

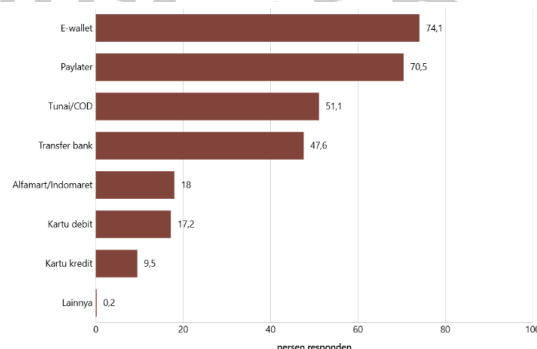
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola konsumsi masyarakat. Kemajuan teknologi dan digitalisasi yang terjadi di era industri 4.0 telah memberikan kemudahan bagi individu dalam mengakses berbagai produk dan layanan secara online. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada pola konsumsi masyarakat secara umum, tetapi juga pada kalangan pelaku UMKM yang sangat akrab dengan teknologi digital. Perubahan gaya hidup yang semakin dinamis serta kemudahan akses terhadap berbagai barang dan jasa melalui internet telah mendorong munculnya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat (Putri & Indriastuti, 2025).

Teknologi digital mampu membuat bidang keuangan menjadi lebih mudah dan praktis yang saat ini dinamakan dengan sebutan teknologi finansial atau *financial technology (fintech)* (Pratama & Abidin, 2022). Dengan hadirnya *fintech* memberikan kemudahan dalam bertransaksi hanya dengan menggunakan smartphone yang kita miliki dimana dan kapan saja. Melalui smartphone tersebut, transaksi dapat terjadi dengan adanya produk yang diciptakan oleh *fintech* itu sendiri, yaitu dompet digital atau dompet elektronik yang sering disebut *electronic wallet (e-wallet)* (Sari & Manjaleni, 2025). Dompet digital merupakan sebuah aplikasi yang bisa kita unduh melalui smartphone. Pada dasarnya, fungsi dari dompet digital dan dompet konvensional sama yaitu menyimpan uang dan melakukan transaksi. Namun perbedaannya, dompet digital dilakukan secara *online* dengan menggunakan internet, sedangkan dompet konvensional dilakukan secara *offline* dengan bertatap muka secara langsung dengan penjual (R. A. Manurung, 2023).

E-Wallet juga dikenal sebagai dompet digital elektronik, merupakan sistem pembayaran digital yang populer di Indonesia. Aplikasi elektronik ini memiliki fitur penyimpanan dan opsi pembayaran yang membuatnya lebih mudah untuk bertransaksi. Misalnya, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, atau berlangganan layanan tertentu.



Gambar 1.1 Daftar Metode Pembayaran di Indonesia Tahun 2024

Sumber : Databoks Kadata (2024)

Berdasarkan data persentase yang dilaporkan oleh (Muhammad, 2024) yang dilansir dari halaman web Kredivo bersama Kadata Insight Center (KIC) diatas, salah satunya *e-wallet*

merupakan metode pembayaran yang paling banyak dipergunakan di Indonesia pada tahun 2024 sebesar 74,1%, kemudian *paylater* di urutan kedua sebesar 70,5%, transaksi tunai *cash on delivery (cod)* juga masih banyak dipergunakan, namun transfer bank sebesar 47,6%, lalu Alfamart atau Indomart sebesar 18%, kartu debit sebesar 17,2%, kartu kredit sebesar 9,5% dan metode pembayaran lainnya sebesar 0,2%.

Disamping itu, jumlah penggunaan *e-wallet* yang merupakan pembayaran paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2024. Beberapa faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah banyaknya promo-promo yang menarik yang ditawarkan oleh *e-wallet*, pelayanan yang baik dan kemudahan dalam menggunakannya sehingga banyak masyarakat untuk memilih menggunakan *e-wallet*. Kehadiran *e-wallet* dapat memudahkan dalam bertransaksi (Ghozali, 2023). Kemudahan yang diperoleh dengan menggunakan *e-wallet* adalah kita bisa melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja secara *online*. Untuk bertransaksi secara *offline*, pengguna hanya perlu untuk melakukan scanning terhadap kode yang telah disediakan oleh penjual. Dari hal tersebut kita bisa merasakan manfaat yang ditimbulkan dari bertransaksi dengan menggunakan *e-wallet* (Lystia et al., 2022).

Perkembangan teknologi keuangan digital di Kabupaten Bondowoso mengalami peningkatan yang pesat, terutama dengan semakin meluasnya penggunaan *e-wallet* sebagai metode pembayaran utama di kalangan pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Bondowoso telah mengadopsi *digital payment* seperti OVO, QRIS, DANA, Gopay, dan ShopeePay karena kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan. Transaksi bisnis menjadi lebih efisien dan dapat dilakukan kapan saja serta di mana saja, sehingga memperluas jangkauan pasar UMKM dan meningkatkan daya saing mereka (Gustantio et al., 2024).

Tingkat konsumtif seseorang bergantung pada pola pembelian dan penggunaan barang atau jasa, dimana konsumsi dapat didasarkan pada kebutuhan atau sekadar keinginan. Menurut (Sustiyo & Hidayat, 2020), jika seseorang membeli suatu produk hanya karena dorongan keinginan tanpa mempertimbangkan kebutuhan, maka hal tersebut dikategorikan sebagai perilaku konsumtif. Dengan semakin mudahnya akses terhadap berbagai produk dan layanan digital, membuat masyarakat menjadi lebih rentan terhadap pola konsumsi yang tidak terkontrol (Irianti Asisi, 2020). Terlebih lagi dengan hadirnya *e-wallet* telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi, terutama karena pengguna tidak perlu melihat uang fisik yang dikeluarkan. Hal ini membuat masyarakat cenderung tidak menyadari bahwa jumlah uang yang telah dibelanjakan, sehingga membuat masyarakat lebih mudah mengeluarkan uang tanpa perhitungan yang matang. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Marlina et al., 2020), yang menegaskan bahwa individu yang tidak membawa uang tunai cenderung berbelanja lebih banyak, karena *e-wallet* menawarkan kenyamanan dalam bertransaksi dan mengurangi kesadaran akan jumlah pengeluaran. Kemudahan ini dapat mendorong seseorang untuk memiliki perilaku konsumtif, berbelanja tanpa perencanaan (Rohmah et al., 2024). Hal tersebut diperkuat oleh penelitian (Astuti & Faujiah, 2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, di mana semakin sering seseorang menggunakan *e-wallet*, semakin tinggi kecenderungan untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Faktor seperti promosi

dan diskon yang ditawarkan melalui *e-wallet* juga memainkan peran penting dalam mendorong perilaku konsumtif di kalangan pengguna. Hal serupa juga ditemukan pada penelitian (Karthika et al., 2024), (Maryam Siti et al., 2024) dan (Lestari et al., 2023), yang mengungkapkan adanya pengaruh positif antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan temuan Sinaga (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Ditinjau dari beberapa penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif sangat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, seperti tingkat literasi keuangan (*financial literacy*) hingga kemudahan penggunaan layanan digital. Oleh karena itu, meskipun *e-wallet* memberikan banyak kemudahan, pengguna tetap perlu memiliki kesadaran finansial agar dapat mengendalikan pola belanja mereka dan menghindari perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.

Perilaku konsumtif di kalangan masyarakat tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut penelitian (Dzakiyyah et al., 2022); (Zahra & Anoraga, 2021); (Ulum & Solekah, 2024), dan (Oktaviani et al., 2023), perilaku konsumtif salah satunya dipengaruhi oleh literasi keuangan (*financial literacy*). Literasi keuangan berhubungan erat dengan cara seseorang dalam mengambil keputusan terkait pembelian barang, termasuk mempertimbangkan diskon, gratis ongkir, kemudahan pembayaran, serta faktor lainnya (Arianti, 2020). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi antara pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan keuangan yang bijak guna mencapai kesejahteraan di masa depan. Namun, berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2019, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih tergolong rendah, yakni hanya sebesar 38,03% (Sufiyati & Lestari, 2022). Rendahnya literasi keuangan ini dapat menyebabkan manajemen keuangan yang buruk, sehingga seseorang cenderung membuat keputusan pengeluaran yang kurang bijak akibat minimnya persiapan keuangan jangka panjang (Khairunnisah et al., 2024). Oleh karena itu, literasi keuangan sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar dapat mengelola keuangan dengan lebih baik serta mencapai kemandirian finansial di masa depan. Tingginya tingkat literasi keuangan akan membantu individu memahami pentingnya menabung dan berinvestasi daripada sekadar memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumtif (Fauzi & Sulistyowati, 2022).

Kemudahan bertransaksi juga menjadi faktor yang tidak kalah penting. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar pula kecenderungan seseorang untuk melakukan transaksi, baik yang bersifat terencana maupun impulsif. Hal ini dapat memperkuat perilaku konsumtif, terutama pada kelompok masyarakat yang belum memiliki kontrol diri yang baik dalam mengelola keuangan (Miswanto et al., 2022).

Terdapat beberapa penelitian yang mengulas topik pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap perilaku konsumtif. Seperti yang disebutkan dalam penelitian oleh (Giswandhani & Hilmi, 2020), (Ulum & Solekah, 2024), dan (Alfarizi et al., 2023), hasil studi menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil serupa juga ditemukan pada penelitian (Rohmah et al., 2024) yang menunjukkan hasil bahwa kemudahan

bertransaksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa. Semakin nyaman mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet*, maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya, terutama yang berkaitan dengan kemudahan transaksi. Temuan ini didukung oleh penelitian Safira et al. (2023) yang menegaskan bahwa pemahaman digital yang baik mempermudah penggunaan pembayaran digital, sehingga meningkatkan perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian (Utami & Pamikatsih, 2023) juga menemukan bahwa literasi keuangan, yang seharusnya membantu individu mengelola keuangan dengan lebih bijak, justru memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Meskipun generasi milenial memiliki pemahaman finansial yang baik, faktor perilaku ekonomi terkadang membuat mereka bertindak irasional, sehingga tetap konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zahra & Anoraga (2021), yang menemukan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi tetap menunjukkan kecenderungan konsumtif, bahkan cenderung lebih impulsif dalam berbelanja.

Terdapat kesenjangan penelitian terdahulu yakni, Penelitian yang dilakukan oleh (Sinaga, 2022), (Rizki & Prakoso, 2024), (Nabila et al., 2025) dan (Afifah & Yudiantoro, 2022) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa penggunaan *e-wallet* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dan juga pada penelitian (Rahmawati & Putra, 2021) di kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mereka menemukan bahwa meskipun *e-wallet* memudahkan transaksi, perilaku konsumtif lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis lain seperti tekanan sosial dan gaya hidup, bukan hanya kemudahan pembayaran digital. Studi oleh Fitri et al., (2024) menemukan bahwa tingkat literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa. Mereka berargumen bahwa meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan, faktor emosi dan kebiasaan konsumsi lebih dominan mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian Nainggolan, (2022), Ambasari & Asandimitra, (2022), (D. S. Lestari et al., 2024), (Wati et al., 2024), Funky et al., (2021), dan (Hidayanti et al., 2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel-variabel seperti *e-wallet* dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif tidak selalu konsisten dan dapat dipengaruhi oleh konteks sosial, demografis, dan psikologis yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk mengisi ketidakkonsistenan tersebut.

Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat fenomena lain yang muncul, yaitu minimnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM mengenai *fintech* secara menyeluruh. Sebagian besar hanya memanfaatkan fitur pembayaran digital tanpa memahami aspek literasi keuangan yang lebih luas, seperti pengelolaan keuangan, perencanaan keuangan, dan risiko penggunaan teknologi keuangan. Kondisi ini diperparah dengan kurangnya sosialisasi dan pendampingan dari pihak terkait, sehingga pelaku UMKM lebih fokus pada kemudahan transaksi daripada aspek pengelolaan keuangan yang sehat. Selain itu, kemudahan akses dan promosi yang ditawarkan oleh *e-wallet* berpotensi mendorong perilaku konsumtif pelaku UMKM (Rumbik et al., 2024). Banyak pelaku UMKM yang memanfaatkan *e-wallet* untuk kebutuhan harian hingga pembelian impulsif karena proses transaksi yang cepat dan berbagai

promo menarik. Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan meningkatnya perilaku konsumtif yang dapat berdampak pada kondisi keuangan pribadi maupun usaha (Ambarsari & Asandimitra, 2023).

Tabel 1.1
Survei Pra Penelitian Responden Sebanyak 20 Pelaku UMKM Di Bondowoso

Aspek	Pernyataan	%	Interpretasi
<i>Financial Literacy</i>	Saya memahami secara menyeluruh tentang <i>fintech</i> , termasuk pengelolaan dan perencanaan keuangan.	65%	Tingkat pemahaman tentang <i>fintech</i> dan pengelolaan keuangan masih rendah di kalangan pelaku UMKM.
Sosialisasi dan Pendampingan	Saya mendapatkan sosialisasi dan pendampingan yang cukup mengenai penggunaan <i>fintech</i> .	70%	Mayoritas pelaku UMKM merasa kurang mendapatkan sosialisasi dan pendampingan terkait penggunaan <i>fintech</i> .
Persepsi Kemudahan Bertransaksi	Kemudahan akses dan promosi <i>e-wallet</i> membuat saya sering menggunakan <i>e-wallet</i> untuk transaksi.	20%	Sebagian kecil pelaku UMKM merasa kemudahan akses dan promosi <i>e-wallet</i> tidak terlalu berpengaruh terhadap frekuensi transaksi mereka.
	Promosi <i>e-wallet</i> mendorong saya melakukan pembelian impulsif.	60%	Lebih dari separuh pelaku UMKM merasa promosi <i>e-wallet</i> tidak mendorong mereka melakukan pembelian impulsif.
Perilaku Konsumtif	Saya sering menggunakan <i>e-wallet</i> untuk kebutuhan harian secara terencana dan tidak impulsif.	35%	Sebagian kecil pelaku UMKM menggunakan <i>e-wallet</i> untuk kebutuhan harian secara terencana dan tidak impulsif.
	Saya merasa perilaku konsumtif saya meningkat karena kemudahan bertransaksi melalui <i>e-wallet</i> .	40%	Sebagian kecil pelaku UMKM merasa perilaku konsumtif mereka tidak meningkat karena kemudahan bertransaksi melalui <i>e-wallet</i> .

Sumber : Data diolah peneliti, (2025)

Hasil pra survei diatas menunjukkan bahwa Sebagian besar responden dari kalangan pelaku UMKM di Bondowoso menunjukkan tingkat pemahaman yang rendah mengenai *fintech* dan pengelolaan keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso mungkin kurang memiliki pengetahuan dasar tentang bagaimana mengelola keuangan pribadi dan bisnis dengan efektif melalui platform digital. Banyak pelaku UMKM di Bondowoso merasa kurang mendapatkan informasi dan dukungan dalam penggunaan *fintech*. Ini menunjukkan bahwa program sosialisasi dan pendampingan yang ada belum menjangkau seluruh pelaku UMKM atau belum efektif dalam memberikan pemahaman

yang komprehensif. Sebagian besar responden dari kalangan pelaku UMKM di Bondowoso merasa tidak terdorong untuk melakukan pembelian impulsif karena promosi *e-wallet*. Ini menunjukkan bahwa promosi *e-wallet* mungkin tidak terlalu efektif dalam memengaruhi perilaku konsumtif pelaku UMKM di Bondowoso. Penelitian ini sangat penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana penggunaan teknologi finansial dan literasi keuangan berinteraksi dalam memengaruhi perilaku konsumtif pelaku UMKM di Bondowoso.

Fenomena ini menunjukkan adanya ketimpangan antara tingkat adopsi teknologi keuangan yang tinggi dengan literasi keuangan (*financial literacy*) yang masih rendah di kalangan pelaku UMKM. Di sisi lain, persepsi kemudahan bertransaksi yang tinggi tanpa diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai berpotensi memperburuk perilaku konsumtif. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut guna mengetahui sejauh mana penggunaan *e-wallet*, *financial literacy*, dan kemudahan bertransaksi mempengaruhi perilaku konsumtif pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan teknologi digital seperti penggunaan *e-wallet* di Kabupaten Bondowoso menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemudahan bertransaksi di kalangan pelaku UMKM. Namun fenomena ini diiringi oleh tingkat literasi keuangan (*financial literacy*) yang masih rendah dan berpotensi meningkatnya perilaku konsumtif. Meskipun kemudahan akses dan promosi *e-wallet* sangat masif, terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif di berbagai konteks. Lebih lanjut, hasil survei pra-penelitian di Bondowoso mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami *fintech* dan pengelolaan keuangan, serta promosi *e-wallet* belum secara dominan mendorong pembelian impulsif. Sementara persepsi kemudahan bertransaksi juga menunjukkan variasi berbeda-beda.

Oleh karena itu, penting untuk menggali lebih dalam bagaimana pengaruh penggunaan *e-wallet*, *financial literacy*, dan kemudahan bertransaksi terhadap perilaku konsumtif pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet*, *financial literacy*, dan kemudahan bertransaksi terhadap perilaku konsumtif Pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso, peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso?
2. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso?
3. Apakah kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan diatas, maka tujuan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap perilaku konsumtif pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan memperdalam ilmu pengetahuan pada bidang keuangan, terkhusus tentang perilaku konsumtif yang dihubungkan dengan penggunaan *e-wallet*, *financial literacy* dan kemudahan bertransaksi pada objek pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso. Serta dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi para peneliti selanjutnya pada kajian yang sama namun berbeda pada ruang lingkupnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan kepada penulis dalam menerapkan metode dan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan melihat dan menyelesaikan suatu permasalahan tersebut.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi peneliti lain yang ingin membahas pengaruh penggunaan *e-wallet*, *financial literacy* dan kemudahan bertransaksi terhadap perilaku konsumtif di masa depan.