

BAB I

PENDAHULUAN

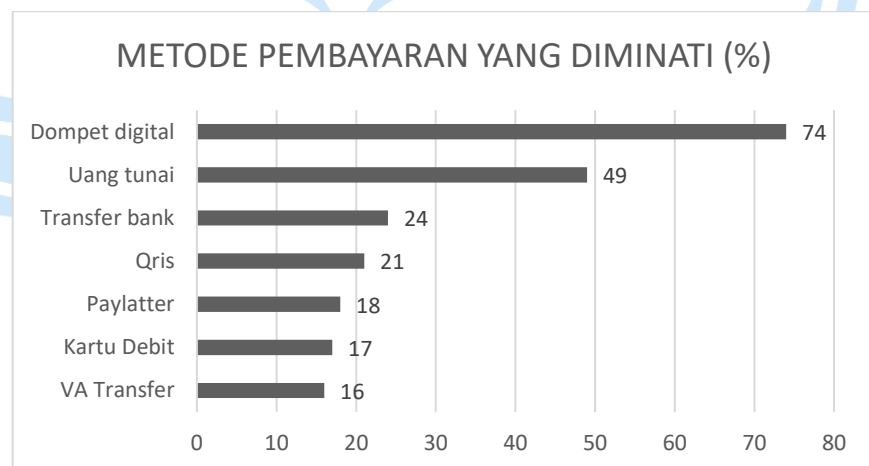
1.1. Latar Belakang

Pada era perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat, membuat aktivitas manusia semakin cepat dan akurat. Hal ini dapat ditunjukkan dengan tersedianya teknologi yang memudahkan pengoperasian pengguna. Terutama perkembangan internet yang membuat pengguna semakin mudah dalam berkomunikasi, memperoleh informasi, bahkan berbelanja. Hal ini membuat penggunaan internet di dunia semakin meningkat seiring waktu. Peningkatan akses internet global membuat bertambahnya jumlah pengguna internet di dunia. Bersumber dari Datareportal (2023) pengguna internet di dunia pada tahun 2023 sebesar 5,16 miliar penduduk, merupakan 64,4% dari jumlah penduduk di dunia yaitu sebesar 8.01 miliar penduduk. Jumlah ini akan terus meningkat sepanjang tahun.

Perkembangan internet yang semakin besar membuat lahirnya era teknologi *digital* yang memberikan kemudahan dalam beraktivitas. Terutama dalam inovasi teknologi *digital* yang telah mengubah cara penggunaannya dalam proses transaksi jual beli. Salah satu contoh hasil dari inovasi teknologi *digital* adalah mulai hadirnya *e-commerce*, yang telah membuat perilaku konsumen yang biasanya berbelanja dengan mengunjungi tempat fisiknya menjadi berbelanja secara *online*. E-

commerce telah mengubah cara orang dalam berbelanja dan bertransaksi, terutama dalam segi pembayaran transaksi yang berbasis elektronik yaitu *e-wallet*.

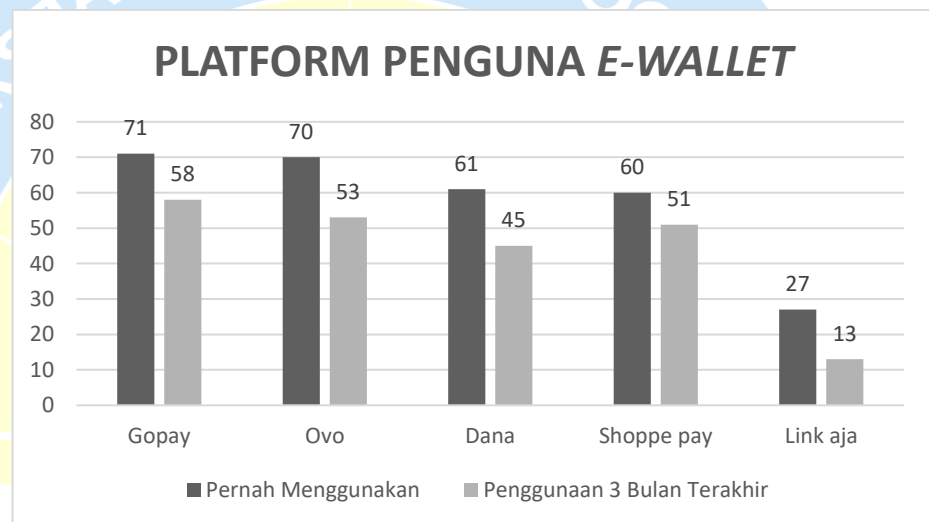
E-wallet adalah aplikasi transaksi keuangan yang berjalan pada perangkat yang terhubung (Kagan, 2023). *E-wallet* sangat membantu dalam melakukan pembayaran dengan menggunakan *smartphone*, sehingga tidak perlu membawa uang tunai, kartu kredit maupun debit (Kagan, 2023). Kehadiran *e-wallet* terutama di Indonesia memudahkan masyarakat disana dalam melakukan pembayaran secara *digital*. *E-wallet* sendiri sudah didukung oleh banyak pasar yang menerima pembayaran non-tunai, terutama ketika terjadinya pandemi *Covid-19* yang mempercepat masyarakat melakukan pembayaran secara digital untuk mencegah interaksi penyebaran virus *Covid-19* yang menggunakan transaksi uang tunai.



Gambar 1.1
Metode Pembayaran yang diminati

Sumber: (katadata.co.id)

Berdasarkan data diatas metode pembayaran yang paling diminati oleh masyarakat indonesia adalah dompet digital (*e-wallet*) sebagai metode pembayaran utama dalam melakukan transaksi jual beli sebesar 74%. Kemudian, disusul dengan pembayaran secara tunai yaitu sebesar 49%. Dapat dilihat bahwa *e-wallet* memberikan efisiensi yang cukup signifikan dalam melakukan transaksi pembayaran dalam kehidupan sehari-hari (Septiani, 2023).



Gambar 1.2

Jenis Platform Pengguna *e-wallet*

Sumber: (katadata.co.id)

Selanjutnya, berdasarkan gambar di atas disebutkan jumlah pengguna *e-wallet* di Indonesia pada Desember 2022. Dari gambar tersebut, ditampilkan bahwa Gopay menjadi *e-wallet* yang paling sering digunakan oleh masyarakat, yaitu sebesar 71% konsumen yang pernah menggunakan dan 58% konsumen yang telah menggunakannya selama 3 bulan terakhir. Kemudian, disusul oleh Ovo sebesar 70% konsumen yang

pernah menggunakannya dan 53% yang telah menggunakannya selama 3 bulan terakhir. Dari data yang disajikan menunjukkan bahwa sebesar 61% responden konsumen yang menggunakan sebanyak 2-3 jenis *e-wallet* yang berbeda (Septiani, 2023).

Penggunaan *e-wallet* secara berlebihan secara tidak langsung dapat membahayakan kesejahteraan konsumen. Saat ini, terdapat banyak perusahaan *fintech* (*Financial technology*) telah menerapkan pembayaran *e-wallet* tidak hanya memungkinkan kenyamanan dan inovasi teknologi bagi pengguna (Kumar, Nim, & Sharma, 2019), tetapi juga dapat mendorong konsumsi (Rimple, Srikant, Naseem, & Kumar, 2015). Dorongan untuk membeli sesuatu dapat dipahami sebagai pembelian kompulsif (*compulsive buying*). O'Guinn & Faber (1989, dalam Felipe, Silva, & Ceribeli, 2023) mendefinisikan sebagai tindakan yang bertahan lama dan berulang, sehingga konsumen berusaha untuk mengurangi perasaan negatif. Pembelian secara kompulsif menurut penelitian Felipe et al. (2023), dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain *power-prestige*, kecemasan (*anxiety*), ketidakpercayaan (*distrust*), dan materialisme (*materialism*).

Power-prestige menurut Yamauchi & Templer (1982, dalam Felipe et al., 2023), menunjukkan bahwa orang percaya bahwa uang adalah simbol kesuksesan. Penggunaan uang sebagai alat kekuasaan dan prestise berpotensi menimbulkan pembelian kompulsif (Roberts & Jones 2001, dalam Felipe et al., 2023). Kecemasan (*anxiety*) mengacu pada perasaan

cemas ketika individu dihadapkan pada situasi yang membutuhkan pengelolaan uang. Pembeli kompulsif cenderung bereaksi terhadap stres dengan tingkat kecemasan yang lebih tinggi daripada pembeli non-kompulsif (Edwards 1993, dalam Felipe et al., 2023), terutama pada penggunaan *e-wallet* secara kompulsif. Hayhoe et al. (2012, dalam Felipe et al., 2023) mengemukakan bahwa hubungan antara keuangan dan kecemasan terbukti merugikan sikap mengenai manajemen keuangan pribadi mereka, karena orang yang memiliki tingkat kecemasan yang lebih rendah lebih asertif dalam perilaku manajemen keuangan mereka.

Ketidakpercayaan (*distrust*) merupakan individu dengan tingkat ketidakpercayaan yang lebih tinggi cenderung memiliki perasaan ragu-ragu dan keraguan tentang konteks yang melibatkan pengeluaran uang (Yamauchi & Templer, 1982, dalam Felipe et al., 2023). Konsumen yang terobsesi dengan harga lebih kecil kemungkinannya untuk menjadi pembeli kompulsif. Materialisme (*materialism*) didefinisikan sebagai penekanan yang diberikan oleh seseorang untuk memiliki barang material dalam hidup mereka (Richins & Dawson, 1992 dalam Felipe et al., 2023). Selain itu, penting untuk diperhatikan bahwa tingkat material yang lebih tinggi dapat mempengaruhi kesulitan dalam mengendalikan perilaku pembelian dalam menghadapi rangsangan eksternal terutama pada pembeli kompulsif.

Penelitian kali ini, peneliti akan melakukan penelitian terhadap masyarakat yang pernah menggunakan *e-wallet* pada saat berbelanja. Alasan peneliti melakukan penelitian pada pengguna *e-wallet* karena

mereka lebih suka menggunakan *e-wallet* pada saat melakukan pembayaran. Pengguna *e-wallet* cenderung melakukan transaksi pembelian secara tidak terkendali, yang membuat mereka dapat melakukan pembelian barang secara berlebihan. Hal ini ingin membuat peneliti ingin mencari tahu apakah *power-prestige*, kecemasan (*anxiety*), ketidakpercayaan (*distrust*), dan materialisme (*materialism*) memberikan pengaruh terhadap perilaku kompulsif seseorang dalam penggunaan *e-wallet*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini ialah:

1. Apakah *power-prestige* berpengaruh terhadap perilaku kompulsif dalam penggunaan *e-wallet*?
2. Apakah kecemasan (*anxiety*) berpengaruh terhadap perilaku kompulsif dalam penggunaan *e-wallet*?
3. Apakah ketidakpercayaan (*distrust*) berpengaruh terhadap perilaku kompulsif dalam penggunaan *e-wallet*?
4. Apakah materialisme (*materialism*) berpengaruh terhadap perilaku kompulsif dalam penggunaan *e-wallet*?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan tidak meluas dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka peneliti melakukan batasan masalah sebagai berikut:

1. *Power-prestige*

Power-prestige menurut Roberts dalam Felipe et al. (2023) adalah penggunaan uang sebagai sarana untuk mengesankan orang lain, sumber pendanaan ini dipandang identik dengan kekuasaan atas beberapa individu.

2. Kecemasan

Kecemasan (*anxiety*) menurut Rimple et al. (2015) adalah perasaan gugup ketika individu menghadapi situasi yang perlu berurusan dengan keuangan.

3. Ketidakpercayaan

Ketidakpercayaan (*distrust*) menurut Felipe et al. (2017) adalah ketakutan yang dimiliki individu tentang harga yang dibayarkan untuk barang material dan manfaat dari mendapatkannya.

4. Materialisme

Materialisme (*materialism*) menurut Madeiros et al. (2017) adalah seseorang yang menganggap perolehan barang material sebagai primordial untuk bahagia dan memiliki kehidupan yang sukses.

5. Pembelian Kompulsif

Pembelian Kompulsif (*Compulsive buying*) menurut Madeiros et al. (2015) adalah peristiwa pembelian yang tidak terkendali di mana individu cenderung mengidealkan rasa keberhasilan dan kesejahteraan melalui pembelian mereka.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *power-prestige* berpengaruh terhadap perilaku kompulsif dalam penggunaan *e-wallet*.
2. Untuk mengetahui apakah kecemasan (*anxiety*) berpengaruh terhadap perilaku kompulsif dalam penggunaan *e-wallet*.
3. Untuk mengetahui apakah ketidakpercayaan (*distrust*) berpengaruh terhadap perilaku kompulsif dalam penggunaan *e-wallet*.
4. Untuk mengetahui apakah materialisme (*materialism*) berpengaruh terhadap perilaku kompulsif dalam penggunaan *e-wallet*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan bagi penelitian berikutnya mengenai variabel-variabel yang berkontribusi dalam mempengaruhi perilaku kompulsif khususnya berasal dari faktor *power-prestige*, kecemasan (*anxiety*), ketidakpercayaan (*distrust*), dan materialisme (*materialism*) dalam penggunaan *e-wallet*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku kompulsif dalam penggunaan *e-wallet*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan *fintech* penyedia sistem *e-wallet* mengenai perilaku kompulsif yang sering dilakukan oleh konsumen. Informasi ini dimaksudkan untuk membantu mereka merancang strategi bisnis untuk mengatasi perilaku konsumen kompulsif.

1.6. Sistematika Penelitian

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan secara umum mengenai latar belakang sebuah permasalahan, rumusan masalah, batasan

masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan dijelaskan landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Didalam bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, teknik pengumpulan data, sampel penelitian, definisi operasional, ruang lingkup variabel, dan metode analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan data atau hasil analisis data yang sudah ada.

BAB V Penutup

Didalam bab ini menyajikan kesimpulan, saran untuk penelitian selanjutnya, implikasi manajemen dan keterbatasan penelitian.