

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dalam beberapa dekade terakhir memang telah banyak berdampak dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Penggunaan *e-money* berbasis aplikasi adalah salah satu inovasi penting yang menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Hal ini membuat *e-money* semakin populer, terutama di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa (Sriati Mengga et al., 2023). Adapun aplikasi *E-money* yang dimaksud yaitu Shopeepay, Gopay, OVO, Dana dan Link Aja. Seiring dengan adopsi *e-money* oleh mahasiswa, terutama mahasiswa akuntansi yang memiliki latar belakang pendidikan keuangan, kemudahan bertransaksi ini juga memunculkan potensi perubahan dalam perilaku konsumsi mereka.

Perilaku konsumtif dapat berdampak buruk bagi seseorang yang memiliki kecenderungan untuk berfoya-foya, nongkrong, bepergian, dan berbelanja online yang mana dianggap sebagai salah satu alasan mengapa orang berjuang untuk mempertahankan kontrol diri atas keinginan mereka untuk membelanjakan uang. Dari perspektif psikologis, perilaku konsumtif bisa memunculkan perasaan cemas dan tidak aman karena individu merasa terus-menerus perlu membeli barang yang diinginkan, namun tidak memiliki dukungan finansial yang memadai untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sehingga menyebabkan ketidakpuasan dan kecemasan (Luas et al., 2023).

**Tabel 1. 1** Tingkat Konsumsi Masyarakat Indonesia

**Sumber:** Badan Pusat Statistik Indonesia

Grafik tingkat konsumsi masyarakat dari tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2021, konsumsi masyarakat berada pada angka 2, yang merupakan titik terendah dalam tiga tahun tersebut. Peningkatan terjadi pada tahun 2022 dengan angka 4, menandakan adanya pemulihan ekonomi akibat pelonggaran kebijakan pembatasan sosial pasca-pandemi. Tren ini berlanjut hingga tahun 2023, di mana konsumsi masyarakat mencapai angka 5, menunjukkan perbaikan daya beli dan aktivitas ekonomi yang semakin membaik. Kenaikan tersebut mencerminkan potensi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keuangan di kalangan masyarakat.

**Tabel 1. 2** Tingkat Konsumsi Masyarakat Indonesia ( Kota Batam )

<b>Kategori Konsumsi</b>	<b>Tingkat Konsumsi (Rata-rata per Bulan)</b>	<b>Tingkat Konsumsi Kota Batam (Rata-rata per Bulan)</b>
Makanan dan Minuman	Rp 1.500.000	Rp 1.800.000
Pakaian dan Aksesoris	Rp 500.000	Rp 600.000
Hiburan	Rp 700.000	Rp 900.000
Transportasi	Rp 300.000	Rp 400.000
Belanja Online	Rp 800.000	Rp 1.000.000
Tabungan	Rp 400.000	Rp 300.000

**Sumber:** Diadaptasi dari data konsumsi masyarakat Indonesia (2022) dan survei tingkat konsumsi masyarakat Kota Batam (2023).

Berdasarkan data tingkat konsumsi, masyarakat di Kota Batam menunjukkan pola pengeluaran yang lebih tinggi dibanding rata-rata nasional di berbagai kategori. Pengeluaran untuk makanan dan minuman di Kota Batam mencapai Rp 1.800.000 per bulan, lebih besar dibandingkan rata-rata nasional yang hanya sebesar Rp 1.500.000. Hal serupa juga terlihat dalam kategori pakaian dan aksesoris, di mana konsumsi di Batam mencapai Rp 600.000 per bulan, lebih besar daripada rata-rata nasional yang berada di angka Rp 500.000. Pengeluaran untuk hiburan dan transportasi di Batam juga mengalami peningkatan, yaitu sebesar Rp 900.000 untuk hiburan dan Rp 400.000 untuk transportasi, dibandingkan dengan rata-rata nasional yang hanya Rp 700.000 dan Rp 300.000. Tren konsumsi online di Batam juga lebih tinggi, dengan belanja online mencapai Rp 1.000.000 per bulan, sedangkan rata-rata nasional hanya Rp 800.000. Namun, tingkat tabungan masyarakat di Kota Batam justru di bawah rata-rata nasional, yakni Rp 300.000 per bulan, sementara rata-rata nasional sebesar Rp 400.000, yang mengindikasikan bahwa meskipun konsumsi meningkat, pengelolaan keuangan di Batam mungkin kurang optimal. Peningkatan konsumsi ini menunjukkan perlunya pemahaman

lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang membuat konsumtifnya mahasiswa akuntansi, terutama terkait penggunaan *e-money*, literasi keuangan serta gaya hidup mereka.

Penggunaan *E-money* adalah faktor pertama yang mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif. Sebagai hasil dari kemajuan teknologi saat ini, *e-money* adalah metode pembayaran non-tunai berbasis digital (Dwi Ambarsari & Asandimitra, 2023). Organisasi yang bertugas memantau peraturan perundang-undangan terkait uang elektronik adalah Bank Indonesia. Uang elektronik disimpan dalam media khusus dimana dananya disetorkan kepada penerbitnya dan kemudian disimpan dalam suatu chip atau server yang digunakan untuk bertransaksi, sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik. (Dewi dkk, 2021).

Mahasiswa akuntansi sering menjadi kelompok pertama yang memanfaatkan teknologi keuangan seperti *e-money* untuk berbagai keperluan, termasuk pembayaran kuliah, pembelian buku, hingga kebutuhan sehari-hari. Kemudahan akses yang ditawarkan *e-money*, mulai dari hanya memerlukan aplikasi di ponsel hingga cepatnya proses transaksi, membuat banyak mahasiswa merasa lebih praktis menggunakan *e-money* dibandingkan metode pembayaran konvensional (Sriati Mengga et al., 2023). Namun, di sisi lain, menurut penelitian Sriati Mengga, Batara, & Rimpung (2023), kemudahan ini bisa menimbulkan perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan untuk berbelanja tanpa memikirkan prioritas antara kebutuhan dan keinginan.

Jumlah masyarakat yang menggunakan uang elektronik terus meningkat setiap tahunnya, menurut Bank Indonesia (BI). Setiap tahun, transaksi dan nominal transaksi meningkat seiring dengan pertumbuhan pengguna uang elektronik. Jumlah transaksi uang elektronik masyarakat Indonesia setiap tahunnya ditampilkan pada data berikut.

**Tabel 1. 3** Tingkat Penggunaan E-money

Periode	Volume (transaksi)	Jumlah (juta)
2020	4.625.703.561	Rp 204.909.170
2021	5.450.402.276	Rp 305.435.828.86
2022	9.381.553.761	Rp 554.336.898,86
2023	5.600.020.324	Rp 331.377.768,67

**Sumber:** Bank Indonesia, 2023

Data di atas menunjukkan volume transaksi dan nominal nilai transaksi (dalam juta rupiah) dari tahun 2020 hingga 2023. Penggunaan *e-money* di Indonesia menunjukkan tren yang fluktuatif yang sejalan dengan dinamika sosial dan ekonomi negara. Pada tahun 2020, penggunaan *e-money* relatif rendah dengan volume transaksi mencapai 4,6 dan nominal Rp 204,9 juta, akibat dampak pandemi COVID-19 yang membatasi aktivitas ekonomi, meskipun ada peningkatan pada sektor *e-commerce* dan layanan digital. Pada tahun 2021, dengan pelonggaran pembatasan sosial dan dimulainya program vaksinasi, volume transaksi meningkat menjadi 5,4 dengan nominal Rp 305,4 juta, mencerminkan pemulihan ekonomi bertahap dan adopsi teknologi yang lebih luas. Tahun 2022 mencatat lonjakan signifikan dengan volume transaksi mencapai 9,3 dan nominal Rp 554,3 juta, didorong oleh pertumbuhan ekonomi pasca-pandemi, meningkatnya konsumsi

masyarakat, serta penyelenggaraan berbagai acara nasional dan internasional. Namun, pada tahun 2023, meskipun volume transaksi tetap tinggi di angka 5,6 nominal transaksi turun menjadi Rp 331,3 juta, yang disebabkan oleh tekanan inflasi, penyesuaian pola konsumsi masyarakat, dan stabilisasi ekonomi setelah lonjakan besar di tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial, ekonomi, dan kebijakan.

Mahasiswa dapat menggunakan aplikasi *e-money* tanpa rasa ragu sehingga mahasiswa yang menggunakannya secara berlebihan dapat mendorong perilaku boros (Bilal Abdillah Rasyid & Fahrullah, 2022). Penelitian oleh Dewi *et al.* (2021), Insana & Johan (2021), Oktarina & Iskandar (2023) mengatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh penggunaan *e-money*. Sementara itu, dalam penelitian Sriati Mengga *et al.* (2023) dan Nurjanah *et al.* (2024) tidak berdampak pada kebiasaan konsumsi pelajar.

Literasi keuangan dinilai menjadi faktor kedua yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam hal mengendalikan perilaku keuangan pribadi, literasi keuangan sangatlah penting. Menurut Sriati Mengga *et al.* (2023), literasi keuangan mencakup informasi, kemampuan, dan pola pikir yang memberdayakan masyarakat untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana dan bertanggung jawab. Mahasiswa yang mempunyai literasi keuangan baik diharapkan mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan lebih efektif, meskipun memiliki akses mudah ke *E-money*.

Perilaku konsumtif ini diakibatkan oleh rendahnya tingkat literasi keuangan mahasiswa. Literasi keuangan yaitu bagaimana seseorang memahami pengelolaan

keuangan yang meliputi penyusunan anggaran, menabung, serta berinvestasi. Banyak mahasiswa akuntansi yang meskipun seharusnya memiliki pengetahuan lebih baik tentang pengelolaan keuangan, tetapi kenyataannya masih terjebak dalam kebiasaan konsumtif akibat pemahaman yang minim (Luas et al., 2023). Hal ini sering kali menyebabkan pengeluaran yang tidak terkontrol dan berdampak pada ketidakmampuan mereka untuk mengelola keuangan dengan baik.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah melakukan kajian literasi keuangan nasional pada tahun 2023, dan meskipun telah tumbuh dari 38,03% pada tahun 2019 menjadi 50,19% pada tahun 2023, namun tingkat literasi keuangan di Indonesia masih rendah. Meski begitu, masih terdapat permasalahan pada stabilitas dan literasi keuangan Indonesia.

**Tabel 1.4** Tingkat Literasi Keuangan



**Sumber:** Otoritas Jasa Keuangan, 2023

Berdasarkan data yang menunjukkan tren peningkatan literasi keuangan di Indonesia dari tahun 2013 hingga 2023, terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi kondisi tersebut. Pada tahun 2013, tingkat literasi keuangan rendah karena keterbatasan akses informasi keuangan serta kurangnya program edukasi

keuangan yang terstruktur. Namun, peningkatan mulai terlihat pada tahun 2016, seiring dengan upaya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang meluncurkan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) guna meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pengelolaan keuangan. Pada tahun 2019, literasi keuangan semakin membaik akibat penetrasi teknologi, terutama perkembangan fintech yang memberikan kemudahan akses terhadap layanan keuangan, serta kampanye intensif dari lembaga keuangan dan pemerintah melalui berbagai media. Puncaknya pada tahun 2023, tingkat literasi keuangan mencapai angka tertinggi, didorong oleh perkembangan teknologi digital, seperti aplikasi investasi dan perbankan online, yang semakin memasyarakat, serta upaya masif dari pemerintah dan sektor swasta untuk memberikan edukasi keuangan sebagai respons terhadap kebutuhan adaptasi masyarakat dalam ekosistem keuangan digital yang terus berkembang. Keterlibatan media sosial dalam menyebarkan informasi keuangan juga berkontribusi besar terhadap peningkatan ini.

**Tabel 1. 4** Tingkat Literasi Keuangan Kota Batam

Kategori Literasi Keuangan	Persentase (%)
Pemahaman tentang anggaran	75%
Pengetahuan tentang Tabungan	70%
Pengenalan investasi	65%
Manajemen utang	60%
Pemahaman risiko keuangan	68%

**Sumber:** Otoritas Jasa Keuangan, 2023

Berdasarkan data tingkat literasi keuangan di Kota Batam, pemahaman tentang anggaran mencapai 75%, yang dapat dikaitkan dengan program sosialisasi

OJK dan partisipasi aktif universitas-universitas lokal yang mengirimkan mahasiswa untuk mengikuti pelatihan keuangan. Pengetahuan tentang tabungan sebesar 70% disebabkan oleh edukasi perbankan yang dilakukan oleh bank lokal melalui seminar dan program inklusi keuangan, yang juga menyoar kalangan mahasiswa. Pengenalan investasi sebesar 65% didorong oleh kegiatan edukasi investasi, seperti pelatihan pasar modal dan *fintech*, yang sering melibatkan mahasiswa sebagai peserta utama. Manajemen utang, yang mencapai 60%, menunjukkan hasil dari kampanye pengelolaan utang pribadi yang mulai diperkenalkan di komunitas lokal dan lingkungan kampus. Sementara itu, pemahaman risiko keuangan sebesar 68% disebabkan oleh lokakarya keuangan yang menekankan pentingnya memahami risiko investasi dan pengelolaan dana, di mana mahasiswa menjadi sasaran utama untuk meningkatkan kesadaran finansial mereka. Tingginya tingkat literasi ini mencerminkan keberhasilan kolaborasi antara OJK, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal di Batam.

Seseorang yang mengerti keuangan tidak akan menjadi orang yang konsumtif. Hal ini merupakan hasil dari pemahamannya akan prinsip-prinsip keuangan, yang memungkinkannya untuk mengelola keuangannya secara efektif. Menurut beberapa penelitian, perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan diantaranya Rahmat (2020), (Suparno et al., 2022). Selain itu, beberapa penelitian seperti yang dilakukan Sriati Mengga et al (2023), Nurjanah et al (2024), dan Ngampus et al (2023), berpendapat bahwa literasi keuangan tidak banyak berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

Gaya hidup dianggap sebagai faktor ketiga yang berdampak pada perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang juga bisa dikatakan berupa semua tindakan dalam interaksi seseorang dengan lingkungannya. Gaya hidup juga bisa mengalami perubahan, terutama bagi mahasiswa yang memiliki kecenderungan untuk mengalami perubahan baik karena lingkungan maupun keinginan. Siswa menggunakan teman sebayanya sebagai contoh untuk menunjukkan bahwa mereka mengikuti tren saat ini, dan mereka cenderung mengalami perubahan pada usia mereka yang tidak disebabkan oleh perubahan kebutuhan mereka (Haq et al., 2023). Didukung oleh (Dwi Ambarsari & Asandimitra, 2023) mengungkapkan bahwa apabila hubungan dengan teman sebaya semakin erat, maka teman sebaya memiliki pengaruh yang semakin besar dalam pengambilan keputusan di kehidupannya, salah satunya keputusan mengenai apa yang akan dibeli.

Selain rendahnya literasi keuangan, gaya hidup yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial di mana tekanan teman sebaya bisa menjadi orang yang membuat mahasiswa untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Mahasiswa cenderung mengikuti tren atau pola konsumsi yang berlaku di sekitarnya, yang membuat mereka merasa perlu membeli barang-barang untuk menunjukkan status sosial. Hal ini juga dipertegas dalam sebuah penelitian bahwa mahasiswa cenderung membeli sesuatu yang belum tentu diperlukan hanya untuk memenuhi keinginan untuk menyesuaikan diri dengan tren gaya hidup (Sriati Mengga et al., 2023). Meskipun mahasiswa akuntansi diharapkan lebih memahami cara mengelola keuangan, perilaku konsumtif tetap menjadi isu yang perlu diperhatikan. Konsumsi

masyarakat, khususnya pelajar, mengalami peningkatan di Indonesia, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) (Badan Pusat Statistik, 2023).

Penelitian dari Indriyani, Saparuddin, & Wiralaga (2022), Khaidarsyah. & Haruna (2021), Firdaus & Pusposari (2022), Sutisna & Purnamasari (2021), kebiasaan konsumsi mahasiswa secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh gaya hidup. Gaya hidup berdampak pada perilaku konsumtif. Sementara itu, dalam penelitian Funky et al., (2021), Sudiro & Asandimitra (2022) menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Fenomena masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Kota Batam akibat penggunaan e-money, tingkat literasi keuangan yang bervariasi, dan gaya hidup yang semakin modern dan konsumtif. Teknologi e-money memberikan kemudahan transaksi yang dapat meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif tanpa mempertimbangkan anggaran dan kebutuhan. Di sisi lain, literasi keuangan yang rendah membuat mahasiswa kurang mampu mengelola pengeluaran mereka secara bijak, sehingga mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Selain itu, tekanan sosial dan pengaruh gaya hidup dari lingkungan pertemanan juga berperan dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa yang cenderung lebih boros.

Gap penelitian dalam studi ini terletak pada beberapa aspek. Pertama, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya berfokus pada satu faktor penyebab perilaku konsumtif, seperti penggunaan e-money atau literasi keuangan, tanpa mempertimbangkan interaksi antara ketiga variabel, yaitu e-money, literasi

keuangan, dan gaya hidup. Kedua, penelitian terkait sering kali dilakukan di kota-kota besar secara umum tanpa mempertimbangkan karakteristik unik mahasiswa di Kota Batam sebagai kota industri yang memiliki pola konsumsi berbeda. Ketiga, masih sedikit penelitian yang membahas bagaimana literasi keuangan dapat bertindak sebagai faktor penghambat dari dampak negatif e-money terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi hubungan kompleks antara e-money, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Kota Batam.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Adanya kecenderungan mahasiswa untuk menghabiskan lebih banyak uang karena kemudahan akses ke *e-money*
2. Kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya pengelolaan anggaran dan tabungan, yang mengarah pada keputusan keuangan yang tidak bijaksana.
3. Gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh teman sebaya dan lingkungan sosial menyebabkan mahasiswa lebih mudah terjebak dalam pola belanja yang tidak sehat.
4. Mahasiswa cenderung mengikuti tren dan kebiasaan konsumsi yang tidak mempertimbangkan kemampuan finansial mereka.

## **1.3 Batasan Masalah**

1. Variabel independen penelitian ini yaitu Penggunaan *E-money* (X1), Literasi Keuangan (X2), Gaya Hidup (X3).
2. Perilaku Konsumtif (Y) menjadi variabel dependen dalam penelitian ini.

3. Objek penelitian: Mahasiswa akuntansi di Kota Batam, yang terdiri dari mahasiswa dari Universitas Batam, Universitas Internasional Batam (UIB), Universitas Ibnu Sina, Universitas Universal, dan Universitas Riau Kepulauan.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

1. Apa dampak penggunaan *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam?
2. Bagaimana dampak Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam?
3. Bagaimana pengaruh Gaya hidup Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam terhadap Perilaku Konsumtif?
4. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan *E-money* Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam terhadap Perilaku Konsumtif?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengevaluasi dan menilai bagaimana perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Kota Batam dipengaruhi oleh penggunaan *e-money*.
2. Untuk menilai dan mengkaji bagaimana perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Kota Batam dipengaruhi oleh Literasi Keuangan.
3. Untuk mengkaji dan menilai bagaimana gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Kota Batam.
4. Untuk menguji dan menilai dampak gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Berikut manfaat teoritis dalam penelitian ini:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diyakini akan memberikan manfaat dan memperdalam pemahaman mengenai perilaku konsumen serta unsur-unsur yang mempengaruhinya, khususnya penggunaan *e-money*, literasi keuangan, dan gaya hidup.
2. Bagi Pembaca, diharapkan kepada pembaca agar penelitian ini berguna untuk penelitian selanjutnya mengenai kebiasaan pembelian mahasiswa akuntansi serta bagi para peneliti yang bekerja di bidang terkait.
3. Bagi mahasiswa sebagai objek penelitian: Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya literasi keuangan, dampak penggunaan *e-money*, dan gaya hidup yang sehat. Dengan demikian, mahasiswa dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan konsumsi yang lebih cermat, serta meningkatkan kesadaran akan pengelolaan keuangan pribadi.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti, secara teoritis, peneliti dapat memahami beberapa elemen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa akuntansi.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini secara hipotetis dapat menjadi referensi atau perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dengan subjek yang sama.