

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah era globalisasi komunikasi yang semakin terpadu ini, kemajuan teknologi yang berkembang pesat telah membawa pergeseran dan perubahan yang cepat dalam suatu kehidupan di era globalisasi ini (Hanim, 2011 : 59). Kemajuan teknologi di era modern saat ini, menyebabkan penggunaan teknologi berkembang dengan pesat untuk memenuhi kebutuhan manusia di berbagai aspek kehidupan. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan teknologi segala hal dirasa lebih efektif dan efisien dalam penggunaannya. Dengan pemanfaatan teknologi, masyarakat sangat terbantu untuk mendapatkan sebuah layanan. Sama halnya di bidang keuangan atau finansial juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Teknologi dan finansial memiliki keterkaitan satu sama lain (Ansori, 2019 : 32)

Sebuah inovasi perkembangan teknologi di bidang keuangan adalah *Financial Technology* atau *fintech*. Teknologi finansial (*Financial Technology*) disingkat atau disebut dengan TekFin atau *Fintech*. Teknologi Finansial dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 merupakan penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran. Penyelenggara teknologi finansial yakni meliputi sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi dan manajemen resiko, pinjaman, pembiayaan dan penyedia modal, dan jasa finansial lainnya. Meskipun *fintech* bukan merupakan lembaga keuangan seperti perbankan namun *fintech* tetap diatur oleh Bank Indonesia agar konsumen atau masyarakat dapat terlindungi. Oleh karena itu perusahaan penyelenggara *fintech* wajib mendaftarkan perusahaannya pada Bank Indonesia ataupun Otoritas Jasa Keuangan (Rahmah, 2018 : 644).

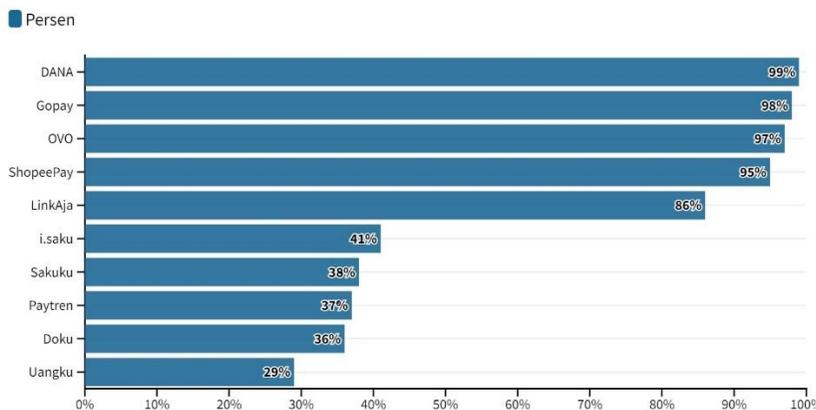
Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 888/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus menghadirkan berbagai inovasi, salah satunya yang berkaitan dengan pembayaran yaitu *financial technology* (*fintech*). Industri *fintech* menghadirkan sistem pembayaran uang elektronik dalam berbagai bentuk. Uang elektronik dapat berbentuk smartcards dengan *chip* ataupun *application based*. Uang

elektronik dapat digunakan sebagai alat pembayaran pada *merchant-merchant* tertentu yang mengadakan kerjasama dengan penerbit uang elektronik. *E-money* pada hakikatnya merupakan uang tunai yang dikonversi menjadi data elektronik yang disimpan pada media penyimpanan pada kartu yang berbentuk chip atau server. Fungsi *e-money* tidak jauh berbeda dengan fungsi uang tunai. Penggunaan uang elektronik (*e-money*) dilakukan dengan pemindahan dana secara elektronik pada merchant dengan mengurangi secara langsung nilai uang elektronik pada media yang dikelola oleh pemegang uang elektronik (Usman, 2017 : 271)

Seiring dengan dikenalnya uang elektronik yang berbasis *chip* secara luas di tengah-tengah masyarakat, maka banyak perusahaan start up membangun bisnis *fintech* sehingga tercipta yang disebut *E-Wallet*. *E-Wallet* sebenarnya juga termasuk dalam uang elektronik atau *e-money*, perbedaannya pada media penyimpanan uang elektroniknya. *E-Wallet* adalah suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik. Tidak membutuhkan media kartu, hanya menggunakan *smartphone* yang pasti dibawa oleh masyarakat saat ini maka *E-Wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi (Widyanti, 2020 : 55). Berikut adalah data penggunaan *E-Wallet* terbanyak di Indonesia pada tahun 2022 :

10 Startup Digital Payment Paling Banyak Diketahui Masyarakat Indonesia

Q1 Tahun 2022



GoodStats

Sumber: DailySocial.id

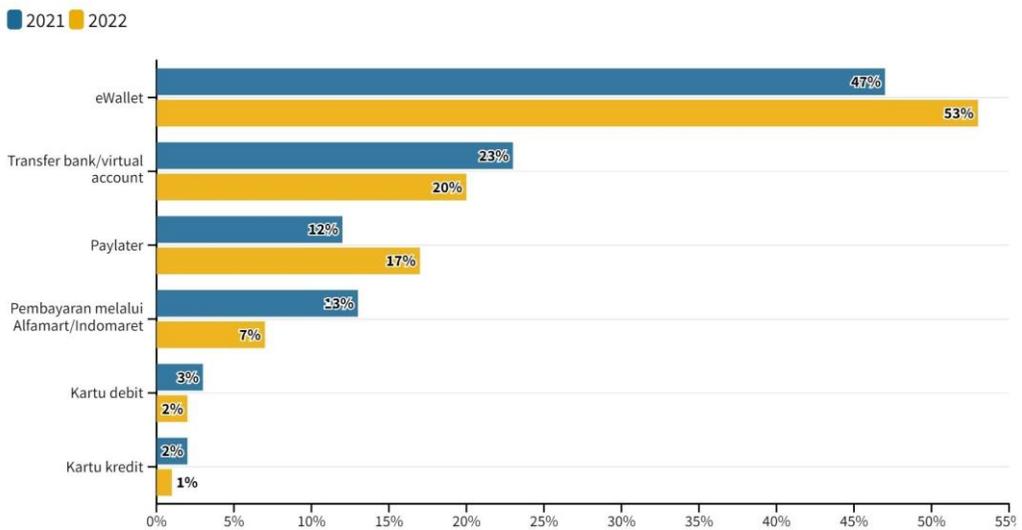
Gambar 1. Data Pengguna *E-Wallet* di Indonesia Pada Tahun 2022

Bank Indonesia (BI) mencatat pada Februari 2022, nilai transaksi uang elektronik tumbuh sebesar 41,35 persen dibandingkan secara *year-on-year* (YoY) dengan tahun sebelumnya. Pertumbuhan nilai transaksi ini pun dilansir mencapai Rp27,1 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi di sektor *eCommerce* berkembang secara pesat begitu pula dengan sektor *financial technology* (*fintech*) yang memberikan lebih banyak opsi bagi konsumen untuk melakukan pembayaran di *eCommerce*.

Hasil survei yang dilakukan oleh *Katadata Insight Center* (KIC) bersama dengan *Kredivo* menunjukkan bahwa *E-Wallet* jadi metode pembayaran digital yang paling sering digunakan oleh konsumen saat berbelanja di *eCommerce*. Persentasenya mencapai 53 persen pada tahun 2022.

Metode Pembayaran Paling Sering Digunakan Saat Berbelanja di eCommerce

Tahun 2021 & 2022



GoodStats

Sumber: KIC & Kredivo

Gambar 2. Data Metode Pembayaran yang Paling Sering Digunakan Saat Berbelanja Online

Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya Layanan *E-Wallet* atau dompet digital mengalami pertumbuhan paling pesat dibandingkan metode pembayaran lainnya. Adapun pada tahun sebelumnya, persentase konsumen yang menggunakan *eWallet* saat berbelanja *online* ialah sebesar 47 persen. Data ini menunjukkan bahwa *e-money* (uang elektronik) sudah banyak digunakan di Indonesia. Hal ini diperkuat dengan hasil survey yang berjudul *Consumer expect cashless 6 society by 2030* menyatakan 42% responden merasakan bahwa kemunculan *e-money* sangat memudahkan hidup mereka (RBS Worldplay, 2009).

Semakin mudahnya transaksi jual-beli saat ini dengan keberadaan *e-money* membuat masyarakat rentan dengan berperilaku konsumtif. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2016) yang berjudul pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan penggunaan uang elektronik terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh kemudahan serta kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh alat pembayaran *e-money*. Secara psikologis seseorang akan lebih mudah mengeluarkan uang dalam bentuk non tunai dibanding tunai. Fakta hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang cenderung konsumtif (Ramadani, 2016).

**Tabel 1.1 Hasil Wawancara Tentang Perilaku Konsumtif
Pada Penggunaan *E-Wallet***

Subjek	Verbatim	Kesimpulan
R	Saya menggunakan E-Wallet daripada cash tapi saya juga merasa semakin boros karena banyak membeli barang yang saya sebenarnya tidak butuhkan, saya beli karena diskon dan berpikir akan membutuhkan suatu hari nanti.	Subjek R merasa sangat boros ketika menggunakan <i>E-Wallet</i> karena sering membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan hanya karena tergiur oleh promo atau diskon. Berdasarkan dari wawancara subjek R menunjukkan salah satu kriteria perilaku konsumtif yaitu Membeli produk karena iming-iming. Dalam hal ini perilaku konsumtif yang ditunjukan memenuhi aspek pemborosan dan pembelian impulsif.

I	<p>Saya merasakan perubahan terhadap financial saya, karena adanya penawaran diskon dan cashback membuat saya tergiur untuk memakainya sehingga pengeluaran saya berlebihan, sehingga saya membeli beberapa barang sebagai stok karena sedang diskon padahal biasanya saya membeli produk A tapi saya ingin mencoba produk lain yang ditawarkan. Seperti skincare.</p>	<p>Subjek I merasakan perubahan financialnya setelah menggunakan <i>E-Wallet</i>. Berdasarkan dari hasil wawancara subjek I menunjukkan kriteria perilaku konsumtif yaitu Mencoba lebih dari dua produk sejenis. Dalam hal ini perilaku konsumtif yang ditunjukan memenuhi aspek pemborosan dan pembelian impulsif</p>
A	<p>Perubahan yang saya alami setelah memakai E-Wallet adalah Pengeluaran kadang jadi lebih banyak karena apa-apa tinggal tf dihp langsung beres. Terkadang juga saya membeli barang juga gak sengaja, kaya misalnya di aplikasi shopee ada gratis ongkir minimalnya 40 ribu, tapi produk yang saya beli gak sampe 40 ribu. Jadi saya harus beli produk lain buat genapin harganya agar mendapat gratis ongkir.</p>	<p>Subjek A mengalami perubahan financial yang dimana pengeluarannya bertambah karena menggunakan <i>E-Wallet</i>. Berdasarkan hasil wawancara subjek A menunjukkan kriteria perilaku konsumtif yaitu membeliproduk karena iming-iming. Karena subjek A ingin mendapatkan voucher gratis ongkir ia jadi harus membeli barang yang tidak masuk kebutuhannya. Dalam hal ini perilaku konsumtif yang ditunjukan memenuhi aspek pemborosan dan pembelian impulsif</p>
F	<p>Kalau menggunakan E-Wallet jujur saya lebih boros. Karena tergiur dengan diskon-diskon. menurut saya semakin boros ketika menggunakan e wallet. Karena terkadang juga saya melihat barang yang menurut saya lucu atau indah diskonnya besar, sehingga saya membelinya.</p>	<p>Subjek F merasa lebih boros menggunakan <i>E-Wallet</i> karena tergiur dengan diskon-diskon. Berdasarkan hasil wawancara subjek F menunjukkan kriteria perilaku konsumtif yaitu Membeli barang bila kemasannya menarik Dalam hal ini perilaku konsumtif yang ditunjukan memenuhi aspek pemborosan dan Pembelian yang tidak rasional.</p>

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa subjek lebih berperilaku konsumtif dalam menggunakan *E-Wallet*. Subjek R merasa sangat boros ketika menggunakan *E-Wallet* karena sering membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan hanya karena tergiur oleh promo atau diskon. Subjek I dan A merasakan perubahan finansialnya setelah menggunakan *E-Wallet*. Subjek F merasa lebih boros menggunakan *E-Wallet* karena tergiur dengan diskon-diskon.

Pada hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka terbantu dengan adanya *E-Wallet* karena sangat mudah dioperasikan serta praktis untuk melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Selain itu promosi dan diskon yang ditawarkan oleh layanan *E-Wallet* cukup berpengaruh pada keputusan pembelian karena subjek merasa mendapat keuntungan. Kemudahan dan promosi yang diberikan oleh layanan *E-Wallet* menyebabkan mayoritas subjek menjadi kurang dapat mengontrol pengeluarannya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Laila Ramadani (2016) dengan judul Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa, menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2014. Hal ini dikarenakan kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dalam aplikasi uang elektronik (*e-money*) sehingga penggunaan uang elektronik semakin meningkat dikalangan mahasiswa. Semakin tinggi penggunaan uang elektronik (*e-money*) maka akan semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi mahasiswa.

1.2 Identifikasi Masalah

Lina & Rosyid (1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang sudah tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan karena keinginan yang tidak rasional. Sedangkan menurut Fromm (2008) menggambarkan perilaku konsumtif sebagai keinginan membeli yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa mempedulikan kegunaan, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status, prestige, kekayaan, keistimewaan dan sesuatu yang mencolok.

Perilaku konsumtif seseorang dalam penggunaan *E-Wallet* dapat dipengaruhi oleh kemudahan transaksi dalam layanan *E-Wallet*. Teknologi informasi dan internet menjadi sangat penting dalam transaksi non tunai, karena kita tidak lagi menggunakan uang fisik dalam melakukan pertukaran. Sistem pembayaran menjadi sangat berbeda dari keadaan biasanya, karena semuanya akan berbasis digital. Berdasarkan *Consumer Payment Attitudes Study* menyatakan bahwa masyarakat Indonesia suka menggunakan transaksi non tunai dengan manfaatnya seperti dapat membandingkan harga produk dalam kategori yang sama, merupakan sistem pembayaran yang lebih aman dan sistemnya *real-time*. Sehingga kemudahan alat transaksi non tunai memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat (Giswandhani & Hilmi, 2020).

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif muncul dikarenakan adanya faktor internal dan faktor eksternal, yaitu faktor internal yang mempengaruhi pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri, sedangkan Faktor eksternal yang memengaruhi pada perilaku konsumtif individu adalah keluarga, kebudayaan, kelas sosial dan kelompok-kelompok sosial. Selain faktor yang telah dipaparkan di atas, salah satu faktor yang menentukan kecenderungan perilaku konsumtif adalah kontrol diri yang termasuk pada salah satu faktor kepribadian seseorang (Munandar, 2006).

**Tabel 1.2 Hasil Wawancara Tentang Persepsi Kemudahan
Pada Penggunaan *E-Wallet***

Subjek	Verbatim	Kesimpulan
R	Saya lebih memilih <i>E-Wallet</i> daripada pembayaran cash karena jaman sekarang tidak semua bisa dibeli dengan cash. keuntungan lain yang saya dapatkan adalah penggunaan <i>E-Wallet</i> sangat mudah karena tinggal klik-klik saja. Itu sih yang buat saya kadang khilaf buat belanja online.	Subjek R merasa mendapat keuntungan tersendiri ketika menggunakan <i>E-Wallet</i> , karena menurutnya penggunaan <i>E-Wallet</i> yang sangat mudah tinggal-klik klik saja memudahkan subjek R untuk berbelanja online.
I	Saya biasa menggunakan gopay karena lebih mudah dalam memesan makanan dan lebih banyak promo. saya lebih suka memakai gopay daripada cash saat memesan makanan karena lebih simple, saya hampir tidak pernah memakai cash sejak memakai	Subjek I merasa bahwa ketika akan menggunakan jasa transportasi seperti gojek atau membeli makanan secara online akan lebih mudah jika ia menggunakan <i>E-Wallet</i> (gopay) karena ia tidak perlu mengeluarkan uang cash lagi dari dompet.

	gopay atau E-Wallet. menurut saya Keuntungannya lebih mudah untuk melakukan transaksi tanpa perlu ribet membawa uang	
A	Saya memakai dana selama 2 tahun belakang. lebih suka pakai dana karena lebih praktis dan gaperlu tarik cash lagi dari atm dan gaperlu ribet bawa dompet. banyak potongan harga ketika saya menggunakan E-Wallet daripada cash tapi saya juga merasa semakin boros karena banyak membeli barang yang saya sebenarnya tidak butuhkan	Subjek A merasa pengeluarannya lebih boros ketika menggunakan <i>E-Wallet</i> karena menurutnya <i>E-Wallet</i> terlalu praktis untuk digunakan sehingga terkadang ia membeli barang yang sebenarnya tidak ia butuhkan.
F	Saya memakai shopeepay sudah satu tahun lamanya. saya lebih memilih E-Wallet saat berbelanja karena ga ribet. Terus juga kaya belanja online gitu lebih enak bayar di aplikasi aja daripada COD. E-Wallet juga fleksibel kalo misal tbtb pulsa/kuota abis bisa langsung beli di aplikasi. keuntungan yang saya rasakan selama ini menggunakan E-Wallet adalah fleksibel bisa digunain dimana aja kapan aja dalam situasi apapun, ga ribet, cepat.	Subjek F memilih <i>E-Wallet</i> saat berbelanja online karena menurutnya lebih mudah menggunakan <i>E-Wallet</i> daripada bayar di minimarket terdekat.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa setiap subjek memiliki kebiasaan atau keputusan yang hampir sama dalam menggunakan *E-Wallet*. Ke-empat subjek mengatakan lebih memilih atau akan memilih *E-Wallet* dalam bertransaksi atau berbelanja secara online karena menurut mereka *E-Wallet* lebih mudah digunakan dan praktis tidak perlu menyiapkan uang cash saat barang atau makanan sampai ke tujuan dan membuat mereka lebih berperilaku konsumtif karena kemudahan transaksi menggunakan layanan aplikasi *E-Wallet*. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurdin pada tahun 2022 pada judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology (Fintech) Go - Pay* Pada Generasi Milenial” menyatakan bahwa persepsi kemudahan

berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech pada generasi milenial (Nurdin & Basalamah, 2022).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *populix*, alasan masyarakat Indonesia menggunakan *E-Wallet* dibandingkan dengan *cash* atau uang tunai adalah praktis dan efisien, dengan presentase 56,83% (1449 responden yang memilih), sedangkan alasan terbanyak kedua adalah bisa bertransaksi dimana saja dengan presentase sebesar 19,66% (491 responden), alasan ketiga adalah promo yang ditawarkan dengan presentase 16,38% (409 responden), dan alasan terakhir adalah kemudahan *top-up* saldo dengan presentase paling rendah yaitu 7,13% (178 responden). Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia lebih memilih *E-Wallet* karena praktis dan efisien, serta kemudahan bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Berikut adalah data hasil survei yang dilakukan oleh *populix* :



Gambar 3. Hasil Survei Alasan Masyarakat Indonesia Memilih *E-Wallet*

Menurut Munandar (2006) salah satu faktor yang menentukan kecenderungan perilaku konsumtif adalah kontrol diri yang termasuk pada salah satu faktor kepribadian seseorang. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ulayya pada tahun 2020 yang berjudul “Hubungan Antara *Self Control* dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-money* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money*. Artinya, semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pengguna *e-money*. Begitupun sebaliknya, jika

semakin rendah kontrol diri maka tingkat perilaku konsumtif pengguna *e-money* akan semakin tinggi. Kontrol diri memberikan sumbangan efektif sebesar 75,3% perilaku konsumtif pengguna *e-money* (Ulayya & Mujiasih, 2020).

Menurut Tangney, Baumeister & Boone (2004) mengatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilaku berdasarkan standart tertentu seperti moral, aturan dan nilai dimasyarakat yang mengarah pada perilaku yang positif. Dapat diartikan bahwa seseorang mampu memunculkan perilaku negatif dan positif secara mandiri. Sedangkan menurut Averill (1997) menjelaskan kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengubah atau perilaku, kemampuan individu untuk memilih tindakan atau salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini dengan benar dan kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan maupun tidak diinginkan.

**Tabel 1.3 Hasil Wawancara Tentang Kontrol Diri
Pada Pengguna *E-Wallet***

Subjek	Verbatim	Kesimpulan
R	Karena banyak diskon dan cashback berseliweran ya, jadi saya berpikir “wah kapan lagi dapat kesempatan cashback sebesar ini kalo gak beli produknya sekarang” jadi seringkali saya membeli produk online yang sebenarnya saya gak butuh-butuh banget karena tergoda akan cashback dan diskon yang diiklankan.	Subjek R mengaku bahwa ia sering sekali kemakan iklan hanya untuk mendapatkan voucher cashback dan diskon, sehingga subjek berbelanja tanpa berpikir terlebih dahulu, padahal sebelumnya subjek tidak ada niatan membeli barang tersebut.
I	Biasanya saya banyak beli makanan sih khilafnya. Sering sekali saya membeli makanan yang bahkan dirumah juga sudah ada makanan banyak tapi saya tetap membeli makanan tersebut karena kadang tergoda juga karena diskon. Biasanyakan kalo beli offline jarang banget dapet diskon, nah kalo saya pake gojek saya biasanya dapet potongan harga gede-gede dan dapet gratis ongkir juga kan lumayan kalo gak dipakai.	Subjek I seringkali membeli makanan melalui aplikasi jasa antar menggunakan <i>E-Wallet</i> . Karena menurutnya diskon yang ditawarkan selalu besar jika transaksi menggunakan <i>E-Wallet</i> . Sehingga banyak makanan yang menumpuk di rumah subjek dan basi karena tidak semua makanan dapat habis akibat membeli makanan online secara berlebihan.
A	Biasanya tuh di e-commerce banyak promo terbatas, kaya misalnya belanja	Subjek A pernah membeli barang bukan karena kebutuhannya karena ia

minimal sekian puluh ribu dapat cashback 50%. Tapi saya juga pernah beli barang karena souvenir yang didapat, biasanya tuh promonya bayar dengan shopeepay bisa dapat cashback beserta souvenir yang ditawarkan, jadi sebenarnya saya tidak butuh barangnya, tapi ingin dapat souvenirnya.

F Biasanya waktu event bulanan sih, saya belanjanya gak kira-kira. Biasanya kalo event bulanan tanggal kembar kaya 10.10 gitu itu saya sering kalap, apa aja yg diskon saya beli, kebanyakan sih barang-barang perintilan dan barang-barang dapur ya, karena event bulanan kaya gitu gabisa dipake vouchernya kalo gak pake shopeepay, bisa sih COD tapi biasanya promonya gak gede kalo gak pake shopeepay.

Subjek F mengaku bahwa ketika belanja bulanan ia sering khilaf dan belanja gak kira-kira karena event bulanan yang menawarkan promo besar-besaran, hal ini menyebabkan subjek tidak berfikir terlebih dahulu sebelum belanja dan terlalu buru-buru mengambil keputusan dalam membeli pada saat event bulanan.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan, terlihat bahwa ke-empat subjek mempunyai motif sendiri dan kontrol diri yang berbeda-beda. Ke-empat subjek mengaku bahwa mereka “termakan” iklan sehingga berbelanja tidak berfikir panjang atau tidak sesuai kebutuhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal” menyatakan bahwa Terdapat pengaruh negatif kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada dewasa awal, dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada dewasa awal (Sari, 2019).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2017) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa” menunjukkan bahwa Faktor-faktor yang memengaruhi konsumtif pada mahasiswa yaitu terbagi menjadi dua yaitu faktor objektif yaitu faktor yang secara umum diakui sebagai faktor yang memengaruhi konsumsi, dan faktor subjektif yaitu faktor yang berasal dari kondisi yang dialami oleh setiap orang Sikap hati-hati, yaitu ketika seseorang

membelanjakan uangnya, ia hanya akan membeli barang sesuai dengan kebutuhan. Jadi iaselalu berusaha mengurangi konsumsi dengan menyisihkan sebagian pendapatannya untuk menghadapi kesulitan-kesulitanyang akan datang. Kekayaan yang dimiliki, yaitu ketika seseorang memiliki kekayaan yang berbeda maka jumlah barang yang akan dikonsumsi pun akan berbeda (Kurniawan, 2017).

Berdasarkan data wawancara dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan (layanan *E-Wallet*) dan kontrol diri. Kebaharuan dalam penelitian ini adalah menggunakan tiga variabel secara bersamaan yaitu persepsi kemudahan sebagai variabel x1, kontrol diri sebagai x2, dan perilaku konsumtif sebagai variabel Y. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna *E-Wallet*”.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan terhadap suatu masalah digunakan peneliti untuk menghindari adanya sebuah penyimpangan maupun pelebaran pokok pada pembahasan masalah agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan peneliti dalam melakukan pembahasan sehingga tujuan dalam penelitian ini :

1. Persepsi kemudahan merupakan tingkat seberapa besar seseorang dapat percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem tidak akan menyulitkannya (Davis, 1989)
2. Kontrol diri diri merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilaku berdasarkan standart tertentu seperti moral, aturan dan nilai dimasyarakat yang mengarah pada perilaku yang positif (Tangney, Baumeister & Boone, 2004)
3. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang sudah tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, melaikan karena keinginan yang tidak rasional (Lina & Rosyid, 1997)
4. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Gresik

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh antara persepsi kemudahan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *E-Wallet*?
2. Apakah ada pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *E-Wallet*?
3. Apakah ada pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *E-Wallet*?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *E-Wallet*.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *E-Wallet*.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *E-Wallet*.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk berbagai pihak, diantaranya :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan dalam bentuk pengetahuan pada bidang keilmuan terutama dibidang psikologi konsumen khususnya terkait *Financial Tehcnologi* serta kajian ilmu yang terakit mengenai khususnya tentang *E-Wallet*.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Subjek penelitan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan *E-Wallet*. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan penggunaan *E-Wallet* dengan memanfaatkan perilaku masyarakat.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut dan dapat menjadi referensi terhadap penelitian yang sejenis