

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

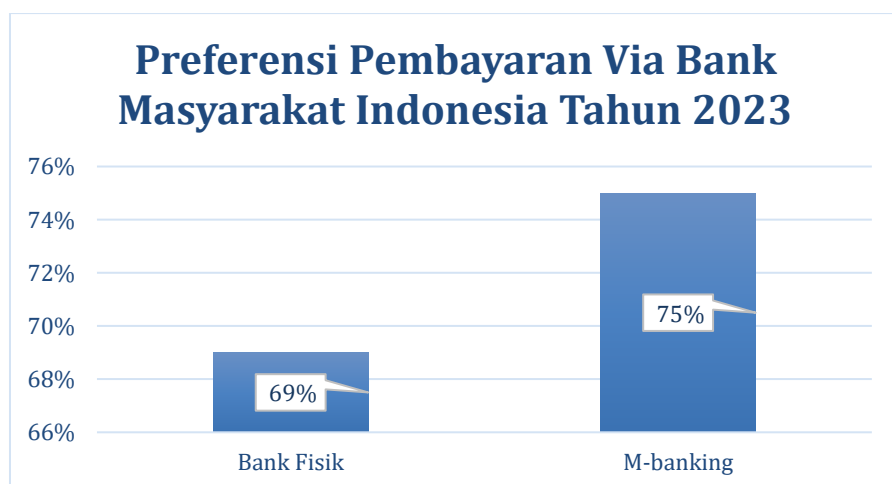
Transformasi digital di sektor keuangan merupakan fenomena global yang mendorong perubahan mendasar dalam sistem transaksi serta mekanisme penyediaan layanan keuangan. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara lembaga keuangan merancang dan mendistribusikan produk keuangan secara lebih efisien, cepat, dan terintegrasi. Dalam konteks tersebut, *financial technology (fintech)* muncul sebagai inovasi yang berperan penting dalam modernisasi sistem keuangan global. Kawasan Asia Tenggara, Indonesia menempati posisi strategis dalam pengembangan ekosistem Fintech. Laporan *fintech in Asia* (Djamhari et al., 2024) sebuah survei oleh United Overseas Bank, PwC Singapura, *Fintech Association* menunjukkan bahwa ekosistem di kawasan Asia Tenggara yaitu Indonesia menempati posisi tertinggi dalam jumlah pengguna layanan *fintech*.

Perkembangan tersebut juga tercermin dari meningkatnya jumlah perusahaan *fintech* yang berjalan secara resmi serta diawasi langsung oleh lembaga pengatur yang berwenang. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah perusahaan *fintech lending* yang telah memperoleh izin resmi mengalami peningkatan dari 98 perusahaan pada tahun 2022 menjadi 101 perusahaan pada Oktober 2023 (Pakpahan et al., 2025). Peningkatan ini menunjukkan bahwa industri *fintech* terus mengalami ekspansi dan memiliki

peran yang semakin signifikan dalam mendukung stabilitas serta efisiensi sistem keuangan di Indonesia.

Financial technology (fintech) sendiri dipahami sebagai suatu layanan yang memanfaatkan teknologi informasi dalam penyediaan produk keuangan untuk menyederhanakan proses transaksi sekaligus meminimalisir risiko penipuan (Apriliawati, I. P., & Indriastuti, 2025). Peran *fintech* dalam sistem keuangan tidak hanya terbatas pada inovasi teknologi, tetapi juga mencakup fungsi strategis dalam membentuk arsitektur sistem keuangan digital. *Fintech* membangun mekanisme transaksi yang lebih adaptif melalui otomatisasi proses, integrasi lintas platform, serta pengurangan hambatan transaksi konvensional. Peran sistemik tersebut memperkuat efisiensi sistem pembayaran dan mempercepat sirkulasi transaksi ekonomi, sekaligus memperbanyak koneksi layanan keuangan hingga ke wilayah yang sebelumnya rumit diraih oleh perbankan konvensional (Negarawati, E., & Rohana, 2024).

Gambar 1 1 Preferensi pembayaran via bank masyarakat Indonesia



Sumber: TECHINASIA

Salah satu manifestasi utama dari peran strategis *fintech* terlihat pada berkembangnya layanan pembayaran digital (*fintech payment*). Layanan ini menawarkan alternatif transaksi non-tunai yang lebih praktis, cepat, dan terintegrasi (Pakpahan et al., 2025). Gambar data 1.2 menunjukkan bahwa pembayaran melalui *m-banking* mencapai 75%, lebih tinggi dibandingkan transaksi melalui bank fisik sebesar 69%. Fakta ini mencerminkan semakin dominannya *fintech* dalam membentuk sistem pembayaran digital di Indonesia.

Peningkatan *fintech* terjadi karena pasar digital terus berkembang dan semakin banyak orang yang memiliki akses ke perangkat seluler. Akibatnya, kebutuhan masyarakat terhadap layanan pembayaran *fintech* berbasis ponsel untuk mendukung transaksi online juga semakin meningkat (Kang, 2018). *Fintech* mencakup berbagai platform, aplikasi, dan perangkat yang digunakan dalam sektor keuangan, mencakup layanan transaksi digital, aplikasi penyimpanan dana, hingga sistem pinjaman berbasis keuangan (Kang, 2018).

Kehadiran dompet digital (*e-wallet*) dan berbagai aplikasi pembayaran telah mendorong perubahan pola perilaku konsumen, khususnya pada kelompok generasi muda seperti mahasiswa (Pakpahan et al., 2025). Penelitian yang dilakukan oleh (Chlorita et al., 2024) menunjukkan bahwa *fintech* memberikan dampak positif dengan mempermudah pembayaran digital, memungkinkan mahasiswa menjalankan pembayaran tanpa uang tunai serta mempersingkat proses pembayaran, serta meningkatkan aspek keamanan kemudahan akses melalui aplikasi *mobile* menjadi faktor utama yang mendukung gaya hidup mahasiswa yang efektif dan efisien.

Mahasiswa, sebagai generasi yang lekat dengan teknologi digital, termasuk di antara pengguna layanan *financial technology* yang paling aktif (Krisnawati, A., & Ratnawati, 2025). Hal ini Selaras dengan penelitian (Mustaqima, M., Dama, H., & Selvi, 2024) mengungkapkan bahwa Generasi Z, khususnya mahasiswa lebih memanfaatkan layanan dompet digital seperti Dana, OVO, Shopeepay, Gopay dan platform serupa, dengan tingkat pemanfaatan yang mencapai sekitar 68%. Adanya kemudahan akses dan berbagai promosi yang ditawarkan, layanan *fintech* semakin diminati sebagai metode pembayaran favorit di era digital saat ini.

Fintech dirancang untuk menyederhanakan proses pembayaran dan meningkatkan efisiensi transaksi, sehingga hambatan psikologis dalam berbelanja, seperti keterbatasan uang tunai atau proses pembayaran yang rumit, menjadi semakin berkurang. Kondisi ini berpotensi meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif. Selaras oleh penelitian (Garrett et al., 2014) dimana sistem pembayaran digital yang bersifat instan berpotensi mendorong terjadinya pembelian tanpa perencanaan atau *impulsive buying*. Fenomena pembelian impulsif (*Impulsive buying*) juga kerap ditemukan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia (Damayanti et al., 2024). Pembelian impulsif yaitu aktivitas pembelian secara tidak sengaja tanpa pertimbangan yang cermat (Almasyhari et al., 2024); (Djamhari et al., 2024).

Perilaku pembelian (*Impulsive buying*) tanpa perencanaan tersebut berpotensi menimbulkan dampak negatif pada kondisi keuangan individu, seperti peningkatan pengeluaran, timbulnya utang, serta kesulitan dalam

mengelola anggaran pribadi (Almasyhari et al., 2024). Pembelian impulsif pada mahasiswa menjadi fenomena yang semakin relevan untuk dikaji, mengingat kelompok ini umumnya belum memiliki kestabilan pendapatan, namun memiliki kebutuhan sosial dan gaya hidup yang tinggi. Serta secara umum, mahasiswa berada pada fase dewasa awal, yaitu periode peralihan dari ketergantungan menuju kemandirian, baik dalam aspek ekonomi, emosional, maupun dalam penentuan pilihan hidup (Mubarak, M. R., Handoyo, A. W., & Wibowo, 2025).

Selain perkembangan *fintech*, fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* juga menjadi aspek penting yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa di era digital. *FoMO* didefinisikan sebagai kondisi psikologis berupa rasa cemas atau khawatir tertinggal dalam mengikuti tren terkini yang muncul saat seseorang membandingkan dirinya dengan orang lain yang dipandang memiliki kehidupan lebih bahagia, lebih berhasil, atau lebih memuaskan (Lutfiyah, 2025);(Alfian, 2024). Munculnya media sosial dan platform digital memperkuat fenomena *FoMO* melalui paparan konten promosi, diskon terbatas, *flash sale*, serta testimoni pengguna yang mendorong individu untuk segera melakukan pembelian.

Salah satu permasalahan utama adalah kecenderungan Generasi Z, termasuk mahasiswa terjerumus dalam pola konsumsi yang dipengaruhi oleh fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)*, yakni dorongan psikologis untuk mengikuti tren serta gaya hidup tertentu yang secara intensif disebarluaskan melalui media sosial (Pratama et al., 2024). Keinginan untuk menyesuaikan diri dengan

standar sosial yang tengah populer sering mendorong individu, khususnya generasi muda (mahasiswa), sering melakukan pengeluaran secara terburu-buru tanpa mempertimbangkan apa yang mereka beli untuk mengikuti standar sosial yang tengah populer. Dorongan untuk selalu “ikut arus” ini sering kali menyebabkan keputusan keuangan yang impulsif dan kurang bijaksana, sehingga berpotensi memperburuk kondisi keuangan pribadi.

Hal ini sejalan (Azalika, 2025) *FoMO* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, di mana orang yang takut ketinggalan *trend* cenderung membeli tanpa perencanaan. Temuan tersebut diperkuat oleh (Damayanti et al., 2024) yang menjelaskan bahwa rasa tertinggal yang ditimbulkan oleh *FoMO* akan berdampak pada keputusan konsumsi, di mana rendahnya kemampuan pengendalian diri membuat individu lebih rentan melakukan pembelian secara impulsif. Perpaduan antara kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh *fintech* dan dorongan psikologis *FoMO* membentuk situasi yang mendukung terjadinya perilaku konsumsi yang cenderung tidak rasional.

Meskipun *fintech* dan *FoMO* memiliki potensi besar dalam mendorong pembelian impulsif, tidak semua mahasiswa menunjukkan tingkat perilaku impulsif yang sama. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya faktor internal individu yang berperan dalam mengendalikan perilaku konsumsi, salah satunya adalah *self-control*. Peran pengendalian diri (*self-control*) menjadi faktor penting dalam merespons karakteristik *fintech* dan fenomena *FoMO*. Hal ini sejalan oleh (Afandi & Hartati, 2017) yang menunjukkan adanya korelasi

negatif antara kemampuan pengendalian diri (*self-control*) dengan perilaku pembelian impulsif. Secara spesifik, individu dengan tingkat pengendalian diri (*self-control*) yang lebih kuat cenderung menunjukkan frekuensi pembelian impulsif yang lebih rendah. Sebaliknya, individu dengan pengendalian diri (*self-control*) yang lemah lebih berisiko untuk melakukan pembelian impulsif.

Pengendalian diri (*self-control*) merupakan kapasitas individu untuk mengelola pemikiran, perasaan, dorongan, dan tindakan agar selaras dengan aspirasi atau standar yang ditetapkan, terlepas dari persuasi atau tekanan eksternal. Dalam konteks perilaku konsumsi, *self-control* berfungsi sebagai mekanisme pengendali yang dapat menekan kecenderungan pembelian impulsif meskipun individu dihadapkan pada kemudahan transaksi *fintech* dan tekanan *FoMO* yang tinggi. Hal ini sejalan oleh (Amalia, D. S., & Yuliati, 2025) menunjukkan bahwa kemampuan pengendalian diri (*self-control*) berkaitan dengan pembentukan perilaku keuangan yang lebih sehat, sementara rendahnya regulasi diri dapat meningkatkan kerentanan terhadap belanja impulsif, khususnya dalam merespons berbagai penawaran dan promosi digital.

Mahasiswa dengan tingkat *self-control* yang baik terdorong lebih wajar dalam menetapkan keputusan pembelian, sedangkan mahasiswa dengan *self-control* rendah lebih mudah terpengaruh oleh dorongan emosional dan situasional. Hal ini sejalan oleh (Permadani, 2024) *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui *self-control*, di mana semakin berkembangnya *fintech* mempengaruhi kemampuan mahasiswa

dalam mengelola pengeluaran, dan mahasiswa dengan kontrol diri tinggi cenderung menggunakan *fintech* hanya untuk kebutuhan pokok.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan terkait pengaruh *fintech* terhadap pembelian impulsif. Penelitian (Manuhutu et al., 2025); (Agustina et al., 2025); (Pakpahan et al., 2025) menemukan bahwa *fintech* berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Namun, temuan tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Ramdhani et al., 2025); (Sinaga, 2022) mengungkapkan bahwa *fintech* (*e-wallet*) tidak menunjukkan pengaruh terhadap pembelian impulsif. Penelitian (Kumala et al., 2024) menunjukkan bahwa *self-control* berfungsi sebagai variabel moderasi yang mampu memperlemah pengaruh *FoMO* terhadap perilaku pembelian impulsif (*impulsive buying*.)

Fenomena meningkatnya *fintech* di kalangan mahasiswa, tingginya paparan *FoMO* melalui media digital, serta beragamnya tingkat *self-control* individu menunjukkan adanya permasalahan perilaku konsumsi yang kompleks dan saling berkaitan. Kondisi ini menegaskan pentingnya penelitian yang mampu menjelaskan hubungan antara faktor teknologi, faktor psikologis, dan faktor pengendalian diri dalam membentuk perilaku pembelian impulsif mahasiswa.

Fenomena tersebut juga relevan untuk dikaji dalam konteks mahasiswa di Universitas Trunodjoyo Madura. Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada karakteristik mahasiswa yang berada pada tahap dewasa awal yaitu fase transisi dari ketergantungan menuju kemandirian dalam bermacam-macam sudut pandang kehidupan, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan

pengambilan keputusan konsumsi. Selain itu, mahasiswa juga memiliki tingkat akses yang tinggi terhadap teknologi digital, seperti penggunaan internet, media sosial, serta berbagai aplikasi transaksi dan pembayaran digital yang semakin berkembang, serta aktif memanfaatkan media sosial dan berbagai platform transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari. Karakteristik tersebut menjadikan mahasiswa sebagai kelompok yang cukup rentan terhadap pengaruh perkembangan *fintech* dan munculnya fenomena *FoMO* yang dapat mendorong terjadinya pembelian secara impulsif.

Mengacu pada penjelasan yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis menganggap penting untuk melakukan penelitian guna memperdalam serta memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai topik tersebut. Dengan demikian, penulis berencana melaksanakan penelitian yang berjudul "Pengaruh *Fintech* dan *FoMO* Terhadap pembelian impulsif pada Mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura dengan *Self-control* sebagai Variabel Moderasi" yang diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dan menjadi sumber referensi yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang terkait.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada temuan yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *fintech* berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura?

2. Apakah *FoMO* berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura?
3. Apakah *self-control* mampu memoderasi pengaruh *fintech* terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura?
4. Apakah *self-control* mampu memoderasi pengaruh *FoMO* terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *fintech* terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.
2. Mengetahui pengaruh *FoMO* terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.
3. Mengetahui peran *self-control* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *fintech* dan pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.
4. Mengetahui peran *self-control* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *FoMO* dan pembelian impulsif mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini bertujuan memperluas wawasan dalam literatur akademis terkait keterkaitan antara *financial technology (fintech)*,

fenomena psikologis *FoMO (Fear of Missing Out)*, serta pembelian impulsif, khususnya dalam konteks populasi mahasiswa.

- b. Studi ini mengkaji peran pengendalian diri (*self-control*) sebagai variabel moderasi yang berpotensi mengurangi efek negatif dari *fintech* dan *FoMO* terhadap pembelian impulsif.
- c. Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi acuan bagi studi-studi kemudian yang ingin mendalami interaksi antara aspek teknologi, psikologi, dan sikap dalam mengelola keuangan dalam kehidupan individu usia muda.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan wawasan bagi universitas dan lembaga pendidikan dalam merancang program edukasi keuangan yang efektif dengan fokus pada penguatan *self-control* guna mengurangi pembelian impulsif pada mahasiswa.
- b. Mendorong kesadaran dan kebijaksanaan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan *fintech* dan mengelola rasa *FoMO* sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan *financial* dan mental.
- c. Memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup mahasiswa melalui pengelolaan keuangan yang sehat dan pengembangan kemampuan *self-control* sebagai keterampilan penting dalam menghadapi tantangan *financial* di era digital.