2021), menjelaskan Kemampuan seseorang untuk mengontrol perilaku mereka dan bertindak sesuai rencana dikenal sebagai kontrol diri, yang memungkinkan mereka membuat keputusan yang tepat tentang apa yang mereka konsumsi agar tidak menghasilkan sikap konsumtif.

Peneliti melakukan pra survey pada tanggal 6 Desember 2023 dan berdasarkan hasilnya dari 33 responden yang berusia 24-39 tahun menggunakan *e-wallet* 54,5 % atau 22 orang pernah membeli produk hanya untuk mengikuti tren tanpa memikirkan kegunaan barang tersebut dan 54,5 % atau 18 orang membeli suatu produk secara sadar dikarenakan dengan menggunakan *e-wallet* banyak promo yang ditawarkan. Berdasarkan hasil pra survey dengan penyebaran *google form* yang dilakukan oleh peneliti, kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial pengguna *e-wallet* ini perlu diperhatikan, dibuktikan dengan banyaknya generasi milenial pernah membeli produk hanya untuk mengikuti tren dan membeli produk secara sadar dikarenakan promo yang ditawarkan.

Peneliti juga melakukan observasi terhadap lingkungan sekitar peneliti dimana terdapat perilaku konsumtif dan kurangnya kontrol diri pada generasi millennial dalam

penggunaan e-wallet. Disebabkan karena pembelian barang dengan mendapat potongan diskon atau *cashback* yang ditawarkan karena menggunakan aplikasi e-wallet, serta mendapat banyak bonus produk dalam sekali pembelian produk yang ditawarkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irkham (2020), yang meneliti tentang hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *elektronik wallet (e-wallet)*. Didapatkan hasil adanya hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet* di kota Semarang. Berikut studi yang dilakukan oleh Pricilla et al (2022), yang menyelidiki bagaimana keuangan, literasi, uang elektronik, demoralisasi, gaya hidup, dan kontrol diri memengaruhi perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh generasi milenial. Adapun hasilnya menunjukkan bahwa *literacy* keuangan dan kontrol diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif milenial disurabaya. Lalu selanjutnya studi yang dilakukan oleh Hanum et al (2023), yang menyelidiki bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif wanita dewasa di awal pandemi COVID-19 terhadap penggunaan *e-commerce*. Yang menunjukkan hasil adanya efek kontrol diri pada perilaku konsumtif pada wanita dewasa muda pengguna *e-commerce*.

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kontrol diri memengaruhi perilaku konsumtif. penelitian ini tidak dibatasi jenis kelamin dan penelitian ini membahas spesifik mengenai efek kontrol diri pada perilaku konsumtif generasi millennial dengan menggunakan *e-wallet*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif generasi millennial yang menggunakan *e-wallet* ?

## **C. Tujuan Penelitian**

mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif generasi milenial yang menggunakan *e-wallet*.

## **D. Manfaat Penelitian**

### a. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini akan memberikan informasi baru. akan ilmu psikologi, serta dapat dijadikan bahan referensi suatu penelitian selanjutnya kepada peneliti lain yang penelitiannya sejenis terkait dengan efek kontrol diri pada perilaku konsumtif generasi millennial pengguna *e-wallet*.

### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat khususnya pada generasi millennial mengenai efek kontrol diri pada perilaku konsumtif generasi milenial yang menggunakan *e-wallet*.