

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di tengah arus globalisasi, kemajuan teknologi telah bertransformasi menjadi sarana krusial dalam menyokong dinamika aktivitas masyarakat. Jogiyanto (2017) menegaskan bahwa integrasi internet menjadi kunci dalam mewujudkan penyelesaian pekerjaan yang lebih efisien dan efektif. Fenomena ini direspons oleh sektor perbankan di Indonesia melalui penyediaan kanal digital seperti Mobile Banking dan Internet Banking. Sejalan dengan itu, Kasmir (2016) menjelaskan bahwa inovasi ini memberikan keuntungan timbal balik: bank mampu mengoptimalkan efisiensi operasional, sementara nasabah mendapatkan kemudahan tanpa harus mengantre di kantor fisik. Fleksibilitas ini, menurut Tjiptono (2016), memberikan otonomi penuh bagi konsumen untuk bertransaksi tanpa batasan waktu dan lokasi.

Penggunaan *mobile banking* adalah aktivitas nasabah dalam memanfaatkan layanan perbankan melalui perangkat mobile seperti smartphone untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, seperti transfer, cek saldo, pembayaran, dan pembelian secara online. Menurut Philip Kotler, penggunaan teknologi dalam layanan jasa merupakan bentuk inovasi untuk meningkatkan kemudahan dan kepuasan konsumen dalam bertransaksi. Sementara itu, menurut Bank Indonesia (2016), *mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses secara langsung oleh nasabah melalui perangkat seluler dengan menggunakan jaringan internet untuk melakukan transaksi keuangan dan non-keuangan.

Tambunan (2007) serta Anugrahati (2014) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai pola konsumsi berlebih pada produk-produk sekunder yang tidak mendesak. Tindakan ini umumnya dipicu oleh pandangan materialistik serta dorongan untuk memperoleh kepuasan batin semata (hedonic shopping). Lebih lanjut, fenomena tersebut berkaitan erat dengan pengaruh variabel internal

maupun eksternal, dengan gaya hidup dan pemahaman literasi keuangan sebagai indikator pengaruh yang paling dominan.

Menurut Bintarto (2018), *era cashless society* ditandai dengan pergeseran gaya bertransaksi masyarakat yang lebih mengandalkan informasi finansial digital ketimbang uang fisik. Hal ini selaras dengan inisiatif GNNT yang dicanangkan oleh Bank Indonesia (2014) untuk mempercepat adopsi pembayaran nontunai. Integrasi berbagai e-wallet populer dalam aktivitas sehari-hari memang menawarkan efisiensi tinggi bagi pengguna. Namun, di sisi lain, Chaniago (2020) memperingatkan bahwa aksesibilitas yang terlalu mudah pada platform tersebut berkaitan erat dengan dorongan perilaku konsumtif yang lebih tinggi.

Pemilihan Mahasiswa Unitri Manajemen Angkatan 2022 sebagai dasar penelitian ini karena sangat relevan dengan kehidupan mahasiswa saat ini khususnya mahasiswa Unitri. Seperti yang kita lihat di era sekarang ini kehidupan mahasiswa dengan adanya kemudahan *Mobile Banking* sebagai alat pembayaran digital menawarkan kemudahan yang membuat transaksi lebih efisien, tetapi kemudahan ini juga berpotensi memicu perilaku konsumtif yang berlebihan. Tanpa disadari, orang lebih sering melakukan pembelian impulsif karena adanya opsi pembayaran nontunai. Khususnya bagi mahasiswa, yang belum sepenuhnya memahami dampak *finansialnya*, penggunaan uang elektronik dapat menghalangi mereka untuk menabung atau berinvestasi. Akibatnya, kebiasaan belanja menjadi tidak terkontrol dan lebih boros karena kemudahan yang ditawarkan oleh uang elektronik. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antara penggunaan mbanking dengan perilaku konsumtif mahasiswa di era *cashless* serta rekomendasi yang bermanfaat bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Unitri Manajemen Angkatan 2022.

1.2. Rumusan Masalah

Untuk mengetahui penggunaan mbanking terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Unitri Manajemen Angkatan 2022, penulis menganalisis dan meneliti pengaruh penggunaan mbanking terhadap perilaku konsumtif yang di alami mahasiswa Unitri Manajemen Angkatan 2022. Maka rumusan masalah skripsi ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh penggunaan mbanking terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Unitri Manajemen Angkatan 2022 pada saat ini ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakanya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan mbanking terhadap Mahasiswa Unitri Manajemen angkatan 2022

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

Secara teoritis, hasil studi ini diharapkan memperkaya kajian manajemen mengenai perilaku pengguna dan tata kelola keuangan mandiri di era digital. Secara praktis, penelitian ini bertujuan mengedukasi mahasiswa Manajemen Unitri angkatan 2022 agar lebih memahami bagaimana fasilitas teknologi memengaruhi kebiasaan belanja mereka, yang pada akhirnya mendorong penggunaan aplikasi perbankan secara lebih bertanggung jawab. Hal ini mempertegas urgensi kontrol diri sebagai penyeimbang kemudahan transaksi digital agar individu tidak terjebak dalam pola konsumsi yang tidak perlu.