

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di era *modern*, kemajuan teknologi membawa perubahan besar dalam pola belanja masyarakat. Aktivitas membeli barang kini tidak lagi mengharuskan konsumen hadir di toko fisik, karena transaksi dapat dilakukan dengan mudah melalui berbagai saluran digital seperti website, *marketplace*, maupun aplikasi pesan seperti *WhatsApp*. Transformasi ini juga mempengaruhi cara masyarakat melakukan pembayaran. Metode pembayaran yang sebelumnya bergantung pada uang tunai, kartu debit, atau kartu kredit, perlahan bergeser ke penggunaan layanan pembayaran digital yang dikembangkan oleh perbankan dan penyedia jasa keuangan berbasis teknologi.¹

Kemunculan uang elektronik telah didukung oleh BI dan diumumkan waktu adanya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tanggal 14 agustus 2014. Penggunaan uang elektronik di Indonesia sudah memiliki legalitas hokum dari BI, yakni pada peraturan bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*electronic money*), peraturan tersebut menjelaskan tentang uang elektronik. Uang elektronik memiliki beberapa karakteristik utama sebagai alat pembayaran. Pertama,

¹ Sisca Aulia, "Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital," *Jurnal Komunikasi* 12, No. 2 (December 10, 2020): 312, Doi: 10.24912/Jk.V12i2.9829 <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/9829>.

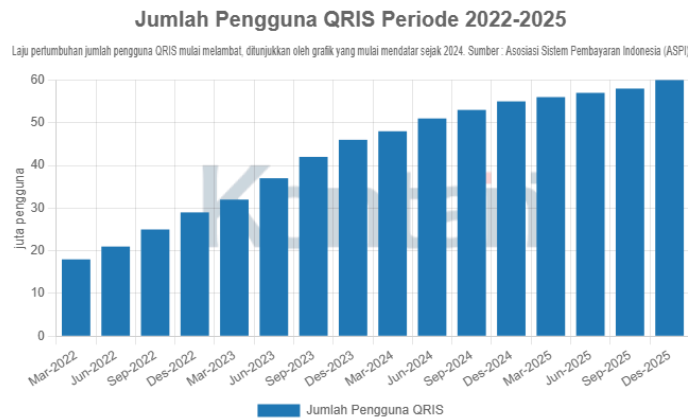
instrumen ini diterbitkan berdasarkan sejumlah Dana yang telah disetorkan pengguna kepada pihak penerbit. Kedua, nilai uang tersebut disimpan secara digital, baik melalui media chip maupun server. Ketiga, uang elektronik dapat digunakan untuk melakukan pembayaran kepada pihak lain yang tidak berafiliasi sebagai penerbit. Terakhir, Dana yang tersimpan dalam uang elektronik tidak dikategorikan sebagai simpanan sebagaimana yang diatur dalam undang-undang perbankan.²

Selain itu, hadirnya sistem pembayaran berbasis kode QR, seperti *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), turut mempercepat pertumbuhan transaksi digital. Melalui teknologi ini, konsumen dapat menyelesaikan pembayaran hanya dengan melakukan pemindaian kode QR, tanpa memerlukan uang tunai ataupun kartu fisik.³

² Miftakhul Ummah, Skripsi “Analisis Pergeseran Perilaku Konsumsi Dengan Kehadiran Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Kiai Haji Acmad Siddiq Jember” (2022), 2.

³ Sutyana Fachruddin Wahyuni, Sumadi Dilla, “Digital Payment Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Digital Payment And Students Consumptive Behavior : A Study On Communication Science Students At Halu Oleo University,” *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media* 2, No. 2 (2025): 149, <https://Newcomb.Uho.Ac.Id/Index.Php/Journal>.

Gambar 1.1 jumlah pengguna QRIS di Indonesia tahun 2022-2025



Sumber: <https://pusatdata.kontan.co.id>

Data 2022-2025 menunjukkan jumlah pengguna QRIS meningkat konsisten dari waktu ke waktu. Pada maret 2022, total pengguna QRIS tercatat 18 juta. Angka itu naik menjadi 21 juta pada juni 2022, 25 juta pada September 2022, dan mencapai 29 juta pada desember 2022. Memasuki 2023, pertumbuhan masih berlanjut kuat. Jumlah pengguna bertambah menjadi 32 juta pada maret 2023, lalu 37 juta pada juni, 42 juta pada September, dan 46 juta pada desember 2023.

Pada 2024, jumlah pengguna terus meningkat, tetapi laju pertumbuhannya mulai sedikit melandai. Dari 48 juta pada maret, jumlah pengguna naik menjadi 51 juta pada juni, 53 juta pada September, dan 55 juta pada desember 2024. Pada tahun 2025 jumlah pengguna QRIS naik menjadi 56 juta pada maret, 57 juta pada juni, 58 juta pada September, dan mencapai 60 juta pada desember 2025. Secara absolut, pengguna tetap bertambah. Namun, tambahan per kuartal tidak lagi sebesar periode 2022-2023. Meskipun demikian, capaian 60 juta pengguna tetap menjadi tonggak

penting bagi pengembangan ekonomi digital nasional. Basis pengguna sebesar itu menunjukkan QRIS telah menjadi salah satu instrument pembayaran digital paling luas jangkauannya di Indonesia.⁴

Salah satu inovasi yang kini banyak digunakan masyarakat adalah dompet digital (*e-wallet*), yaitu layanan yang memungkinkan pengguna menyimpan dan mengelola instrumen pembayaran secara elektronik dengan cara yang lebih mudah dan aman. Menurut laporan yang berjudul, “*E-wallet Menjadi Metode Pembayaran Digital Favorit 2025*”, *E-wallet* menjadi metode pembayaran paling banyak digunakan di Indonesia, mencapai 80% pengguna pada semester pertama tahun 2025.

Gambar 1.2 Metode pembayaran digital yang digunakan publik



Sumber: <https://data.goodstats.id>

Menurut data yang disajikan oleh Jakpat pada situs web goodstats, Penggunaan metode pembayaran digital di Indonesia terus menunjukkan

⁴ <https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/212/Jumlah-Pengguna-QRIS-Periode-2022-2025> diakses pada 3 Juli pukul 15.20 WIB.

peningkatan sepanjang tahun 2025, sejalan dengan semakin tingginya intensitas transaksi online di kalangan masyarakat. Saat ini, tersedia beragam alternatif pembayaran, mulai dari dompet digital, layanan perbankan berbasis digital, hingga fasilitas *paylater* yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk bertransaksi melalui skema pembayaran cicilan.

Jakpat melaksanakan survei pada tanggal 21-27 Mei 2025 dengan melibatkan 2.041 responden yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa dompet digital atau *e-wallet* masih menjadi metode pembayaran digital yang paling dominan, digunakan oleh sekitar 80% responden. Sementara itu, platform perbankan digital dimanfaatkan oleh 45% responden. Menariknya, layanan *paylater* juga mulai banyak digunakan, dengan 23% responden menyatakan telah memanfaatkannya untuk melakukan transaksi digital.⁵

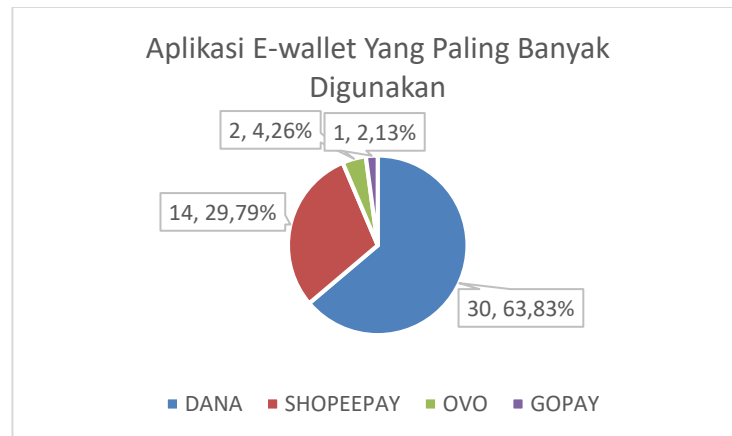
Beragamnya aplikasi *e-wallet* yang tersedia di Indonesia memberikan keleluasaan bagi masyarakat dalam memilih layanan pembayaran digital sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya. Kondisi tersebut juga terlihat pada mahasiswa yang memanfaatkan berbagai aplikasi *e-wallet* dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Oleh karena itu, untuk memperoleh gambaran mengenai aplikasi *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri, peneliti

⁵ <https://Data.Goodstats.Id/Statistic/E-Wallet-Jadi-Metode-Pembayaran-Digital-Favorit-2025-V6gyh>, Diakses Pada Minggu, 12 April 2026 Pukul 11.46 WIB.

melakukan pra-survei kepada 47 mahasiswa dari angkatan 2022-2024.

Hasil pra survei tersebut disajikan pada gambar 1.3.

Gambar 1.3 aplikasi *e-wallet* yang paling banyak digunakan mahasiswa angkatan 2022-2024



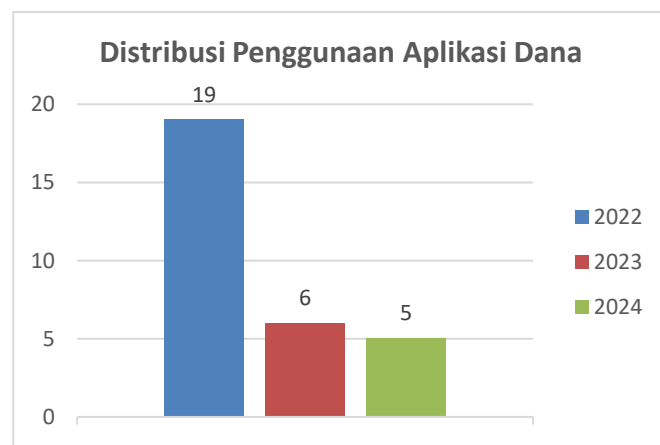
Sumber: hasil pra survei mahasiswa angkatan 2022-2024

Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 1.3, diketahui bahwa aplikasi Dana merupakan *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden, yaitu sebanyak 30 orang (63,83%) dari total 47 responden. Sementara itu, aplikasi ShopeePay digunakan oleh 14 responden (29,79%), OVO sebanyak 2 responden (4,26%), dan GoPay sebanyak 1 responden (2,13%). Perbedaan jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa Dana memiliki tingkat penggunaan yang lebih dominan dibandingkan aplikasi *e-wallet* lainnya di kalangan responden. Dominannya penggunaan aplikasi Dana mengindikasikan bahwa aplikasi tersebut telah menjadi salah satu pilihan utama mahasiswa dalam melakukan transaksi digital.⁶

⁶ Hasil pra survey mahasiswa.

Dominannya penggunaan aplikasi Dana pada hasil pra survei menunjukkan bahwa aplikasi tersebut telah banyak dimanfaatkan oleh mahasiswa dalam melakukan transaksi digital. Untuk memberikan gambaran mengenai sebaran pengguna aplikasi Dana berdasarkan angkatan disajikan pada gambar 1.4.

Gambar 1.4 distribusi penggunaan aplikasi Dana (berdasarkan angkatan 2022-2024)



Sumber: hasil pra survei angkatan 2022-2024

Berdasarkan hasil pra survei pada gambar 1.4, diketahui bahwa pengguna aplikasi Dana berasal dari tiga angkatan yang menjadi responden dalam pra survei, yaitu angkatan 2022, 2023, dan 2024. Dari hasil pra survei tersebut, ditemukan bahwa mahasiswa angkatan 2022 memiliki jumlah pengguna aplikasi Dana paling banyak yaitu 19 responden. Disusul oleh angkatan 2023 sebanyak 6 responden dan angkatan 2024 sebanyak 5 responden.

Kondisi tersebut memberikan gambaran bahwa mahasiswa angkatan 2022 memiliki tingkat penggunaan aplikasi Dana yang lebih dominan dalam hasil pra survei. Oleh karena itu, mahasiswa angkatan 2022 mampu merepresentasikan fenomena penggunaan aplikasi Dana pada penelitian ini sehingga dipilih sebagai subjek penelitian.⁷

Dominannya penggunaan aplikasi Dana di kalangan mahasiswa khususnya yang menjadi responden, menunjukkan bahwa pembayaran digital telah menjadi bagian dari aktivitas transaksi sehari-hari. Berbagai fitur yang ditawarkan aplikasi tersebut memungkinkan mahasiswa melakukan berbagai transaksi secara lebih praktis dibandingkan dengan pembayaran secara tunai. Kondisi tersebut menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji lebih lanjut karena penggunaan pembayaran digital berpotensi memengaruhi cara mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan, mengambil keputusan pembelian, serta mengelola pengeluarannya.

Perilaku konsumen adalah proses yang dilakukan individu maupun kelompok dalam mencari, membeli, menggunakan, hingga membuang produk atau jasa setelah digunakan guna memenuhi kebutuhan. Perilaku tersebut dapat dilihat melalui beberapa tahapan, yaitu tahap sebelum pembelian, saat pembelian, dan setelah pembelian.⁸

Kemudahan *digital payment* tidak hanya memberikan dampak positif, melainkan juga berpotensi mengubah perilaku konsumsi

⁷ Hasil pra-survei angkatan 2022-2024.

⁸ Meiman Syukur Et Al., "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Mudik Kota Gunungsitoli," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)* 4, No. 02 (2024): 976. Doi: <https://doi.org/10.47709/Jebma.V4i2.4078>

mahasiswa menjadi lebih konsumtif dan kurang terkontrol. Mahasiswa merupakan kelompok yang tampak lebih rentan mengalami ketergantungan pada internet dibandingkan dengan kelompok masyarakat lainnya. Hal ini dikarenakan mahasiswa berada dalam fase *emerging adulthood*, yaitu masa transisi dari masa remaja akhir menuju masa dewasa muda, di mana mereka sedang mengalami berbagai dinamika psikologis.⁹

Perilaku mahasiswa yang sangat terlihat jelas dengan gaya hidup modern yaitu: perilaku konsumtif dan hedonis. Sumartono dalam bukunya yang berjudul “Terperangkap Dalam Iklan” tahun 2002 yang dikutip oleh jurnal “*Life Style: Perilaku Mahasiswa Masa Kini Dan Pengaruh Media Sosial*”, Perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai tindakan individu yang menggunakan atau membeli suatu produk secara berlebihan. Perilaku ini juga dapat diartikan sebagai kecenderungan membeli barang meskipun produk sebelumnya belum habis atau belum benar-benar diperlukan. Pembelian tersebut biasanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti tawaran hadiah promosi atau tren yang sedang populer, sehingga keputusan konsumsi tidak didasarkan pada kebutuhan yang nyata.¹⁰

Dengan demikian, berdasarkan uraian konteks penelitian dan didukung oleh hasil pra penelitian, fenomena perubahan perilaku konsumen mahasiswa di era *digital payment* menjadi hal yang penting untuk dikaji secara lebih mendalam. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk

⁹ Darwis Lodowich Laana And Urbanus Sukri, “Life Style: Perilaku Mahasiswa Masa Kini Dan Pengaruh Media Sosial,” *Inculco Journal Of Christian Education* 2, No. 1 (2022): 69. Doi: <https://doi.org/10.59404/Ijce.V2i1.27>

¹⁰ *Ibid*, 73

melakukan penelitian yang berjudul **“Perubahan Perilaku Konsumen Mahasiswa Pada Era *Digital payment* (Studi Pengguna Aplikasi Dana Pada Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2022)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan konteks penelitian di atas, maka ditarik fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perubahan perilaku konsumen mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2022 setelah menggunakan aplikasi DANA dalam aktivitas transaksi sehari-hari pada era *digital payment*?
2. Apa saja faktor yang mendorong perubahan perilaku konsumen mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2022 dalam penggunaan aplikasi DANA sebagai alat pembayaran digital?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan mengeksplorasi perubahan perilaku konsumen mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2022 setelah menggunakan aplikasi DANA dalam aktivitas transaksi sehari-hari pada era *digital payment*.
2. Mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mendorong perubahan perilaku konsumen mahasiswa dalam penggunaan aplikasi DANA sebagai alat pembayaran digital.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya pada kajian perilaku konsumen di era *digital payment*. Selain itu, penelitian ini dapat menambah literatur mengenai perubahan perilaku konsumen oleh penggunaan *e-wallet* seperti DANA, terutama pada konteks mahasiswa sebagai konsumen digital.

2. Secara praktis

a. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai perubahan perilaku konsumen mahasiswa dalam menggunakan pembayaran digital. Dengan demikian pelaku usaha dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, misalnya menggunakan fitur aplikasi DANA dengan maksimal.

b. Bagi akademik

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian ilmu pemasaran, bahan ajar atau studi kasus dalam pembelajaran terkait perubahan perilaku konsumen di era *digital payment*.

c. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan perubahan perilaku konsumen akibat penggunaan *digital*

payment dan mendorong masyarakat agar lebih bijak dalam mengelola keuangan di era *cashless*.

d. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat secara akademis, tetapi juga menjadi pengalaman empiris bagi penulis dalam memahami secara langsung fenomena perilaku konsumen di era digital.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian Miftakhul Ummah (2022) dengan judul Analisis Pergeseran Perilaku Konsumsi Dengan Kehadiran *Digital payment* Sebagai Alat Pembayaran Oleh Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital bisa menjadi indikator efektivitas belanja mereka. Perubahan pola belanja mahasiswa ini tidak disebabkan oleh perubahan nilai barang, tetapi lebih disebabkan oleh kemudahan akses pembayaran digital, serta faktor utama yang memengaruhi adalah tingkat pendapatan mereka.¹¹

Hal ini juga dipertegas oleh penelitian Rahmat (2024) dengan judul Analisis Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas

¹¹ Miftakhul Ummah, “Analisis Pergeseran Perilaku Konsumsi Dengan Kehadiran *Digital Payment* Sebagai Alat Pembayaran Oleh Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember”, (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember), 2022

Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Parepare Dalam Penggunaan *Digital payment*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan jenis penelitian fenomenologi. Hasil penelitian ini membahas cara dosen fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Parepare menggunakan pembayaran digital sesuai prinsip ekonomi islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dosen tersebut dalam menggunakan pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari bisa menyulitkan para pengguna untuk mengendalikan diri saat berbelanja, sehingga sulit mengatur keuangan secara baik.¹²

Penelitian lain yaitu, Dwi Fitrianto (2022) dengan judul Pengaruh Penggunaan *Digital payment*, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital, literasi keuangan, dan gaya hidup secara bersamaan memengaruhi dan berdampak signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Dari variabel yang diuji, penggunaan pembayaran digital dan gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan, sedangkan literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.¹³

¹² Rahmat, “*Analisis Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Parepae Dalam Penggunaan Digital Payment*”, (Skripsi, Iain Parepare), 2024

¹³ Dwi Fitrianto, “*Pengaruh Penggunaan Digital Payment, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya*”, (Skripsi, Universitas Bhayangkara Surabaya), 2022

Adapun penelitian oleh M. Aldi Yoga Saputra (2022) dengan judul *Analisis Minat Mahasiswa Beralih Dari Cash Payment Ke E-Payment (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk menggunakan pembayaran digital didukung oleh berbagai manfaat yang ditawarkan OVO, seperti adanya promosi, kemudahan dalam melakukan transaksi, penghematan waktu, serta penawaran dalam bentuk voucher diskon dan cashback.¹⁴

Septia Wahyu Utami (2024), *Pengaruh Transaksi Digital (E-wallet), E-lifes Dan Tren Sosial Media Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ketika Berbelanja Di E-commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto)*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel transaksi digital tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini disebabkan karena adanya berbagai metode pembayaran digital, terutama *e-wallet*, yang tidak memberikan dampak signifikan pada cara mahasiswa berbelanja. Variabel *e-lifes* menunjukkan bahwa banyak orang, termasuk mahasiswa, menghabiskan waktu dan uang untuk menjelajahi internet, sehingga memengaruhi gaya hidup mereka. Sementara itu, tren media sosial sangat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa karena adanya konten yang

¹⁴ M. Aldi Yoga Saputra, “*Analisis Minat Mahasiswa Beralih Dari Cash Payment Ke E-Payment (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)*”, (Skripsi, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu), 2022

menarik dan populer, serta munculnya pengguna media sosial yang berpengaruh yang merekomendasikan produk di *e-commerce*.¹⁵

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar kajian tentang *digital payment* lebih menekankan pada faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi sehingga belum mampu menggali secara mendalam bagaimana proses perubahan perilaku konsumen itu terjadi. Selain itu, terdapat perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif, serta belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji pengalaman mahasiswa sebagai pengguna aplikasi Dana. Oleh karena itu, diperlukan penelitian kualitatif yang dapat memahami secara lebih mendalam perubahan perilaku konsumen mahasiswa dari sisi pengambilan keputusan dan kontrol diri.

¹⁵ Septia Wahyu Utami, “*Pengaruh Transaksi Digital (E-Wallet), E-Lifes Dan Tren Sosial Media Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ketika Berbelanja Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto)*”, (Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto), 2024