

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah menjadi bagian penting dari masyarakat modern, melibatkan interaksi intens di berbagai bidang, termasuk ekonomi, budaya, dan teknologi. Salah satu hasil nyata dari globalisasi adalah perkembangan teknologi yang pesat, mendorong digitalisasi di berbagai sektor kehidupan dan mengubah pola pikir masyarakat (Andika et al., 2024). Dalam aspek ekonomi, globalisasi mempercepat kemajuan teknologi yang berdampak signifikan terhadap sektor keuangan (Candrakanta, 2023). Teknologi, terutama internet, kini dapat diakses dengan mudah oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, memberikan kemudahan dalam pendidikan, ekonomi, interaksi sosial, akses informasi, dan komunikasi (Tobing, 2019). Meskipun internet membawa banyak manfaat, perkembangannya juga menimbulkan risiko penyalahgunaan oleh pihak-pihak tertentu demi keuntungan pribadi. Seiring berjalannya waktu, teknologi terus berkembang semakin canggih, menjadi gambaran masa depan di mana hampir seluruh kebutuhan manusia akan bergantung padanya.

Kemajuan teknologi ini merupakan hasil dari proses globalisasi yang tidak dapat dipisahkan karena globalisasi menciptakan lingkungan yang mendukung pertukaran informasi dan inovasi, sehingga mempercepat perkembangan teknologi di berbagai sektor. Inovasi teknologi digital, terutama dalam bidang keuangan, telah mengubah bagaimana masyarakat kita untuk bertransaksi (Patrisia et al., 2023). Salah satu inovasi yang menonjol adalah munculnya teknologi keuangan atau *financial technology (fintech)*. *Fintech* merupakan penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas sistem keuangan, dan atau efisiensi, kelancaran, keamanan, keandalan sistem pembayaran (Kusuma, 2021). *Fintech* mencakup berbagai aplikasi dan platform yang memudahkan transaksi keuangan, termasuk pinjaman *online*, investasi berbasis aplikasi, dan sistem pembayaran digital atau disebut *e-wallet*.

Dompot digital atau sering disebut dengan istilah *e-wallet* memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara non-tunai dengan mudah melalui

smartphone yang mereka miliki, sehingga menjadikan proses pembayaran lebih efisien, aman, mudah, dan praktis, selain menawarkan banyak promo (Soraya, 2020). *E-wallet* dinilai efisien dan sederhana, karena pengguna hanya perlu menginstall aplikasi dompet digital di dalam smartphone, lalu dapat menyimpan sejumlah uang di dalam aplikasi tersebut. Dalam teknis penggunaannya, cukup dengan memindai barcode atau QR code yang tersedia, transaksi dapat dilakukan tanpa harus mengeluarkan uang fisik atau dompet, sehingga hal tersebut menambah nilai kepraktisan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Pada awalnya, *e-wallet* mulai dikenal luas di Indonesia ketika penggunaannya dilegalkan secara resmi melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (PBI/18/2016) (Bank Indonesia, 2016). Sejak saat itu, dompet digital berkembang menjadi bagian dari kultur baru di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Hal ini juga didorong oleh meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone, sehingga *e-wallet* semakin mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai lapisan.

Beberapa contoh aplikasi dompet digital yang populer di Indonesia antara lain GoPay, OVO, DANA, LinkAja, ShopeePay, DOKU, hingga I-Saku. Masing-masing aplikasi tersebut menawarkan keunggulan dan strategi pemasaran yang berbeda, seperti promo cashback, potongan harga, gratis ongkir, hingga layanan paylater. Strategi ini membuat pengguna semakin tertarik untuk bertransaksi secara digital karena merasa mendapatkan keuntungan lebih banyak dibandingkan menggunakan uang tunai. Selain itu, *e-wallet* tidak hanya digunakan untuk pembayaran belanja online, tetapi juga merambah ke berbagai sektor, seperti pembayaran transportasi online, tagihan listrik, pembelian pulsa, hingga transaksi di warung kecil yang sudah menyediakan QRIS. Dengan demikian, *e-wallet* tidak hanya menjadi alat pembayaran alternatif, melainkan sudah berkembang menjadi gaya hidup baru yang melekat dalam keseharian masyarakat modern.

Di Indonesia, penggunaan *e-wallet* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat pada saat pandemi Covid-19 ketika masyarakat lebih memilih metode pembayaran tanpa kontak fisik untuk mengurangi risiko penyebaran virus yang

dimana hal tersebut menyebabkan fenomena *cashless society* dimana masyarakat lebih memilih beralih dari metode pembayaran tradisional ke metode pembayaran digital. Cakti (2020) menjelaskan sebelum pandemi, penggunaan dompet digital hanya berkisar 10%, namun masuk tahun 2020 terjadi peningkatan presentase penggunaan *e-wallet* mencapai 44% yang di prediksi fenomena *cashless* ini akan terus meningkat ke depan nya.

Fenomena penggunaan *e-wallet* di Indonesia semakin meningkat hingga saat ini, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Jakpat (2024), yang diambil dari 2041 responden terkait metode pembayaran yang paling banyak digunakan oleh konsumen saat bertransaksi di *e-commerce* adalah *e-wallet*, dengan presentase 77%, disusul dengan metode *Cash on Delivery (COD)* juga masih populer dengan presentase 62%, lalu ada metode *mobile banking* 50%, *paylater* 27%, dan transter via ATM 25%. Kurniawan (2022), survei menemukan hasil bahwa saat berbelanja *online*, masyarakat lebih menggunakan dompet digital dibanding rekening bank. *E-wallet* seperti ShopeePay, OVO, GoPay, DANA, LinkAja menjadi lima aplikasi *e-wallet* yang paling populer dalam lingkup masyarakat Indonesia. Hal diatas menunjukan bahwa *e-wallet* ini tidak hanya memudahkan transaksi tetapi juga menciptakan *habbit* atau kebiasaan dalam berbelanja.



Gambar 1. 1 Data Metode Pembayaran Berbelanja di *E-Commerce*

Data terkini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* di Indonesia terus mengalami lonjakan signifikan dari tahun ke tahun. Survei Visa mengungkap bahwa sepanjang tahun 2023, pengguna dompet digital meningkat hingga 92% dibandingkan tahun sebelumnya, menandakan bahwa masyarakat semakin terbiasa meninggalkan transaksi tunai dan beralih ke pembayaran digital yang lebih praktis dan aman. Metode pembayaran digital menjadi hal utama, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan metode lain seperti bank digital, transfer manual, maupun paylater. Hal ini menunjukkan bahwa *e-wallet* kini telah menjadi instrumen dominan dalam ekosistem transaksi masyarakat, terutama di sektor e-commerce dan pembayaran sehari-hari.

Laporan GoodStats pada semester I tahun 2025 juga menegaskan tren serupa, di mana sekitar 80% responden memilih *e-wallet* sebagai metode pembayaran digital favorit. Sementara itu, metode lain seperti mobile banking dan layanan paylater hanya berfungsi sebagai pelengkap, bukan sebagai pilihan utama. Fakta ini membuktikan bahwa *e-wallet* tidak hanya sekadar alat transaksi, tetapi telah bertransformasi menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat modern, khususnya generasi muda yang tumbuh dalam budaya serba digital. Pertumbuhan ini juga tidak lepas dari strategi agresif penyedia layanan *e-wallet* melalui promo cashback, diskon besar-besaran, serta kemudahan akses melalui QRIS yang kini tersedia hampir di seluruh lini usaha, mulai dari UMKM, transportasi online, hingga ritel modern.

Perkembangan penggunaan *e-wallet* di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi *e-wallet* menjadi sebuah platform untuk berbagai layanan keuangan lainnya, seperti pembelian produk, pembayaran tagihan, dan transfer uang sesama pengguna. Penawaran tersebut menjadikan sebuah perhatian yang menarik bagi masyarakat, terutama dikalangan generasi Z yang lebih memahami dengan perkembangan teknologi digital. Berbagai inovasi yang ditawarkan oleh penyedia layanan *e-wallet* dapat meningkatkan minat masyarakat untuk memakai aplikasi dompet digital tersebut dalam kegiatan sehari-harinya (Patrisia, 2023).

Generasi Z merupakan generasi dengan rentang kelahiran 1997-2012. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di era digital, menjadikan mereka sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi, termasuk dalam hal sistem pembayaran modern. Karakteristik mereka yang akrab dengan aktif di media sosial, dan cenderung menyukai kemudahan serta kecepatan, menjadikan mereka sebagai pengguna dominan layanan digital seperti *e-wallet*. Kebiasaan berinteraksi dengan teknologi sejak usia dini membentuk pola perilaku yang lebih responsif terhadap fitur-fitur inovatif yang ditawarkan oleh penyedia layanan keuangan digital. Salah satu sifat perilaku generasi Z adalah konsumtif, di mana mereka melakukan kegiatan konsumsi berdasarkan pada aspek kesenangan, melibatkan sensori, dan di luar kebutuhan (Sembiring, 2023).

Alumni angkatan 36 MA Persis Tarogong yang merupakan termasuk kedalam golongan generasi Z yang paham akan perkembangan teknologi dan dapat memanfaatkannya dengan cukup baik, termasuk dalam pola penggunaan dompet digital dalam setiap kegiatan sehari-harinya. Sebagai generasi yang memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, alumni ini telah terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal transaksi keuangan melalui *e-wallet*. Kebiasaan tersebut menjadikan mereka kelompok yang relevan untuk dikaji dalam konteks perilaku konsumtif akibat penggunaan dompet digital. Selain alasan golongan generasi Z, latar belakang pendidikan mereka di lingkungan pesantren juga bisa memberikan perspektif yang menarik, karena terdapat kemungkinan pergeseran nilai atau norma konsumsi yang sebelumnya bersifat sederhana menjadi lebih konsumtif akibat paparan teknologi. Oleh karena itu, alumni angkatan 36 MA Persis Tarogong dipandang tepat untuk merepresentasikan dinamika penggunaan *e-wallet* di kalangan generasi muda dengan latar belakang pendidikan religius dalam menghadapi budaya konsumsi digital masa kini.

Konsumtif atau tindakan membeli sesuatu tanpa melakukan pertimbangan seringkali membuat perilaku konsumtif mengabaikan pemikiran rasional mengenai fungsi serta kegunaan dari barang yang sudah dibeli, dan lebih mempertimbangkan nilai prestise yang berkaitan dengan status sosial yang akan dihasilkan dengan membeli barang tersebut (Fathoni, 2024). Jika ditarik kesimpulan, perilaku

konsumtif ini merupakan kebiasaan membeli barang atau jasa tanpa adanya pertimbangan rasional terkait kebutuhan yang diperlukan atau fungsi praktisnya yang dilakukan secara berlebihan, keputusan pembelian ini lebih didorong oleh beberapa faktor, contoh seperti keinginan emosional, gaya hidup, gengsi demi meningkatkan status sosialnya.

Dalam konteks perilaku konsumtif, penggunaan *e-wallet* memiliki menyebabkan yang berarti terhadap cara individu mengelola keuangan mereka. *E-wallet* menawarkan kemudahan dalam melakukan pembelian impulsif yang dapat berujung pada perilaku konsumtif yang tidak terkontrol. Seperti halnya dalam penelitian Kusnawan dkk. (2019) menyatakan bahwa generasi muda cenderung lebih mudah termotivasi oleh kemudahan akses ini, sehingga pada saat transaksi, pengguna tidak menyadari bahwa mereka semakin konsumtif karena tidak terlalu berat mengeluarkan uang dalam jumlah yang cukup berat dalam bentuk digital dibandingkan transaksi menggunakan uang fisik. Hal tersebut sehingga menimbulkan kekhawatiran mengenai pengelolaan keuangan yang baik di kalangan pengguna *e-wallet* khususnya dalam konteks generasi Z alumni angkatan 36 MA Persis Tarogong.

Berbagai manfaat yang ditawarkan oleh *e-wallet*, kemudahan dan inovasi teknologi ini membawa dampak sosial yang lebih kompleks. Penggunaan *e-wallet* yang semakin meluas tidak hanya menyebabkan pola transaksi dan pengelolaan keuangan, tetapi juga berpotensi menyebabkan perilaku konsumsi individu, khususnya alumni yang merupakan bagian dari generasi Z. Generasi ini yang tumbuh dalam era digital, sangat mengerti atau paham dengan perkembangan teknologi sehingga lebih rentan terhadap menyebabkan simbolik yang melekat pada produk teknologi seperti *e-wallet*.

Fenomena ini tidak hanya dapat dilihat sebagai perubahan perilaku ekonomi, tetapi juga sebagai manifestasi dari budaya konsumsi modern yang dikaji dalam perspektif sosiologi, salah satunya melalui teori yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard konsumsi di masyarakat modern tidak lagi didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi pada nilai tanda dan citra yang melekat pada produk tersebut yang menyebabkan gaya hidup seseorang (Maulana,

2024). Dalam konteks *e-wallet*, teknologi ini bukan hanya alat pembayaran praktis, melainkan simbol modernitas dan gaya hidup digital. Dengan konsep simulasi dan simulakra, *e-wallet* menciptakan ilusi kemudahan, status sosial, dan eksklusivitas yang menarik, khususnya bagi generasi Z. Promosi seperti *cashback* dan diskon memperkuat ilusi kebutuhan baru yang memicu perilaku konsumtif. Fenomena ini mencerminkan kondisi hiperrealitas, di mana masyarakat lebih dimenyebabkan oleh citra dan tanda daripada realitas itu sendiri.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putra (2024) dengan judul “Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas 11 Maret Surakarta pada Penggunaan Transaksi Dompot Digital (*E-wallet*)” bertujuan untuk menjelaskan perubahan pola konsumsi mahasiswa Universitas Sebelas Maret dalam penggunaan dompet digital (*e-wallet*) serta menganalisis transaksi yang dilakukan saat menggunakannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap dompet digital sebagai alat pembayaran yang lebih praktis dibandingkan uang tunai. Beberapa dompet digital yang paling sering digunakan adalah ShopeePay, DANA, GoPay, OVO, serta layanan M-Banking dari berbagai bank. Faktor utama yang mendorong penggunaan dompet digital adalah kemudahan dan kepraktisannya, yang berdampak pada peningkatan pola konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, dapat di simpulkan bahwa kemudahan akses dan berbagai fitur menarik yang ditawarkan *e-wallet* memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi mereka. Temuan ini menjadi dasar penting untuk menelusuri apakah fenomena serupa juga terjadi pada kelompok lain yang masih berada dalam rentang usia dan latar belakang generasi yang sama, yaitu Generasi Z. Alumni angkatan 36 MA Persis Tarogong yang juga merupakan bagian dari Generasi Z tentu memiliki kedekatan dengan teknologi serta kemudahan digital, sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut bagaimana pola transaksi dan pengelolaan keuangan mereka terbentuk melalui penggunaan *e-wallet*.

Kelompok usia remaja, termasuk para alumni, sering kali menjadi pelaku utama dalam gaya hidup konsumtif. Idealnya, setelah lulus mereka diarahkan untuk melanjutkan studi atau mengembangkan keterampilan tertentu. Namun, realitas sosial di lingkungan pergaulan yang beragam, baik dari segi karakter maupun status

sosial, membuat sebagian alumni melupakan prioritas tersebut. Lingkungan yang seharusnya menjadi ruang untuk memperluas pengalaman justru terkadang berubah menjadi ajang untuk menampilkan gaya hidup dan kepemilikan materi.

Jika pada masa lalu alumni lebih berorientasi pada tujuan sederhana, pola konsumtif yang muncul masih terbatas, dilakukan secara langsung (offline), dan membutuhkan waktu serta usaha lebih sehingga jarang sekali muncul perilaku konsumtif berlebihan. Berbeda dengan kondisi saat ini, era digital menghadirkan kemudahan bertransaksi melalui belanja online yang memungkinkan alumni memperoleh barang seperti pakaian, sepatu, tas, bahkan makanan hanya dengan beberapa langkah melalui gawai. Kemudahan ini mendorong meningkatnya perilaku konsumtif, terutama karena minimnya kontrol sosial yang seimbang. Fenomena tersebut juga tampak pada alumni, di mana pola konsumsi tidak lagi semata berorientasi pada kebutuhan, melainkan lebih pada pemenuhan gaya hidup konsumtif yang diperkuat oleh teknologi digital dan penggunaan *e-wallet*.

Ketertarikan peneliti terhadap topik ini berdasarkan fenomena yang sering terjadi di lingkungan sekitar peneliti, di mana sistem pembayaran nontunai atau *cashless* semakin menjadi gaya hidup yang melekat di kalangan generasi muda, khususnya generasi Z. Perubahan ini terlihat dari kebiasaan generasi Z yang lebih memilih menggunakan dompet digital dalam setiap transaksi karena dianggap lebih praktis, cepat, dan sesuai dengan gaya hidup digital mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kemudahan akses dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh *e-wallet* menyebabkan pola transaksi dan pengelolaan keuangan di kalangan alumni, serta bagaimana hal ini berhubungan dengan kebiasaan konsumsi mereka. Pentingnya penelitian ini terletak pada upaya untuk memahami secara bijak bahwa penggunaan *e-wallet* seharusnya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing individu, sehingga dapat mengurangi risiko munculnya perilaku konsumtif, seperti pembelian barang dan jasa secara berlebihan hanya untuk memenuhi kepuasan sesaat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa bentuk perilaku konsumtif yang dilakukan alumni angkatan 36 Masdrasah Aliyah Persis Tarogong akibat penggunaan *e-wallet* saat bertransaksi?
2. Apa saja faktor-faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif alumni angkatan 36 Madrasah Aliyah Persis Tarogong dalam menggunakan *e-wallet*?
3. Bagaimana dampak penggunaan *e-wallet* terhadap pengelolaan keuangan alumni angkatan 36 Madrasah Aliyah Persis Tarogong?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk perilaku konsumtif yang dilakukan alumni angkatan 36 Madrasah Aliyah Persis Tarogong akibat penggunaan *e-wallet* saat bertransaksi
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif alumni angkatan 36 Madrasah Aliyah Persis Tarogong dalam menggunakan *e-wallet*
3. Untuk mengetahui dampak penggunaan *e-wallet* terhadap pengelolaan keuangan alumni angkatan 36 Madrasah Aliyah Persis Tarogong

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik dari segi akademis, maupun praktis:

1. Secara akademis:

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan literatur akademis dalam bidang teknologi keuangan dan perilaku konsumen, khususnya terkait dengan penggunaan *e-wallet* di kalangan generasi Z. Dengan menganalisis penyebab *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif, penelitian ini tidak hanya memperdalam pemahaman tentang dinamika konsumsi di era digital, tetapi juga mencoba merelevansikan teori konsumsi yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard. Melalui pendekatan ini, penelitian ini berpotensi menjadi referensi penting bagi para peneliti dan akademisi yang tertarik pada interaksi antara inovasi teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini dapat membuka jalan bagi studi-studi lanjutan yang mengeksplorasi aspek lain dari

fintech dan dampaknya terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat, sehingga memberikan wawasan yang lebih luas dalam konteks digitalisasi.

2. Secara praktis:

Penelitian ini memiliki nilai penting bagi pengguna *e-wallet*, penyedia layanan fintech, serta lembaga pendidikan yang berfokus pada literasi keuangan. Dengan memahami bagaimana kemudahan akses dan fitur-fitur *e-wallet* dapat menyebabkan perilaku konsumtif, pengguna, khususnya generasi Z, dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan mereka dan menghindari pembelian impulsif yang berlebihan. Penelitian ini juga memberikan informasi berharga bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk merancang fitur yang mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik, seperti pengingat anggaran atau analisis pengeluaran. Selain itu, hasil penelitian dapat dijadikan dasar bagi lembaga pendidikan untuk menyusun program edukasi yang meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan di era digital, sehingga masyarakat dapat memanfaatkan teknologi dengan cara yang lebih baik dan berkelanjutan.

E. Kerangka Berpikir

Fenomena penggunaan *e-wallet* di Indonesia telah mengalami perkembangan yang cepat dalam beberapa tahun terakhir ini. *E-wallet* atau dompet digital ini menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, yang membuatnya semakin populer di kalangan masyarakat, terutama dalam konteks alumni angkatan 36 MA Persis Tarogong yang merupakan bagian dari generasi Z. Ningrum (2022) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan dari *e-wallet* berkontribusi besar terhadap adopsi teknologi ini. Selain itu, dengan adanya promosi dan fitur keamanan yang ditawarkan oleh berbagai aplikasi *e-wallet*, pengguna merasa lebih tertarik untuk beralih dari metode pembayaran tradisional ke *e-wallet*. Hal tersebut mencerminkan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah kepada digitalisasi dalam transaksi keuangan.

Faktor-faktor yang menyebabkan penggunaan *e-wallet* ini sangat bervariasi, termasuk literasi keuangan, gaya hidup, dan kemudahan akses. Literasi keuangan yang baik dapat membantu individu dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif, yang pada gilirannya dapat menyebabkan keputusan untuk

menggunakan *e-wallet* (Ariwangsa, 2023). Gaya hidup hedonis, yang sering kali berfokus pada pencarian kesenangan dan kenyamanan, juga berperan penting dalam menggunakan *e-wallet*. Faktor kemudahan dalam transaksi melalui *smarthphone* juga membuat *e-wallet* semakin diminati oleh pengguna (Taqwa, Mukhlis, 2022). Semua faktor ini menyebabkan perilaku konsumtif alumni angkatan 36 MA Persis Tarogong yang dimana mereka ini termasuk ke dalam bagian generasi Z.

Perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang berpotensi untuk membeli, berbelanja dan menginginkan sesuatu secara berlebihan, yang sebenarnya hal tersebut bukan menjadi kebutuhan yang primer, dan dibeli karena untuk menyenangkan diri sendiri tanpa adanya pertimbangan lebih lanjut. Adapun sebuah gagasan pemenuhan kebutuhan pada pelaku konsumtif ini berupa segala aktivitas yang dilakukan untuk kesenangan diri sendiri seperti menonton, menghabiskan waktu, mendengarkan dan aktivitas kesenangan lainnya. Hal yang menjadi faktor pendorong utama pelaku konsumtif ini adalah nafsu dan keinginan yang sangat tinggi, individu tersebut membeli barang dan mengkonsumsi secara berlebihan hanya untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan dan tidak mempertimbangkan kebutuhan primer (Maulana, 2024).

Perilaku konsumtif di kalangan generasi Z juga dimenyebabkan oleh penggunaan *e-wallet*. Penelitian menunjukkan bahwa generasi Z yang menggunakan *e-wallet* cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi, terutama dalam konteks belanja *online*. Hal ini disebabkan oleh kemudahan yang ditawarkan oleh *e-wallet* dalam melakukan transaksi, yang dapat mendorong pengeluaran yang tidak direncanakan. Selain itu, promosi yang sering kali ditawarkan oleh penyedia *e-wallet* juga dapat meningkatkan kecenderungan pengguna untuk belanja lebih banyak. Dengan demikian, penggunaan *e-wallet* dapat berkontribusi pada pola perilaku konsumtif yang lebih besar di kalangan generasi Z (Jannah, 2019).

Mengacu pada teori Jean Baudrillard yang membahas tentang simulasi dan hiperrealitas, dapat digunakan untuk memahami fenomena perilaku konsumtif yang dipicu oleh penggunaan *e-wallet*. Menurut Baudrillard dalam masyarakat modern, tanda-tanda dan simbol-simbol konsumsi sering kali lebih penting daripada barang

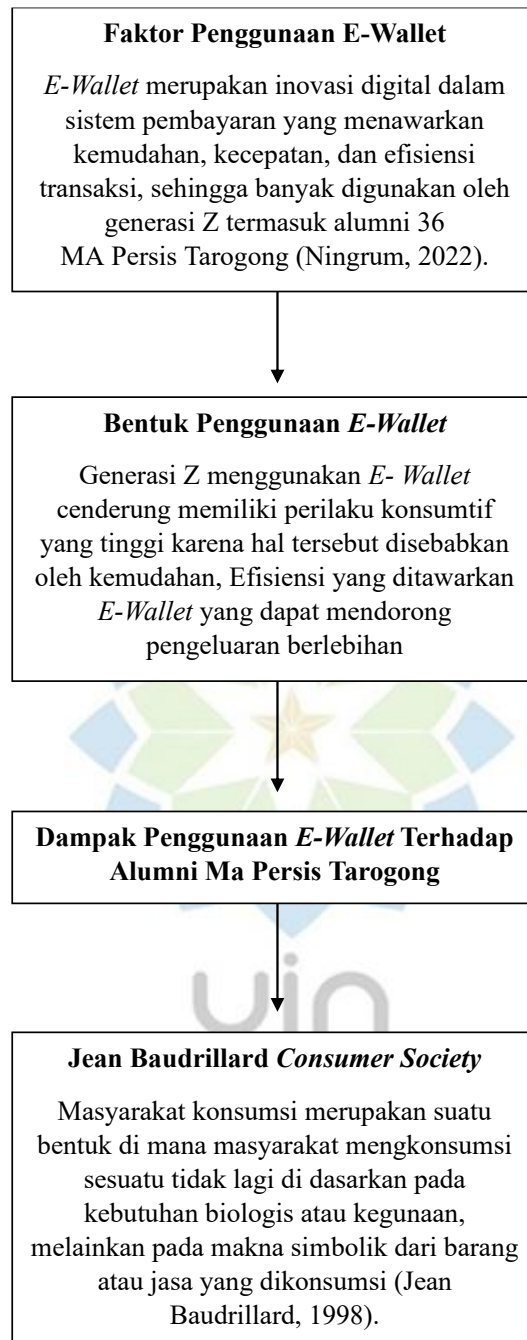
itu sendiri. Dalam konteks ini, penggunaan *e-wallet* dapat dilihat sebagai simbol status dan gaya hidup yang modern, yang mendorong individu untuk berbelanja lebih banyak dan mempertahankan citra sosial mereka. Hal tersebut menciptakan siklus di mana individu merasa terdorong untuk terus belajar demi memenuhi gaya hidup, meskipun hal tersebut mungkin tidak sesuai dengan kebutuhan mereka yang sebenarnya (Taqwa, Mukhlis, 2022).

Meskipun *e-wallet* menawarkan berbagai kemudahan dan kenyamanan, perilaku konsumtif yang berlebihan berpotensi menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari. Fitur-fitur seperti promo cashback, diskon, dan kemudahan transaksi instan sering kali mendorong pengguna untuk melakukan pembelian tanpa pertimbangan rasional. Dalam konteks alumni angkatan 36 MA Persis Tarogong, yang termasuk dalam kategori generasi muda, fenomena ini menjadi penting karena pada usia mereka kemampuan mengendalikan keuangan pribadi masih dalam tahap pembelajaran. Tanpa pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan, kebiasaan menggunakan *e-wallet* untuk belanja daring, jajan, atau hiburan digital bisa berubah menjadi pola konsumsi impulsif yang sulit dikendalikan. Oleh karena itu, literasi keuangan dan pengelolaan finansial yang bijak menjadi kebutuhan mendesak agar alumni dapat memanfaatkan *e-wallet* secara optimal, bukan sebaliknya terjebak dalam siklus pengeluaran yang tidak sehat.

Secara lebih luas, fenomena penggunaan *e-wallet* di Indonesia mencerminkan perubahan signifikan dalam pola perilaku konsumen. Perubahan ini tidak hanya disebabkan oleh faktor teknologi yang mempermudah akses, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup digital, strategi pemasaran yang agresif, serta rendahnya kontrol diri dalam pengelolaan keuangan. Bagi generasi muda, termasuk alumni angkatan 36, *e-wallet* bukan sekadar alat transaksi, melainkan juga bagian dari identitas sosial yang menegaskan citra diri sebagai individu modern, praktis, dan up to date dengan perkembangan zaman. Dalam kerangka teori Baudrillard, konsumsi ini dapat dipahami sebagai bentuk konsumsi tanda, di mana individu membeli bukan hanya karena kebutuhan, melainkan untuk memperoleh makna simbolik dari produk dan layanan digital yang mereka gunakan.

Dengan demikian, penelitian mengenai penggunaan *e-wallet* tidak bisa hanya dipandang dari aspek teknologi, tetapi juga harus memperhatikan dimensi sosial, budaya, dan psikologis yang melatarbelakangi perilaku konsumtif generasi muda. Literasi keuangan, pendidikan digital, dan kontrol diri perlu ditanamkan sejak dini agar masyarakat dapat menggunakan *e-wallet* secara lebih bijak dan seimbang. Hal ini sejalan dengan urgensi penelitian berkelanjutan mengenai dampak *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi, tidak hanya pada mahasiswa atau generasi Z, tetapi juga pada lapisan masyarakat lainnya. Dengan adanya pemahaman yang komprehensif, diharapkan teknologi finansial dapat benar-benar memberikan manfaat, meningkatkan efisiensi ekonomi, sekaligus menghindarkan penggunaanya dari potensi jebakan konsumsi berlebihan yang dapat merugikan masa depan finansial mereka.





Gambar 1. 2 Skema Konseptual