

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengintegrasikan berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sistem transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat di sektor keuangan adalah *fintech* (*Financial Technology*), yang mencakup layanan seperti pembayaran digital, pinjaman, investasi, dan lainnya (Adhiarso et al., 2019). Di Indonesia, bisnis *fintech* masih didominasi oleh sektor pembayaran (43%), menunjukkan pergeseran signifikan dari transaksi tunai ke *digital payment* (Marginingsih, 2021). Kemajuan teknologi ini telah mendorong adopsi metode pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan efisien, didukung oleh semakin banyaknya pusat perbelanjaan dan bisnis yang menerima transaksi digital. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital mulai menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Inovasi dalam *digital payment* terus berkembang, terutama dengan pemanfaatan *smartphone* dan berbagai *platform* seperti *e-wallet* (*GoPay*, *OVO*, *ShopeePay*, *Dana*) serta *QRIS* (*Quick Response Code Indonesian Standard*) (Annisa et al., 2022). Peningkatan jumlah transaksi pembelian menggunakan uang elektronik dari tahun ke tahun mencerminkan pertumbuhan pesat pembayaran digital yang semakin dominan di era ekonomi digital. Kemudahan bertransaksi tanpa uang tunai, beragam promo menarik, serta integrasi dengan layanan perbankan menjadikan metode pembayaran digital semakin diminati oleh masyarakat luas, termasuk di

kalangan mahasiswa yang cenderung mencari cara bertransaksi yang cepat, mudah, dan ekonomis.

Tabel 1.1 Volume dan Nilai Transaksi Pembelian Uang Elektronik

Tahun	Volume Transaksi (Ribu transaksi)	Nilai Transaksi (Rp Milliar)
2020	4.625.704	204.909
2021	5.451.471	305.436
2022	6.925.778	407.534
2023	7.734.227	457.729
2024	10.385.213	597.199

Sumber: Bank Indonesia (2025)

Sejalan dengan meningkatnya adopsi pembayaran digital, data dalam Tabel 1.1 yang bersumber dari Bank Indonesia (2025) melalui Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) menunjukkan bahwa volume transaksi pembelian menggunakan uang elektronik mengalami peningkatan yang signifikan, dari 4.625.704 ribu transaksi menjadi 10.385.213 ribu transaksi dalam beberapa tahun terakhir. Di samping itu, nilai transaksi pembelian juga mengalami lonjakan tajam, dari Rp 204,909 triliun menjadi Rp 597,199 triliun. Lonjakan ini mencerminkan bahwa pembayaran digital telah menjadi bagian integral dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, di balik pertumbuhan pesat ini, muncul tantangan baru yang tidak bisa diabaikan, salah satunya adalah peningkatan perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang paling rentan terhadap pembelian impulsif, yakni keputusan untuk membeli sesuatu secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan yang matang. Mukti et al. (2023) menyatakan bahwa kemudahan pembayaran digital, seperti metode

One Click, promo diskon, dan fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL), telah meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk pembelian secara impulsif. Studi yang dilakukan oleh Filany & Putri (2024) menemukan bahwa penggunaan *e-wallet* dan promo diskon memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa. Kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh *e-wallet*, ditambah dengan strategi pemasaran seperti *cashback* dan diskon, mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini juga mendukung temuan tersebut. Berdasarkan pengamatan di lingkungan kampus yang sering dikunjungi mahasiswa, terlihat bahwa sebagian besar mahasiswa lebih memilih menggunakan *digital payment* untuk transaksi harian mereka. Di samping itu, banyak mahasiswa yang cenderung memanfaatkan promo diskon dan *cashback* yang ditawarkan oleh penyedia layanan *digital payment*, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk pembelian lebih sering, bahkan untuk barang yang tidak direncanakan sebelumnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan promosi yang menarik dari *digital payment* dapat menjadi pemicu utama dalam meningkatnya perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa.

Selain kemudahan pembayaran, mahasiswa juga menghadapi tantangan dalam mengelola kestabilan finansial mereka, terutama karena ketergantungan pada sumber pendapatan yang terbatas, seperti uang saku dari orang tua atau beasiswa. Kondisi ini membuat mereka lebih rentan

terhadap perilaku konsumtif, khususnya pembelian impulsif, yang semakin diperburuk oleh perkembangan *e-commerce* dan *financial technology* (*fintech*). Widyaningsih et al. (2024) menegaskan bahwa perilaku konsumtif yang tidak terkendali di kalangan mahasiswa dapat berdampak jangka panjang, termasuk kesulitan dalam memenuhi kebutuhan utama, penumpukan utang konsumtif, serta rendahnya kemampuan menabung akibat ketergantungan pada layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) dan pemasaran digital yang agresif.

Salah satu faktor yang dapat membantu mahasiswa mengendalikan pengeluaran dan mengelola keuangan dengan lebih baik adalah literasi keuangan. Literasi keuangan mencakup pemahaman tentang pengelolaan uang, perencanaan keuangan, investasi, serta risiko keuangan (Sugiharti & Maula, 2019). Studi oleh Mustikasari & Septina (2023) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa, di mana semakin tinggi literasi keuangan, semakin baik pengelolaan keuangan mereka. Namun, tingkat literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah. Survei Otoritas Jasa Keuangan (2024) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan mahasiswa hanya mencapai 34,57%, angka yang masih jauh dari optimal jika dibandingkan dengan negara-negara maju. Rendahnya pemahaman tentang konsep keuangan dasar ini berkontribusi terhadap semakin sulitnya mahasiswa dalam mengontrol pengeluaran mereka, terutama dalam ekosistem digital yang mendorong kemudahan transaksi.

Sejumlah penelitian telah membahas dampak pembayaran digital terhadap pola konsumsi mahasiswa. Pameswaran & Islam (2022) menemukan bahwa penggunaan dompet digital (*e-wallet*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku pembelian impulsif, di mana semakin tinggi penggunaannya, semakin besar kecenderungan individu untuk pembelian impulsif. Namun, penelitian ini hanya berfokus pada *e-wallet*, sedangkan penelitian saya menggunakan konsep yang lebih luas, yaitu *digital payment*, yang mencakup tidak hanya *e-wallet* tetapi juga metode pembayaran digital lainnya, seperti *mobile banking*, *virtual account*, dan *pay later*. Di samping itu, penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor literasi keuangan, yang berperan dalam mengendalikan perilaku pembelian impulsif. Sementara itu, penelitian lain lebih banyak membahas aspek teknologi finansial, tanpa mengkaji bagaimana literasi keuangan dapat membantu mahasiswa mengontrol pengeluaran mereka dalam ekosistem transaksi digital yang semakin berkembang, sehingga terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi melalui studi lebih lanjut mengenai hubungan antara *digital payment*, literasi keuangan, dan perilaku pembelian impulsif mahasiswa, guna memahami bagaimana mahasiswa dapat mengelola pengeluaran mereka secara lebih bijak di era digital.

Tantangan utama dalam mengontrol pembelian impulsif di kalangan mahasiswa adalah kombinasi akses teknologi yang semakin mudah, rendahnya literasi finansial, serta strategi pemasaran agresif dari

layanan keuangan digital. Amadi et al. (2023) menyatakan bahwa pengelolaan uang yang buruk dapat menyebabkan mahasiswa mengalami masalah keuangan jangka panjang, seperti ketergantungan pada utang konsumtif atau kesulitan membangun tabungan untuk masa depan. Di samping itu, menurut Arifin & Cahya (2024) *platform* pembayaran digital terus menghadirkan fitur baru yang semakin mendorong pembelian impulsif, seperti *poin reward*, *bonus referral*, dan elemen gamifikasi. Jika tidak diimbangi kontrol finansial yang baik, mahasiswa berisiko terjebak dalam pola konsumsi tidak sehat dan sulit keluar dari kebiasaan tersebut.

Penelitian ini menjadi semakin penting mengingat tren digitalisasi yang pesat serta tingginya ketergantungan mahasiswa pada pembayaran digital. Jika tidak dikelola dengan baik, fenomena ini dapat berdampak negatif pada stabilitas keuangan individu serta perekonomian secara lebih luas. Berdasarkan hal itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai interaksi antara *digital payment* dan literasi keuangan dalam membentuk perilaku pembelian impulsif mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi institusi pendidikan dan regulator keuangan untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswa, baik melalui kurikulum formal maupun program edukasi non-formal yang lebih interaktif.

Perkembangan teknologi digital memang membawa manfaat yang besar, tetapi juga menghadirkan tantangan baru dalam pengelolaan keuangan individu. Meningkatnya penggunaan *digital payment*,

mahasiswa semakin rentan terhadap pembelian impulsif, terutama jika tingkat literasi keuangan mereka masih rendah. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam literatur dengan meneliti bagaimana kedua faktor ini berinteraksi serta memberikan rekomendasi yang dapat membantu mahasiswa mengelola keuangan mereka secara lebih bijak di era digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan penelitian yang dikaji, yaitu:

1. Apakah *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura?
3. Apakah *digital payment* dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.

2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.
3. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* dan literasi keuangan secara simultan terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur mengenai pengaruh *digital payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif, khususnya di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menambah perspektif baru dalam studi perilaku konsumsi dengan menyoroti bagaimana kemudahan transaksi digital dapat mempengaruhi kebiasaan pembelian tanpa perencanaan. Di samping itu, penelitian ini juga memperkuat teori bahwa literasi keuangan bukan hanya sekadar pemahaman tentang pengelolaan uang, tetapi juga berperan dalam membantu individu mengendalikan pola konsumsi mereka dalam ekosistem transaksi digital yang semakin berkembang. Temuan ini juga memberikan wawasan mengenai bagaimana fitur-fitur dalam *digital payment*, seperti kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, dan

integrasi dengan marketplace, dapat mempengaruhi perilaku pembelian impulsif, sehingga dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan dalam memahami dampak digitalisasi keuangan terhadap manajemen keuangan individu.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa agar lebih menyadari bagaimana penggunaan *digital payment* dapat mempengaruhi kebiasaan pembelian mereka, terutama dalam aspek pembelian impulsif. Pemahaman terhadap peran literasi keuangan, mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dalam mengelola pengeluaran mereka dan menghindari jebakan konsumsi yang tidak terkendali. Di samping itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi institusi pendidikan dan regulator keuangan dalam merancang program peningkatan literasi keuangan yang lebih efektif, baik melalui kurikulum akademik maupun edukasi non-formal. Bagi penyedia layanan *fintech*, penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan dalam mengembangkan fitur yang lebih mendukung pengelolaan keuangan yang sehat bagi pengguna, terutama dengan mempertimbangkan aspek edukasi finansial di dalam platform digital mereka.