

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mobile banking adalah layanan perbankan berteknologi digital yang memberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan transaksi hanya menggunakan *smartphone* tanpa perlu datang ke bank yang dituju, sehingga memudahkan nasabah untuk bertransaksi setiap saat.¹ *Mobile banking* juga memberikan layanan seperti, transaksi cek saldo, transfer antar rekening bank, transaksi belanja *online* (Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli), *top up eWallet* (E-money, Go-pay, OVO, Shopeepay, dan dana. Sehingga ini menjadi solusi bagi penggunaanya untuk bertransaksi dengan mudah menggunakan *mobile banking* yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun kita berada tanpa mengganggu produktifitas kerja.²

Tentunya *mobile banking* ini menjadi aplikasi pengembangan untuk bank berinovasi dengan memberikan kualitas layanan yang cepat dan mudah karena sebelumnya para nasabah menggunakan metode secara manual dalam bertransaksi, kini tidak perlu ribet dan mengantri untuk melakukan transaksi cukup menggunakan *mobile banking* sebagai alat

¹ Charissa Kezia Rahmawati dan Bayu Arie Fianto, "Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, Vol. 7, No. 6, (2020), h. 1119.

² Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global* (Jakarta: Kencana, 2017), h. 56.

alternatif yang cepat bagi penggunaannya.³ Dikalangan anak muda masa kini juga, melakukan transaksi *mobile banking* menjadi salah satu transaksi favorit dalam melakukan pembayaran belanja *online* karena selain tidak perlu datang ke toko, untuk aktivitas kegiatan pemesanan barang bisa diakses sampai 24 jam dalam sehari cukup menggunakan *handphone* dan internet.

Adapun hasil pendataan survei susenas dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 penggunaan internet di Indonesia mencapai angka 62,10%, tingginya penggunaan internet ini menggambarkan keadaan terkait keterbukaan informasi serta penerimaan masyarakat terhadap perkembangan dan perubahan teknologi menuju masyarakat yang informatif sedangkan pengguna telepon seluler mencapai 65,87%, pada tahun 2021.⁴ Untuk tahun 2022 penggunaan internet di Indonesia mencapai angka 66,48% persentase ini lebih tinggi daripada tahun 2021 dan tidak terlepas dari pesatnya perkembangan telepon seluler yang semakin meningkat mencapai 67,88% daripada tahun 2021 dimana penduduk Indonesia telah memiliki telepon seluler.⁵

Selain itu Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) menerbitkan hasil sensus penduduk pada tahun 2020 yang memperlihatkan bahwa penduduk Indonesia sebagian besar adalah generasi Z yang telah mencapai

³ Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik...*, h.133.

⁴ Badan Pusat Statistik, 'Statistik Telekomunikasi Indonesia Tahun 2021', 2021 <<https://www.bps.go.id/id/publication/2022/09/07/bcc820e694c537ed3ec131b9/statistik-telekomunikasi-indonesia-2021.html>>. Diakses pada tanggal 13 Februari 2024

⁵ Badan Pusat Statistik, 'Statistik Telekomunikasi Indonesia Tahun 2022', 2022 <<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>>. Diakses pada tanggal 13 Februari 2024

71.509.082 jiwa dari generasi sebelumnya, untuk di provinsi Banten total generasi Z laki-laki 1.679.741 dan perempuan 1.584.594 jiwa dengan total keseluruhan generasi Z berjumlah 3.264.335 jiwa⁶. Generasi Z adalah seorang yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012, mereka lahir di era teknologi digital yang semakin canggih di tahun 2024 ini mereka berusia 12-27 tahun. Generasi Z ini melakukan hubungan sosial melalui dunia maya sehingga dapat beradaptasi dengan cepat karena adanya kecanggihan teknologi, dalam mencari produk generasi Z sudah memanfaatkan internet untuk mendapatkan barang atau produk yang diinginkan.⁷

Generasi Z memanfaatkan *mobile banking* sebagai alat pembayaran non tunai karena terdapat fitur transfer yang memudahkan untuk transaksi, generasi Z tidak ingin ketinggalan zaman dari perkembangan teknologi digital diperbankan yang semakin maju. Generasi Z sangat melekat dengan penggunaan *handphone*. *Handphone* telah menjadi keseharian dalam aktivitas untuk memenuhi kebutuhan, salah satunya belanja secara *online*.

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang – barang yang tidak dibutuhkan hanya sekedar hasrat keinginan untuk membeli.⁸

Konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk membeli barang-

⁶ Badan Pusat Statistik, 'Jumlah Penduduk Menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, Dan JenisKelamin, Indonesia Tahun 2020', 2020 <<https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0/>>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2024.

⁷ Andres Dharma Nurhalim, 'Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara', *Jurnal Bina Manajemen*. Vol. 10, No. 2, (2022), h. 32.

⁸ Edi Warsidi, *Perilaku Konsumtif Merusakkan Karakter Bangsa* (Jakarta: Rizky Aditya, 2021), h. 12.

barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan sesaat. Adapun *e-commerce* yang biasa digunakan untuk berbelanja *online* seperti shopee, tokopedia, lazada dan lain sebagainya. Dalam penelitian Desfayanti terdapat hubungan positif antara kemudahan penggunaan *mobile banking* dan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna shopee dari hasil surveinya mahasiswa lebih tertarik apabila berbelanja secara *online* daripada ke toko langsung karena harga lebih murah, menghemat waktu serta tenaga, bisa diakses 24 jam, efisien, gratis ongkos pengiriman, tersedia berbagai macam pilihan dan beragam metode pembayaran. Sehingga semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan *mobile banking* untuk pembayaran belanja *online* maka tinggi pula tingkat perilaku konsumtif mahasiswa.⁹

Terbentuknya perilaku konsumtif juga karena adanya konsumtif itu sendiri yang sudah menjadi proses dari gaya hidup, munculnya perilaku konsumtif ini terjadi setelah adanya pertumbuhan industrialisasi dimana barang-barang diproduksi secara bersamaan sehingga industri membutuhkan lebih banyak konsumen dan media digital menjadi pilihan yang strategis untuk membentuk perilaku konsumtif agar konsumen tertarik serta minat dalam membeli barang. Dalam penelitian Angel dkk kemudahan penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, akibatnya beberapa mahasiswa kini membeli barang tidak sesuai kebutuhan sehari-harinya tetapi

⁹ Desfayanti, 'Hubungan Kemudahan Penggunaan M-Banking Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pengguna Shopee', *Jurnal Psikologi Jambi*, Vol 06, No.1, (2021), h.12.

mementingkan penampilan, gengsi, dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya.¹⁰

Perilaku konsumtif ini biasa terjadi pada kelompok anak muda, termasuk mahasiswa yang seharusnya menambah kegiatan dengan memperbanyak pengetahuan, keterampilan dan kompetensinya di berbagai kegiatan yang aktif kini hanya mementingkan penampilan. Selanjutnya dalam penelitian Delyana dan Hatisna dimana variabel gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, kampus dijadikan tempat untuk pameran yang hanya mementingkan penampilan dan *lifestyle* serta gengsi.¹¹ Sehingga kehidupan kampus dapat merubah gaya hidup mahasiswa menjadi lebih konsumtif, karena mahasiswa terkadang lebih mementingkan penampilan daripada kebutuhannya untuk membeli buku dan peralatan perkuliahan. Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, penulis tertarik dalam melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”**

¹⁰ Angel Villania Putri, Nola Jaya Sasi Kirana, dan Peny Cahaya Azwari, ‘Pengaruh Efektivitas Pengetahuan, Gaya Hidup, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang’. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 04. No.1, (2023), h. 26.

¹¹ Delyana Rahmawaty Pulungan dan Hastina Febriaty, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol. 2, No. 3, (2018), h. 104.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Kemudahan penggunaan *mobile banking* dapat memudahkan dalam melakukan pembayaran sehingga mahasiswa dapat lebih konsumtif.
2. *Mobile banking* meningkatkan pembelanjaan berlebih.
3. Tingkat konsumtif mahasiswa melebihi kebutuhan utama.
4. Mahasiswa mengalami penyesuaian dan perubahan gaya hidup.
5. Mahasiswa ada rasa ingin membeli barang-barang di *e-commerce*.

C. Batasan Masalah

Adanya batasan masalah ini, supaya penelitian yang dilakukan tidak keluar batas dari permasalahan utama yang telah menjadi fokus penelitian penulis. Maka dari itu penulis akan membatasi masalah hanya membahas tentang, kemudahan *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif generasi Z sebagai variabel dependen pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan tahun 2020-2021.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: apakah terdapat pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan tahun 2020-2021?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan tahun 2020-2021.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan meningkatkan pengetahuan tentang pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan tahun 2020-2021 sehingga bermanfaat bagi penulis maupun para pembaca dan dapat dijadikan kajian lebih lanjut untuk peneliti selanjutnya jika variabel yang digunakan serupa.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi bank syariah sebagai penyedia layanan *mobile banking* diharapkan dapat meningkatkan kualitas hingga fasilitas dari *mobile banking* untuk lebih memudahkan transaksi pembayaran belanja *online* bagi para nasabah.
- b. Bagi mahasiswa perbankan syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, dari hasil penelitian ini diharapkan lebih bisa mengatur keuangan sesuai dengan kebutuhan dan lebih bijaksana dalam mempergunakan fasilitas layanan *mobile banking*.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini ada beberapa bab yang dapat diuraikan sebagai sistematika pembahasan yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan.

BAB II Kajian Teori, pada bab ini membahas terkait teori-teori menurut para ahli, penelitian terdahulu yang relevan, variabel dan hubungan antar variabel, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III Metodologi Penelitian, bab ini menjelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV Pembahasan, pada bab ini membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V Penutup, pada bab ini memuat kesimpulan dan saran.