

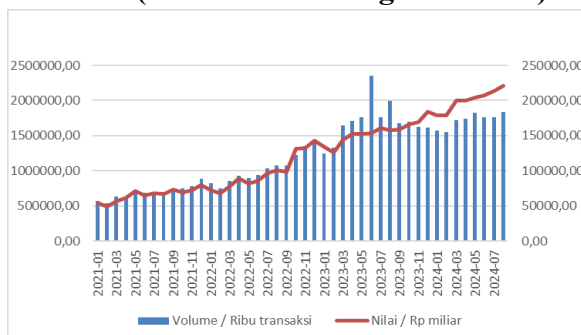
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Era modern saat ini, di zaman semua serba digital khususnya di sektor keuangan yang telah mengubah kebiasaan masyarakat yaitu jika zaman dahulu masyarakat terbiasa dengan pembayaran menggunakan uang tunai (*cash*), namun saat ini telah berevolusi menuju transaksi uang digital. Yang dimana saat ini masyarakat sudah banyak yang beralih ke pembayaran digital. Biasanya transaksi hanya dilakukan menggunakan uang tunai saja, namun saat ini dengan akses *informasi* dan teknologi yang berkembang secara cepat, bahkan transaksi saat ini bisa dilakukan dengan uang elektronik. Kecanggihan teknologi yang terus-menerus meningkat menyebabkan munculnya inovasi dalam sistem pembayaran, yakni uang elektronik. Dengan adanya uang elektronik ini akan mempermudah masyarakat melakukan pembayaran secara non tunai, karena tidak perlu repot-repot lagi membawa uang *cash* yang terlalu banyak.

**Gambar 1.1 Grafik Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik  
(Januari 2021 – Agustus 2024)**



Sumber: *Data diolah*

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa nilai transaksi uang elektronik terus meningkat setiap tahunnya, begitu pun dengan volume transaksiinya yang terus mengalami kenaikan pada setiap periode (tahun). Pada tahun 2022, volume transaksi uang elektronik meningkat sebesar 49,20% dari 8,264 juta transaksi di tahun 2021 menjadi 12,330 juta transaksi. Nilai transaksi juga tumbuh 49,76% dari 786,454 miliar pada tahun 2021 menjadi 1,177,797 miliar di tahun 2022. Di tahun 2023, volume transaksi uang elektronik melonjak signifikan hingga 65,51% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan nilai transaksi tumbuh 57,92%. Namun pada tahun 2024, volume transaksi mengalami sedikit penurunan sebesar 0,29% dibandingkan tahun sebelumnya sedangkan nilai transaksi tetap mengalami kenaikan sebesar 35,76% dibanding tahun sebelumnya dengan periode yang sama. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas masyarakat kini sudah beralih memanfaatkan uang elektronik.

Dengan adanya peralihan ini setiap perusahaan berlomba-lomba untuk meluncurkan uang elektronik nya masing-masing. Adapun jenis-jenis uang elektronik yang beredar di Indonesia, seperti uang elektronik yang berbasis kartu (*Flazz, Brizzi, e-Money, dan Tapcash*), lalu uang elektronik berbasis aplikasi atau server (*Gopay, Ovo, Shopeepay, Dana, LinkAja*, dan lainnya). Namun sangat disayangkan dalam penggunaan uang elektronik setiap transaksi dikenakan biaya admin, hal ini menjadi pertimbangan ketika masyarakat menggunakan uang elektronik (Mutiara, 2023). Biaya admin yang dikenakan juga berbeda setiap aplikasinya. Maka dari itu bank Indonesia menciptakan teknologi pembayaran digital yang bebas biaya admin, yaitu QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*).

QRIS merupakan singkatan dari *Quick Response Code Indonesian Standard*. QRIS merupakan standar sistem pembayaran berbasis *QR Code* yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. QRIS merupakan gabungan berbagai kode QR yang berasal dari bermacam-macam penyedia layanan sistem pembayaran, di mana jika seorang pemilik merchant memiliki satu QRIS dari salah satu penerbit, maka ia sudah dapat melaksanakan transaksi non-tunai yang menggunakan Kode QR dari berbagai penerbit lainnya. Gubernur bank Indonesia Perry Warjiyo menyebutkan jumlah Penggunaan QRIS pada tahun 2023 meningkat mencapai 45,78 juta. Sementara jumlah merchant juga meningkat menjadi 30,41 juta. Karena

kemudahan yang diberikan oleh sistem pembayaran resmi dari Bank Indonesia ini mendorong masyarakat untuk terus menggunakannya, hal ini dapat dilihat dari jumlah transaksi yang menggunakan QRIS terus meningkat. Pada tahun 2023, pertumbuhan transaksi QRIS mencapai 130,01 persen yoy atau setara dengan Rp.229,96 triliun (Irawati, 2023).

Peningkatan penggunaan QRIS sejalan dengan bertambahnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), saat tahun 2024 total pemakai internet di Indonesia mencapai 221,563 juta jiwa dari total populasi sebesar 278,696 juta jiwa pada tahun 2023. Dengan demikian, penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% dari total populasi. Selain itu, menurut survei APJII yang dikutip dari suara.com, pada tahun 2022, sekitar 99,26% pelajar dan mahasiswa di Indonesia tercatat menggunakan internet, menjadikan kelompok ini sebagai pengguna internet dengan penetrasi tertinggi di Indonesia (Prastya, 2022).

Pembayaran melalui QRIS semakin berkembang seiring berkembangnya jumlah pengguna internet. Hal ini mendorong mahasiswa untuk menggunakan layanan ini untuk memenuhi kebutuhannya dan juga transaksi bisa dilakukan lewat perangkat mereka dimana saja dan kapan saja. Mahasiswa juga sama seperti masyarakat lainnya, mahasiswa juga melakukan kegiatan konsumsi supaya terpenuhi kebutuhannya. Konsumsi termasuk salah satu kegiatan yang melekat dan tidak dapat lepas dari

kehidupn manusia. Menurut Samuelson dan Nordhaus (dalam Tama, 2014), Konsumsi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh benda serta jasa akhir dengan tujuan memperoleh kepuasan atau penuhi kebutuhan pribadi.

Pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari mendorong individu untuk melakukan berbagai kegiatan ekonomi. Setiap orang masingmasing memiliki kebutuhan yang bervariasi, yang tentu memengaruhi pola konsumsinya. Semakin besar kebutuhan yang dimiliki, semakin meningkat pula tingkat konsumsinya (Putriani & Shofwati, 2015). Menurut Rosyidi (dalam Siska dan Rachma, 2021), mengartikan konsumsi sebagai pemanfaatan barang serta jasa secara langsung guna penuhi kebutuhan manusia.

Munculnya pembayaran QRIS ini membuat mahasiswa lebih mudah dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan menggunakan QRIS transaksi jual beli menjadi lebih cepat, aman dan nyaman. Penggunaan QRIS meningkat yang dilakukan oleh mahasiswa dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif. Kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan uangnya mendorong mahasiswa untuk terus berperilaku konsumtif setiap harinya (Yudiana, 2023). Perilaku konsumtif mengacu pada kebiasaan seseorang yang cenderung menghabiskan uang secara berlebih untuk membeli produk serta jasa.

Hal ini sejalan dengan ajaran Al-Quran yaitu dalam QS. Al-A'raf [7] ayat 31 berikut ini:

فَ لَنْ نُصَنِّ عَلَيْهِمْ بِعِلْمٍ وَمَا كُنَّا غَائِبِينَ

*“Wahai anak cucu Adam pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap memasuki masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebihan.”*

Ayat ini menjelaskan tentang larangan berbuat boros atau israf dan tabzir dan menegaskan pentingnya menghindari perilaku berlebihan dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumtif akan membuat pengeluaran menjadi tidak terkendali. Dengan perkembangan internet yang memudahkan mahasiswa mengakses digital *payment* untuk transaksi online, misalnya membeli barang, layanan pesan antar makanan, dan juga jasa transportasi. Terlebih lagi kemudahan dalam menggunakan QRIS yang membuat banyak orang tertarik menggunakannya karena mudah dan cepat.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam khususnya program studi Ekonomi Syariah di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sebagai objek penelitian, telah memperoleh banyak pengetahuan dan pemahaman tentang teori konsumsi dengan baik dari mata kuliah

Pengantar Ekonomi Mikro, Ekonomi Mikro Syariah, Keuangan Digital Syariah dan mata kuliah pendukung lainnya. Seharusnya mereka memiliki kesadaran dalam mengelola keuangan dan lebih mampu dalam mengimplementasikan pendidikan yang diperoleh selama kuliah dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Riska

(2021), dengan menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai objek penelitiannya yang menghasilkan bahwa layanan Digital Payment membuat mahasiswa FEBI menjadi konsumtif. Rasulullah Saw juga mengajarkan bahwa kita harus senantiasa bijak dan membatasi diri agar apa yang kita konsumsi sesuai dengan kebutuhan serta tidak berlebih-lebihan, sebagaimana yang telah dijelaskan dalam AlQuran.

Peneliti melakukan pra *survey* untuk mengetahui adanya perilaku konsumtif pada 30 mahasiswa melalui google *form*. Berikut data yang terlampir:

**Tabel 1.1 Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2022**

| <b>No</b>                 | <b>Pernyataan</b>                                                                                                         | <b>STS<br/>(1)</b> | <b>TS<br/>(2)</b> | <b>N<br/>(3)</b> | <b>S<br/>(4)</b> | <b>SS<br/>(5)</b> | <b>Mean</b> |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------|
| <b>1</b>                  | Mahasiswa membeli sesuatu hanya karena barang tersebut sedang menjadi tren di media sosial atau di lingkungan sekitarnya. | 2                  | 2                 | 5                | 10               | 11                | 3,87        |
| <b>2</b>                  | Mahasiswa mengikuti tren konsumsi tertentu meskipun sebenarnya tidak benar-benar dibutuhkan                               | 1                  | 3                 | 4                | 17               | 5                 | 3,73        |
| <b>3</b>                  | Mahasiswa sering membeli sesuatu karena ikut-ikutan teman atau mengalami perasaan FOMO (Fear of Missing Out)              | 2                  | 2                 | 9                | 14               | 3                 | 3,47        |
| <b>4</b>                  | Kemudahan menggunakan QRIS membuat mahasiswa tidak terlalu mempertimbangkan sebelum membeli sesuatu                       | 2                  | 6                 | 4                | 14               | 4                 | 3,40        |
| <b>5</b>                  | Mahasiswa merasa lebih boros ketika menggunakan QRIS karena tidak melihat langsung bentuk fisik uang yang keluar          | 0                  | 1                 | 5                | 17               | 7                 | 4,00        |
| <b>Rata-rata variabel</b> |                                                                                                                           |                    |                   |                  |                  |                   | <b>3,69</b> |

Sumber: Hasil Pra-Survey

Hasil pra-survei yang dikumpulkan melalui *Google Form* menunjukkan temuan dari 30 mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2022 ditemukan beberapa permasalahan yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Berdasarkan data dari tabel 1.1 mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, terlihat bahwa mayoritas mahasiswa menunjukkan kecenderungan konsumtif yang cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa merasa lebih boros ketika menggunakan QRIS karena tidak melihat langsung bentuk fisik uang yang keluar merupakan permasalahan dengan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,00. Hal ini diperkuat “Mahasiswa membeli sesuatu hanya karena barang tersebut sedang menjadi tren di media sosial atau lingkungan sekitarnya” dengan rata-rata jawaban responden 3,87.

Selain itu juga tren konsumsi yang sebenarnya tidak benar-benar dibutuhkan mahasiswa merupakan permasalahan dengan rata-rata 3,73 dan didukung dengan banyaknya mahasiswa yang merasa FOMO (*Fear of Missing Out*) atau ikut-ikutan dengan teman untuk membeli sesuatu dengan jawaban rata-rata responden sebanyak 3,47. Hal ini juga didukung dengan teknologi pembayaran digital seperti QRIS yang ikut berkontribusi besar terhadap perilaku konsumtif, karena kemudahannya dalam menggunakan QRIS membuat mahasiswa tidak terlalu mempertimbangkan sebelum membeli sesuatu, mendapatkan jawaban rata-rata responden sebanyak 3,40.

Fenomena ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital, khususnya QRIS, berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Harusnya, kemudahan ini menjadi peluang untuk hidup lebih hemat dan terencana. Namun, pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup seringkali menyebabkan mahasiswa terjebak dalam perilaku konsumtif yang tidak disadari.

Bersamaan dengan itu, fenomena *Event* tanggal kembar (seperti 9.9, 10.10, 11.11, dan 12.12) di platform *E-Commerce* juga menjadi daya tarik tersendiri yang mampu mendorong perilaku belanja impulsif. Kampanye promosi besar-besaran yang dilakukan secara rutin pada tanggal-tanggal tersebut seringkali disertai dengan diskon besar, *Cashback*, gratis ongkir, dan berbagai stimulus visual yang memicu urgensi dan rasa takut ketinggalan (FOMO) pada konsumen. Dalam praktiknya, banyak konsumen seperti mahasiswa melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena dorongan sesaat akibat promosi yang menarik.

Momentum tanggal kembar memicu antusiasme tinggi di kalangan mahasiswa sebagai konsumen, sehingga mendorong mereka untuk segera mengambil keputusan pembelian. Potongan harga yang ditawarkan pada momen tersebut dianggap sebagai waktu yang ideal untuk berbelanja secara online melalui platform *E-Commerce*. Harga yang lebih terjangkau selama periode diskon membuat konsumen lebih terdorong untuk

mengeluarkan uang. Momen ini pun dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk memenuhi keinginan berbelanja mereka secara daring.

Melalui pengamatan pada fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penggunaan QRIS dan *Event* Tanggal kembar *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah penulis uraikan diatas, maka yang menjadi identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Sebagian besar mahasiswa mengakui bahwa tren sosial sangat mempengaruhi keputusan belanja mereka. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata sebanyak 38,7 mahasiswa membeli sesuatu hanya karena sedang tren di sosial media atau lingkungan sekitar.
2. Lebih dari setengah responden atau rata-rata sebanyak 37,3 bersikap konsumtif dengan mengikuti tren konsumsi meskipun tidak benarbenar membutuhkannya.
3. Rasa takut ketinggalan (FOMO) jadi faktor yang cukup kuat mempengaruhi keputusan belanja mahasiswa. Hal ini terlihat rata-rata sebanyak 34,7 mahasiswa membeli sesuatu hanya karena ikut-ikutan teman (FOMO).

4. Penggunaan teknologi seperti QRIS memang memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun hal tersebut justru dapat menurunkan tingkat kesadaran mahasiswa dalam mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian, sehingga berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Sebanyak nilai rata-rata 3,40 mahasiswa setuju bahwa kemudahan menggunakan QRIS membuat mereka cenderung melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang.
5. Ketidakhadiran uang secara fisik membuat mahasiswa kurang menyadari seberapa banyak uang yang telah mereka keluarkan, sehingga hal ini mendorong munculnya perilaku konsumtif. Hal ini terlihat sebanyak nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,00 bahwasannya mahasiswa merasa lebih boros saat menggunakan QRIS karena tidak melihat bentuk fisik uang yang keluar.

### **C. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dilakukan untuk menghindari pembahasan yang melebar dan agar tetap terarah, sehingga tujuan penelitian ini dapat tercapai dengan lebih jelas. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Penggunaan QRIS dan pemanfaat promo *Event Tanggal Kembar E-Commerce*.

2. Penelitian ini hanya membatasi variabel yang berkaitan dengan penggunaan QRIS dan *Event* Tanggal Kembar *E-Commerce*, terhadap perilaku konsumtif.
3. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa program studi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2021-2022 yang telah mendapatkan pengetahuan tentang teori konsumsi dengan baik dari beberapa mata kuliah.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penggunaan QRIS dan *Event* tanggal kembar secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif syariah?
2. Bagaimana Penggunaan QRIS dan *Event* tanggal kembar secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif syariah?
3. Seberapa besar pengaruh Penggunaan QRIS dan *Event* tanggal kembar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan bagaimana perspektif syariah melihat itu?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang

dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS dan *Event* tanggal kembar berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif syariah.
2. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS dan *Event* tanggal kembar berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif syariah.
3. Untuk menganalisis seberapa besar persentase pengaruh Penggunaan QRIS dan *Event* tanggal kembar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan mengetahui pandangan perspektif syariah melihat hal tersebut.

#### **F. Manfaat/Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dapat dijadikan sebagai bahan acuan, referensi, atau bahan perbandingan yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa program studi Ekonomi Syariah dalam melakukan penelitian khususnya tentang Analisis Pengaruh Penggunaan QRIS dan *Event* Tanggal Kembar *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Dalam Perspektif Syariah.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi dari Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2021-2022 Pada Penggunaan QRIS dan partisipasi dalam *Event* Tanggal Kembar *E-Commerce* Dalam Perspektif Syariah.

- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana *informasi* dan bermanfaat bagi para pembaca untuk memperluas pengetahuan tentang perilaku konsumtif mahasiswa khususnya dalam penggunaan QRIS dan partisipasi dalam *Event* Tanggal Kembar *E-Commerce*.
- c. Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di UIN Sultan

Maulana Hasanuddin Banten.

## G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari bagianbagian agar mudah untuk dipahami antara lain:

**BAB I Pendahuluan**, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, hipotesis, metode dan sistematika penelitian.

**BAB II Kajian Pustaka**, yang terdiri dari pemaparan teori-teori yang telah dikemukakan oleh para ahli mengenai variabel-variabel penelitian yang dibahas dan menguraikan hubungan antar variabelnya.

**BAB III Metode Penelitian**, yang terdiri dari waktu dan tempat penelitian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian, jenis penelitian jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, dan teknik analisis data.

**BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**, yang terdiri dari uraian mengenai Hasil Penelitian yang telah dilakukan disertai pembahasan-pembahasannya.

**BAB V Penutup**, yang terdiri dari Kesimpulan yang memuat hasil penelitian yang telah dilakukan dan Saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh *informasi*, dan memberikan solusi yang ditujukan kepada pihak terkait dengan tema penelitian.