

BAB I

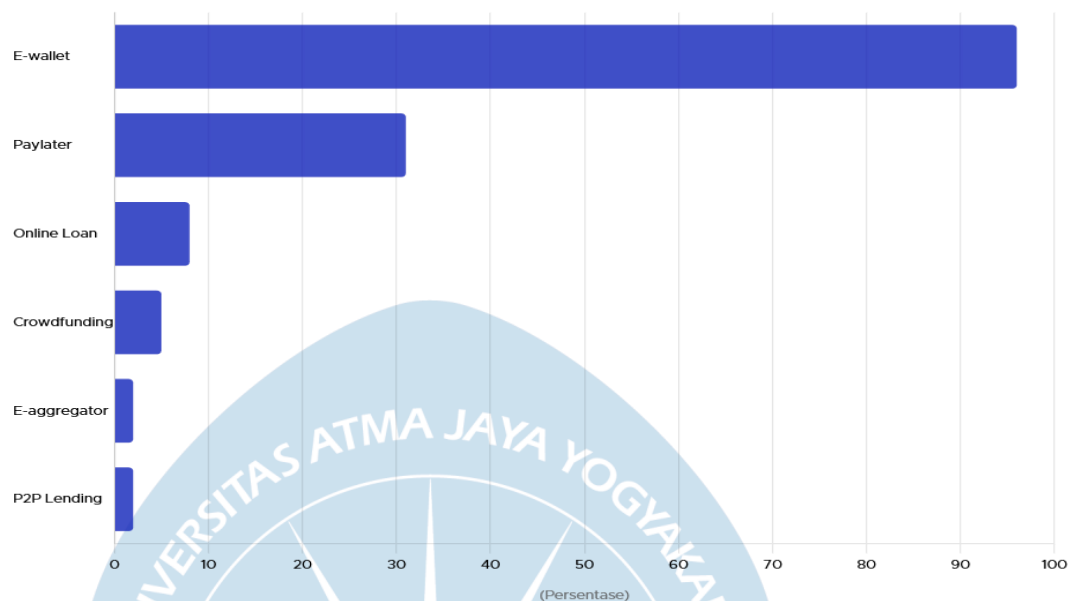
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa. Salah satu fenomena yang berkembang adalah semakin maraknya penggunaan *digital payment* seperti *e-wallet*, kartu kredit, *PayLater*, COD (*Cash on Delivery*), QRIS, dan pembayaran berbasis aplikasi dalam kegiatan berbelanja.

Digital payment merupakan sistem pembayaran yang memanfaatkan teknologi digital dalam melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai secara langsung. Inovasi ini menawarkan berbagai keunggulan, seperti kemudahan transaksi, kecepatan proses pembayaran, keamanan yang ditingkatkan melalui enkripsi data, serta pencatatan keuangan yang lebih rapi dan efisien (Bank Indonesia, 2022).

Di Indonesia, pengguna *digital payment* terus mengalami pertumbuhan seiring dengan meningkatnya penggunaan *smartphone* dan internet. Bank Indonesia (2023), mencatat bahwa nilai transaksi uang elektronik naik sebesar 30,84% dibandingkan tahun sebelumnya (Indonesia.go.id, 2023). Hal ini menunjukkan perubahan perilaku konsumen yang mulai beralih dari metode pembayaran konvensional ke metode pembayaran digital.



Sumber: Jakpat (2024)

Gambar 1

Platform *Fintech* yang Paling Banyak Dimiliki Masyarakat

Pada Gambar 1, kita melihat bahwa *financial technology* atau *finetch* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu produk *fintech* yang paling umum digunakan oleh masyarakat adalah dompet digital (*e-wallet*). Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh JakPat (2024), sebanyak 96% responden menyatakan telah memiliki atau menggunakan layanan *e-wallet*. *Fintech* hadir dengan berbagai inovasi layanan keuangan yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, sehingga semakin banyak masyarakat yang mengadopsinya (JakPat, 2024).

Pada masa pandemi COVID-19 masyarakat dipaksa mengurangi transaksi tunai untuk menghindari kontak fisik, sehingga pembayaran digital menjadi lebih

umum digunakan (Astari et al. 2024). Selain itu, ketidakpastian yang disebabkan oleh pandemi memicu kecemasan sehingga mendorong masyarakat melakukan perilaku *unplanned buying*. Masyarakat merasa perlu mengamankan kebutuhan mereka untuk mengurangi rasa takut terhadap kelangkaan barang. Banyak masyarakat yang membeli masker, pembersih tangan, dan bahan pokok dalam jumlah besar untuk meredakan kecemasan akan paparan virus COVID-19 (Irdiana et al. 2021).

Menurut Bil & Gokce, (2022) *unplanned buying* sering sekali terjadi ketika konsumen berbelanja dengan tujuan tertentu, namun akhirnya membeli barang yang awalnya tidak ada dalam daftar belanja mereka. Dalam konteks digital, *unplanned buying* sering kali terjadi akibat kemudahan akses ke platform *e-commerce* dan pembayaran digital, yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa hanya dengan beberapa klik. *Unlpanned buying* juga dikenal sebagai *impulse buying*. *Impulse buying* terjadi ketika seorang individu mengalami dorongan yang muncul secara tiba-tiba tanpa melalui proses pertimbangan yang matang dan rasional (Wang et al. 2022). *Impulse buying* adalah istilah bahasa Inggris berarti belanja impulsif. Biasanya, kebiasaan ini muncul ketika diri dirangsang oleh sesuatu yang menarik, misalnya seperti diskon atau promo sehingga membuat diri menjadi tertarik membeli, karena merasa kesempatan tersebut tidak akan bisa didapatkan di kemudian hari. Faktanya, belanja impulsif membawa dampak negatif bagi pelakunya. Karena kebiasaan ini cenderung membeli produk sesuai keinginan bukan berdasar kebutuhan, maka hal tersebut dapat mengakibatkan pemborosan.

Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi muda yang sangat dekat dengan teknologi, sering menjadi target pasar utama dalam industri *digital payment* ini. Mereka cenderung memiliki mobilitas tinggi dan kenyamanan. Di sisi lain, metode pembayaran digital seperti *e-wallet*, OVO, GoPay, ShopeePay dan lainnya memberikan kemudahan transaksi yang dapat meningkatkan frekuensi pembelian. Namun, perilaku konsumsi yang tidak terkendali akibat pembelian tidak berencana ini dapat berdampak pada pola pengeluaran mereka, yang bisa mempengaruhi kestabilan keuangan pribadi. Bagi mahasiswa yang sebagian besar mungkin masih bergantung pada uang saku atau pendapatan terbatas, perilaku ini dapat mengakibatkan dampak negatif pada stabilitas keuangan mereka.

Studi kasus pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta ini menjadi relevan karena mereka berada di kota yang memiliki akses luas terhadap teknologi digital dan layanan pembayaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *digital payment* mempengaruhi kecenderungan pada *unplanned buying* terhadap mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pemahaman terhadap hubungan ini penting untuk memberikan wawasan mengenai dampak ekonomi digital pada perilaku konsumsi kelompok usia muda, serta untuk membantu mahasiswa dalam mengelola pengeluaran mereka agar lebih terencana dan bijak di tengah arus transformasi digital. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *unplanned buying* dan dampaknya terhadap keuangan mahasiswa, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan keuangan pribadi dan edukasi mengenai keuangan di kalangan

mahasiswa, sehingga mereka dapat lebih sadar akan dampak dari kemudahan teknologi terhadap kondisi finansial pribadi mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jabarkan, masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan tingkat *unplanned buying* antara konsumen yang menggunakan *digital payment* dan yang tidak menggunakan *digital payment*?
2. Apakah terdapat perbedaan tingkat *unplanned buying* antara konsumen yang memiliki pemasukan tambahan dan yang tidak memiliki pemasukan tambahan?
3. Apakah terdapat perbedaan tingkat *unplanned buying* antara konsumen berdasarkan program studi mereka?
4. Apakah terdapat perbedaan tingkat *unplanned buying* antara konsumen berdasarkan jenis kelamin?
5. Apakah terdapat perbedaan tingkat *unplanned buying* antara konsumen berdasarkan angkatan tahun masuk kuliah mereka?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab dan mengetahui terkait :

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan tingkat *unplanned buying* antara konsumen yang menggunakan *digital payment* dan yang tidak menggunakan *digital payment*?
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan tingkat *unplanned buying* antara

konsumen yang memiliki pemasukan tambahan dan yang tidak memiliki pemasukan tambahan?

3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan tingkat *unplanned buying* antara konsumen berdasarkan program studi mereka?
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan tingkat *unplanned buying* perbedaan tingkat *unplanned buying* antara konsumen berdasarkan jenis kelamin?
5. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan tingkat *unplanned buying* angkatan tahun masuk kuliah mereka?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menambah gagasan teoritis terkait pengaruh pembayaran digital terhadap *unplanned buying* di era digital, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi digital, khususnya terkait perilaku konsumsi dan penggunaan pembayaran digital.

1.5 Sistematika Penulisan

Struktur penulisan ini disusun untuk memudahkan penulis dan pembaca dalam memahami tujuan dari penelitian ini. Dengan adanya format yang jelas, baik penulis maupun pembaca dapat mengikuti alur pemikiran serta informasi yang disampaikan dengan lebih teratur dan mudah dipahami. Penelitian ini dibagi menjadi lima bab, di

mana setiap bab terdiri dari sub-bab yang lebih terperinci. Pembagian ini bertujuan untuk mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema yang relevan, sehingga mempermudah penjelasan dan pemahaman setiap aspek dari penelitian. Berikut adalah rincian struktur penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Sistematika penulisan dalam bab pertama berfungsi untuk memfasilitasi pemahaman yang lebih baik bagi penulis dan pembaca mengenai tujuan dan isi dari penelitian ini. Bab ini berisi latar belakang yang menjelaskan pentingnya topik yang diteliti, yaitu pengaruh *digital payment* terhadap perilaku *unplanned buying* dan pola pengeluaran mahasiswa. Bab ini juga mencakup perumusan masalah yang menjadi fokus penelitian, tujuan yang ingin dicapai, manfaat teoritis dan praktis yang diharapkan, lingkup penelitian yang membatasi cakupan studi, serta sistematika penulisan secara keseluruhan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua menyajikan berbagai teori yang relevan dengan penelitian ini, seperti teori perilaku konsumen, konsep *unplanned buying*, dan penggunaan pembayaran digital dalam konteks ekonomi digital. Bab ini juga memaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung studi ini serta kerangka pemikiran yang menjadi dasar dalam menyusun hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini mencakup populasi dan sampel yang menjadi objek penelitian, teknik pengumpulan data melalui kuesioner, serta instrumen penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan mengaitkan hasil penelitian dengan teori yang relevan, serta memberikan interpretasi terhadap temuan yang diperoleh, termasuk dampaknya terhadap pola konsumsi dan pengelolaan keuangan mahasiswa.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menyajikan ringkasan dari hasil penelitian yang menjawab tujuan dan perumusan masalah yang telah diajukan. Bab ini juga memberikan saran yang dapat menjadi rekomendasi bagi mahasiswa, institusi pendidikan, pemerintah, dan pelaku industri *digital payment* dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.