

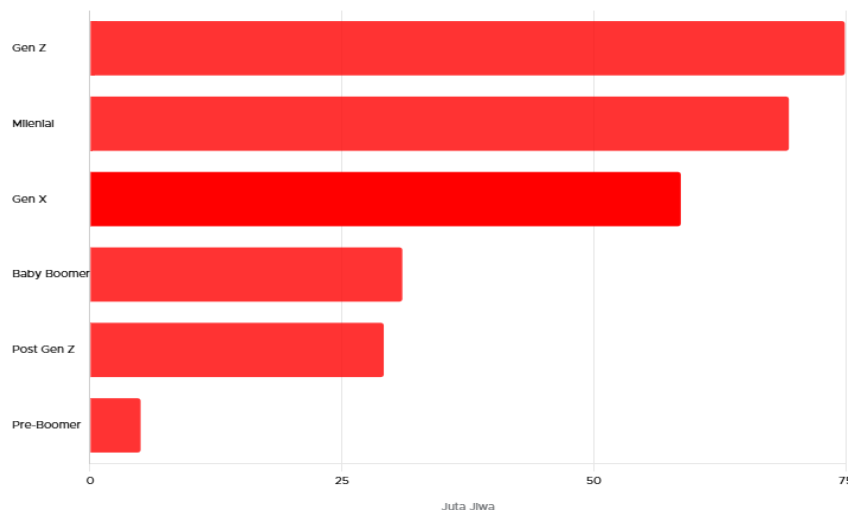
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era 4.0 ini banyak sekali kemajuan yang pesat dalam teknologi dan juga internet yang mewajibkan keterampilan penggunaan teknologi harus lebih fasih lagi. Terutama pada generasi Z yaitu generasi yang lahir dan tumbuh ditengah pesatnya teknologi, secara alami memiliki keterampilan teknologi yang kuat dan menghabiskan banyak waktu dalam interaksi dengan perangkat digital dan tidak menutup kemungkinan mereka membuka peluang - peluang kemudahan dalam ranah pekerjaan, pendidikan hingga interaksi sehari - hari (Noorma, 2024).

Dalam GoodStats (2024), Badan Pusat Statistik (*BPS*) merilis data statistik yang mengungkapkan komposisi penduduk Indonesia berdasarkan kelompok umur.



Gambar 1. 1 Komposisi penduduk Indonesia
Sumber : sensus bps (data.goodstats.id)

Dimana dalam data yang dirilis tersebut, Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi. Generasi ini masih berada dalam usia muda hingga remaja awal. Dominasi ini memberikan harapan akan potensi kemajuan dan perubahan di masa depan yang juga dinilai sangat drastis menjadikan perilaku konsumsi masyarakat berubah (Ninggar et. al., 2022).

Generasi Z mampu memanfaatkan teknologi dalam kehidupan sehari - hari mereka, salah satunya dengan adanya kemudahan dalam adanya *e-wallet* sebagai alat transaksi digital yang mereka gunakan dalam kehidupan sehari - hari. Dengan adanya sistem transaksi secara digital dengan *e-wallet* ini, semua kegiatan transaksi terasa lebih mudah dan praktis dibandingkan dengan dompet konvensional karena dinilai lebih memberikan nilai aman dan nyaman (Sulistiyowati et al, 2020). Bisa dilihat dari yang terjadi saat ini di Indonesia sendiri, terdapat beberapa sistem pembayaran digital yaitu *e-wallet* yang populer dan banyak digunakan masyarakat terutama Generasi Z. Beberapa *e-wallet* yang ada di Indonesia yaitu seperti misalnya GoPay, Ovo dan Dana. Namun, yang paling banyak digunakan aplikasi DANA sebagaimana yang sudah tercatat dan diuji pada 1 tahun terakhir oleh data.ai dimana tercatat bahwa aplikasi DANA berada di posisi pertama dari 10 aplikasi keuangan Indonesia dalam Top Publisher Awards 2024 kategori Top Indonesia HQ'd Apps Powered by Mobile Performance Score (Finance Genre) (Gizmologi.id, 2024).



Gambar 1. 2 Electronic wallet yang populer

Sumber : data.ai (gizmologi.id)

Selain adanya kemudahan dalam adanya *e-wallet* sebagai alat transaksi, ada juga gaya hidup dan juga minat pembelian atau bisa disebut dengan *purchase intention* yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat berubah. Gaya hidup juga berkaitan erat dengan teknologi. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya (Vinna Sri Yuniarti, 2015:26). Dengan berkembang pesatnya teknologi yang ada, Generasi Z dapat dengan mudah mengetahui dan mengikuti tren-tren baru yang populer dan sedang berkembang saat ini. Dari tren yang sedang berkembang itulah memunculkan keinginan untuk membeli suatu hal yang sedang populer dan mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif. Jefri Putra Nugraha (2021:4) mendefinisikan bahwa perilaku

konsumen ialah suatu perilaku ataupun tindakan dari individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau menggunakan produk atau jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka mendapat produk atau jasa sesuai yang diinginkan.

Adanya kemudahan pembayaran menggunakan *e-wallet*, gaya hidup dan juga minat pembelian disini ketiganya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara signifikan dan positif sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erina (2022). Dalam penelitian tersebut variabel independen yaitu kemudahan transaksi non-tunai, gaya hidup dan *purchase intention* berdasarkan model persamaan regresi berganda menjelaskan bahwa ketiganya berpengaruh secara positif dan signifikan dimana berarti diperlukan kesadaran dari mahasiswa untuk dapat mengontrol pengeluaran dan membuat skala prioritas seiring dengan adanya kemudahan transaksi dan munculnya tren terbaru dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rihhadatul (2024), Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, *purchase intention* dan gaya hidup dapat berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat tetapi kemudahan pembayaran secara non-tunai berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

Berkenaan dengan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura mengalami pergeseran seiring dengan perkembangan teknologi dan kecepatan sarana transportasi yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura khususnya dalam lingkup Kecamatan

Bangkalan yang dinilai cukup maju karena dapat terhubung dengan kota besar langsung yaitu Surabaya. Dalam pandangan tokoh masyarakat dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi yang dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura tidak lepas dari perilaku konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Ruski, 2017). Generasi Z, generasi muda yang bergerak menuju kemandirian finansial, memainkan peran penting dalam mengubah perilaku konsumen secara keseluruhan. Kebiasaan pembayaran digital dapat membantu memahami tren yang lebih luas dalam perilaku konsumen, termasuk meningkatnya permintaan akan solusi pembayaran digital yang inovatif. Generasi Z adalah pengguna teknologi yang cerdas dan tahu cara menggunakan perangkat elektronik. Meneliti kebiasaan pembayaran digital berguna bagi Generasi Z untuk bisa mengevaluasi perilaku konsumtif dan pengeluaran ketika menggunakan metode pembayaran digital dan dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembang teknologi sistem keuangan (*fintech*) untuk meningkatkan dan merancang solusi pembayaran yang lebih baik, lebih aman, dan lebih efisien. Hal ini dapat menimbulkan inovasi teknologi yang lebih baik dan relevan dengan kebutuhan konsumen di masa depan (Rumbika et al., 2024). Kemudahan-kemudahan yang ada tersebut tentunya membawa perubahan pada gaya hidup masyarakat saat ini terutama pada Generasi Z. Gaya hidup merupakan pola perilaku individu atau kelompok yang mencerminkan nilai, minat, dan kebiasaan sehari-hari. Dalam konteks Generasi Z, gaya hidup sangat dipengaruhi oleh pengembangan teknologi, media sosial, dan perubahan sosial yang terjadi di sekitar

mereka. Masyarakat terpengaruh dalam beberapa tampilan atau suatu hal dalam iklan yang berkaitan dengan gaya hidup mereka. Iklan mempengaruhi masyarakat sehingga mereka ingin membeli barang atau jasa yang diiklankan. Hal ini akan dilakukan tanpa mengetahui manfaatnya, tetapi demi kebutuhan zaman untuk tetap hidup (Nurazijah et al., 2023).

Biasanya, Generasi Z sangat mudah terpengaruh melalui iklan yang dibawakan oleh idola mereka. Generasi Z cenderung ingin memiliki barang yang sama dengan idolanya yang tentu saja sangat hangat dan populer pada masanya. Hal tersebut membuat mereka merasa sangat senang dan timbul kepuasan dalam diri karena dapat memperlihatkan bagaimana status sosial mereka bisa sama dan tinggi seperti idolanya. Minat beli atau *purchase intention* adalah sebuah bentuk perilaku yang berkaitan dengan persepsi atau penilaian konsumen mengenai suatu merek (Sari, 2020). Minat beli yang didapatkan oleh Generasi Z sebagian besar juga dipengaruhi oleh ulasan-ulasan yang ada terkait suatu produk. Swastha dan Irawan dalam Tazlia et al., (2023), berpendapat bahwa hal-hal yang ada tersebut mempengaruhi *purchase intention* atau minat beli Generasi Z yang berhubungan dengan perasaan dan emosi. Goldsmith dalam Tazlia et al., (2023) juga berpendapat jika seseorang merasa puas dan senang saat membeli suatu barang atau jasa, minat mereka akan meningkat. Rasa tidak puas biasanya akan mengurangi minat. Selain itu, kredibilitas merek juga memengaruhi niat pembelian konsumen.

Perilaku masyarakat khususnya Generasi Z di Kecamatan Bangkalan ini tentunya akan menjadi konsumtif jika terdapat pengaruh-pengaruh dari variabel yang ada. Generasi Z tentunya seiring dengan berkembangnya zaman dan semua teknologi yang ada dapat membuat daerahnya semakin maju yang dimulai dari dengan adanya kemudahan dalam transaksi disini pasti sedikit banyak memengaruhi gaya hidup mereka. Gaya hidup yang ingin sejalan dengan apa yang terlihat di kota besar memungkinkan mereka untuk mengikutinya dan membuat minat beli mengenai suatu barang atau jasa juga ikut berpengaruh bahkan menjadi tinggi. Hal-hal tersebut pasti sangat berpengaruh pada perilaku konsumtif mereka yang pastinya tinggi. Terkait dengan penelitian terdahulu, peneliti ingin membahas lebih lanjut bagaimana pengaruh dari adanya kemudahan pembayaran *e-wallet* yang dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja, gaya hidup yang berubah cepat mengikuti perkembangan tren di sosial media dan niat beli yang mendorong mereka membeli barang-barang yang sedang populer terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kecamatan Bangkalan ini.

Berdasarkan penjabaran di atas, terdapat celah penelitian (*Research Gap*) yang menarik selain dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Selain perbedaan pengaruh yang ada antara variabel dependen dan independen dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan di lingkungan kota besar atau institusi pendidikan tinggi berskala nasional, suatu daerah yang belum banyak dikaji tetapi juga terdapat fenomena yang sama di dalamnya juga suatu hal yang begitu penting mengingat Kecamatan Bangkalan ini dapat terbilang cukup

dekat dan memiliki akses yang mudah untuk ke kota besar seperti Surabaya. Karakteristik Generasi Z di Kecamatan Bangkalan ini mengalami fenomena yang serupa seperti misalnya banyak yang sudah menggunakan metode pembayaran *e-wallet* sebagai alat transaksi sehari-hari, mengikuti gaya hidup di kota besar dan menunjukkan kecenderungan berperilaku konsumtif tetapi belum banyak eksplorasi secara empiris.

Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus untuk mengetahui adanya pengaruh kemudahan pembayaran *e-wallet*, gaya hidup dan *purchase intention* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kecamatan Bangkalan. Judul penelitian ini dipilih karena mencerminkan kondisi yang relevan dengan yang terjadi saat ini. Perilaku Generasi Z terhadap konsumsi keuangan yang didorong oleh adanya kemudahan untuk bertransaksi di era serba maju saat ini, juga ramainya tren terbaru yang berkembang dari kota maupun negara maju dan keinginan pembelian terhadap sesuatu tanpa berdasarkan pada kebutuhan. Oleh karena itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membuat masyarakat khususnya Generasi Z untuk bisa menyadari dan mengurangi konsumsi yang berlebihan dan lebih bijak dalam finansialnya supaya tidak menjadi perilaku konsumtif.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

- 1) Apakah terdapat pengaruh pada kemudahan pembayaran *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bangkalan?

- 2) Apakah terdapat pengaruh pada gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bangkalan?
- 3) Apakah terdapat pengaruh pada *purchase intention* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bangkalan?
- 4) Apakah terdapat pengaruh antara kemudahan pembayaran *e-wallet*, gaya hidup dan *purchase intention* terhadap generasi Z di Kecamatan Bangkalan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini ialah untuk :

- 1) Untuk mengetahui apakah kemudahan pembayaran *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bangkalan
- 2) Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bangkalan
- 3) Untuk mengetahui apakah *purchase intention* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bangkalan
- 4) Untuk mengetahui apakah kemudahan pembayaran *e-wallet*, gaya hidup dan *purchase intention* berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bangkalan

Dengan mencapai tujuan-tujuan tersebut, sangat diharapkan penelitian ini pemahaman yang lebih lanjut dan mendalam mengenai pengaruh kemudahan pembayaran *e-wallet*, gaya hidup dan *purchase intention* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Bangkalan.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat dijadikan sebagai pandangan yang bisa dibahas dan dikembangkan juga bermanfaat bagi pihak-pihak lain yaitu :

1) Manfaat Teoritis

- a. Menambahkan pengembangan teori dan menambah pemahaman mengenai perilaku konsumtif.
- b. Menyediakan model analisis yang dapat digunakan dalam penelitian lebih lanjut tetapi dalam konteks maupun daerah lain yang berbeda.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Memberi pemahaman terkini dan perspektif baru mengenai perilaku Generasi Z, khususnya dalam adanya kemudahan penggunaan pembayaran *e-wallet*, gaya hidup dalam tren yang selalu berkembang dan kontrol diri dalam minat pembelian pada kehidupan sehari-hari.

b. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Diharapkan bahwa dengan adanya temuan penelitian ini dapat menambah koleksi literatur ilmiah universitas dan memberikan informasi juga dasar untuk penelitian selanjutnya terkait adanya kemudahan pembayaran *e-wallet*, gaya hidup dan *purchase intention* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.

c. Bagi Generasi Z

Penelitian ini sangat diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman Generasi Z mengenai adanya pengaruh dalam kemudahan pembayaran *e-wallet*, gaya hidup dan *purchase intention* terhadap perilaku konsumtif agar mereka dapat selalu lebih bijak dalam mengelola keuangan dan keputusan pembelian yang relevan dan bermanfaat, membantu mereka memahami bagaimana transaksi digital yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka juga lebih mudah untuk beradaptasi dengan perubahan tren agar mereka dapat lebih sadar akan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam memilih keputusan yang dapat mendorong adanya perilaku konsumtif berkelanjutan.