

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transformasi teknologi merupakan fenomena global yang mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti dalam sistem ekonomi, pola produksi, distribusi, dan konsumsi. Perkembangan teknologi tidak semata-mata merefleksikan kemampuan suatu wilayah dalam mencukupi kebutuhan masyarakat tentang barang dan jasa, tetapi juga menjadi indikator yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi ekonomi dan daya saing di tingkat global (Najicha, 2022). Perubahan teknologi mendorong terjadinya transformasi struktur konsumsi masyarakat, dari yang semula berbasis mekanisme konvensional menjadi berbasis teknologi digital (Mengga et al., 2023; Sustiyo, 2022).

Perkembangan teknologi digital telah mempercepat digitalisasi aktivitas ekonomi, khususnya dalam sektor perdagangan dan konsumsi. Masyarakat kini makin dimudahkan dalam memperoleh barang dan jasa melalui berbagai platform digital, baik *marketplace* maupun media sosial yang menyediakan fitur jual beli secara langsung (Mengga et al., 2023). Kehadiran platform seperti *e-commerce* dan *social commerce* memungkinkan konsumen melaksanakan transaksi tanpa mengharuskan kehadiran fisik di tempat penjualan, sehingga mengubah pola konsumsi masyarakat secara signifikan (Abdullah & Suja'i, 2022; Sufatmi & Purwanto, 2021). Perubahan ini menandai pergeseran dari pola konsumsi tradisional menuju pola konsumsi digital yang lebih cepat, fleksibel, dan praktis (Mengga et al., 2023; Sustiyo, 2022; Sari et al., 2023).

Seiring dengan digitalisasi perdagangan, sistem pembayaran juga mengalami transformasi yang signifikan (Bank Indonesia, 2023). Transaksi konvensional yang sebelumnya didominasi oleh penggunaan uang tunai secara bertahap bergeser menuju transaksi non-tunai berbasis digital (Sustiyo & Hidayat, 2019). Pergeseran ini tidak hanya kemajuan dalam teknologi, tetapi juga kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dan lembaga moneter untuk mendorong sistem pembayaran yang aman, efisien, dan inklusif (Masyitah, 2019). Salah satu komponen penting dalam mendukung aktivitas ekonomi digital yang terus berkembang ialah digitalisasi sistem pembayaran (Wardani et al., 2025).

Bank Indonesia memperlihatkan bahwa transaksi digital meningkat dengan persentasi yang tinggi kurun beberapa tahun ini. Pada tahun 2021, volume transaksi uang elektronik tercatat sekitar 5,3 miliar transaksi dan meningkat signifikan menjadi lebih dari 8 miliar transaksi pada tahun 2022. Pertumbuhan tersebut berlanjut pada tahun 2023 dengan jumlah transaksi yang melampaui 10 miliar transaksi, kemudian meningkat kembali hingga lebih dari 12 miliar transaksi pada tahun 2024. Memasuki tahun 2025, Bank Indonesia mencatat pertumbuhan transaksi uang elektronik mencapai sekitar 88% secara tahunan, jauh lebih tinggi dibandingkan instrumen pembayaran tanpa uang tunai lainnya seperti kartu debit dan kredit (Bank Indonesia, 2025). Data ini memperlihatkan bahwa transaksi digital, khususnya *e-wallet* dan instrumen pembayaran berbasis aplikasi, telah menjadi bagian utama dalam sistem pembayaran nasional.

Pergeseran pola konsumsi dan transaksi digital tersebut paling nyata dirasakan oleh kelompok usia muda, khususnya Generasi Z (Jakpat, 2024). Generasi Z

merupakan manusia yang lahir dari 1997 hingga 2012 dan dikenal sebagai generasi yang berkembang seiring dengan munculnya internet dan teknologi digital (Pew Research Center, 2019). Generasi Z mempunyai karakteristik sebagai *digital native*, yakni individu yang sejak usia dini telah terbiasa memakai teknologi digital dalam berbagai aktivitas kehidupan (Pew Research Center, 2019; Mengga et al., 2023). Pemakaian internet serta *social media* yang intens membuat Generasi Z mempunyai identitas digital yang kuat, dimana teknologi tidak hanya berfungsi untuk berkomunikasi, tetapi juga sarana pemenuhan kebutuhan konsumsi (Jakpat, 2024).

Kedekatan Generasi Z dengan teknologi digital berimplikasi pada perubahan perilaku konsumsi. Berbagai survei memperlihatkan bahwa Generasi Z cenderung lebih aktif melaksanakan belanja daring dibandingkan dengan menabung atau berinvestasi (Jakpat, 2024). Kondisi tersebut menyebabkan Generasi Z sering dikaitkan dengan kecenderungan perilaku konsumtif, yakni pola konsumsi yang terlalu banyak, tidak terencana, dan berorientasi pada pemenuhan pada hal yang diinginkan dibandingkan dengan hal yang dibutuhkan (Mahendra et al., 2023). Kecenderungan pola konsumsi perlu dikaji secara kritis untuk mengetahui apakah perilaku konsumtif semata-mata merupakan karakter generasi, atau merupakan implikasi dari kemudahan teknologi digital dan sistem transaksi yang dipakai.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu yang tidak mampu membedakan antara kebutuhan esensial dan keinginan semata terhadap suatu produk atau jasa (Fitriyani et al., 2013). Perilaku konsumtif muncul seiring dengan perkembangan teknologi di bidang elektronik, komunikasi, dan keuangan yang makin pesat. Perilaku konsumtif dapat mendorong individu melaksanakan

pembelian secara impulsif, mengikuti tren, atau sekadar menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan secara rasional (Sumartono, 2019). Di dalam konteks mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z, kecenderungan konsumsi impulsif sering kali diperkuat oleh kemudahan akses teknologi dan transaksi digital (Sari et al., 2023).

Salah satu bentuk konkret dari perkembangan teknologi keuangan ialah sistem pembayaran digital, khususnya *electronic wallet (e-wallet)* (Sustiyo, 2022). *E-wallet* memungkinkan transaksi yang tidak memerlukan pembayaran tunai, cepat, dan efisien, dan telah terintegrasi dengan berbagai platform e-commerce dan layanan digital. Secara normatif, sistem pembayaran digital termasuk dalam sistem pembayaran nasional yang diatur dan diawasi oleh Bank Indonesia guna menjamin keamanan, efisiensi, dan stabilitas transaksi (Bank Indonesia, 2023). Kemudahan penggunaan *e-wallet* berpotensi menurunkan hambatan psikologis dalam melaksanakan pembayaran, sehingga dapat mendorong peningkatan intensitas konsumsi (Fahriannisa et al., 2019; Sari et al., 2023).

Implementasi *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* sebagai standar pembayaran berbasis kode nasional dengan respons cepat yang ada di dalam *e-wallet*, makin mempercepat adopsi transaksi non-tunai di Indonesia. QRIS dikembangkan untuk menggabungkan berbagai alat pembayaran digital dalam satu standar yang mudah diakses dan dipakai oleh masyarakat. Kehadiran QRIS memperluas akses transaksi digital hingga ke sektor usaha mikro dan transaksi bernilai kecil yang dilaksanakan secara rutin (Bank Indonesia, 2023). Bagi Generasi Z dan mahasiswa, QRIS menjadikan pembayaran digital makin instan dan praktis,

namun pada saat yang sama berpotensi mengurangi kontrol individu terhadap pengeluaran karena proses transaksi yang berlangsung tanpa hambatan signifikan (Wardani et al., 2025; Fahriannisa et al., 2019).

Percepatan penggunaan *e-wallet* makin terasa sejak terjadinya krisis global dan pandemi, yang mendorong masyarakat untuk mengurangi penggunaan uang tunai. Kondisi tersebut mempercepat adopsi pembayaran digital sebagai solusi transaksi yang aman dan efisien (Bank Indonesia, 2023).. Pembayaran digital memberi kemudahan dan efisiensi, sebaliknya hal ini justru mendorong perilaku konsumtif apabila tidak disertai pemahaman pengelolaan keuangan yang memadai (Sustiyo, 2022; Wardani et al., 2025). Hal ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai apakah seluruh Generasi Z, khususnya mahasiswa bersikap irasional dalam konsumsi akibat kemudahan pembayaran digital, atau terdapat faktor lain yang mempunyai peran sebagai pengendali perilaku konsumsi.

Tidak seluruh mahasiswa memperlihatkan tingkat perilaku konsumtif yang sama, meskipun berada dalam lingkungan digital yang serupa (Sari et al., 2023). Perbedaan tingkat perilaku konsumtif mengindikasikan adanya faktor internal yang mempunyai peran dalam membentuk rasionalitas individu dalam mengambil keputusan konsumsi (Sustiyo & Hidayat, 2019). Salah satu faktor internal yang mempunyai peran strategis ialah literasi keuangan. Literasi keuangan tidak hanya dipahami sebagai pengetahuan mengenai konsep keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan individu dalam mengelola pendapatan, menyusun perencanaan keuangan, dan mengevaluasi akibat jangka pendek dan jangka panjang dari masing-masing keputusan konsumsi (Putri & Indriastuti, 2022).

Peran literasi keuangan sebagai mekanisme pengendalian diri (*self-control*) terlihat jelas dalam konteks perilaku konsumsi, khususnya dalam membantu individu membedakan kebutuhan dan keinginan (Putri & Indriastuti, 2022). Individu yang tahu banyak tentang keuangan cenderung lebih berhati-hati saat memakai instrumen pembayaran digital, mempertimbangkan kondisi keuangan pribadi, dan mampu menahan dorongan konsumsi impulsif yang dipicu oleh kemudahan teknologi (Sustiyo & Hidayat, 2019). Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat membuat orang lebih cenderung konsumtif, terutama dalam lingkungan digital yang menawarkan kemudahan transaksi dan berbagai stimulus promosi (Fahriannisa et al., 2019; Sari et al., 2023).

Literasi keuangan menjadi komponen yang tergolong krusial bagi mahasiswa karena saat ini mahasiswa sedang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial (Fahriannisa et al., 2019). Mahasiswa dihadapkan pada keterbatasan pendapatan, namun pada saat yang sama mempunyai akses luas terhadap berbagai produk dan layanan digital (Mengga et al., 2023; Sari et al., 2023). Di dalam keadaan keterbatasan pendapatan dan luasnya akses digital ini menuntut mahasiswa kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai agar kemudahan transaksi digital tidak berujung pada pola konsumsi yang tidak rasional (Sustiyo, 2022).. Oleh karena itu, literasi keuangan mempunyai peran sebagai pengetahuan dan juga sebagai landasan perilaku keuangan yang bertanggung jawab dalam menghadapi perkembangan teknologi pembayaran (Putri & Indriastuti, 2022).

Selain faktor internal, perilaku konsumtif mahasiswa juga dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa kebijakan fiskal, khususnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

(Irfansyah et al., 2025). PPN merupakan pajak tidak langsung yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa, dengan beban pajak yang secara ekonomis ditanggung oleh konsumen akhir (Masyitah, 2019). Sebagai pajak atas konsumsi, PPN secara langsung melekat pada harga barang dan jasa yang dipakai, termasuk dalam transaksi digital yang memakai *e-wallet* (Kurniawan, 2018).

Dilihat melalui perspektif ekonomi perilaku, perubahan tarif PPN berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap harga dan biaya yang harus dikeluarkan dalam melaksanakan konsumsi (Resmi, 2020). Harga barang dan jasa dapat meningkat karena dipengaruhi oleh kenaikan tarif PPN, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan konsumsi individu (Kurniawan, 2018). Namun demikian, dalam praktiknya, konsumen tidak selalu bersikap rasional terhadap beban pajak yang melekat pada transaksi, terutama dalam transaksi digital yang proses pembayarannya berlangsung secara cepat dan minim hambatan psikologis (Kurnia & Sari, 2021). Hal ini menyebabkan PPN sering kali tidak disadari secara langsung oleh konsumen pada saat melaksanakan transaksi (Resmi, 2020; Irfansyah et al., 2025).

Bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro yang mempunyai pemahaman akademik mengenai sistem perpajakan dan tarif PPN, terdapat dinamika menarik antara pengetahuan normatif dan perilaku aktual (Resmi, 2020). Secara teoritis, pemahaman mengenai PPN diharapkan dapat membentuk sikap konsumsi yang lebih rasional dan terkontrol (Al Islami, 2023). Kemudahan transaksi digital, penggunaan *e-wallet*, dan intensitas konsumsi yang tinggi dapat mengaburkan pertimbangan pajak dalam pengambilan

keputusan konsumsi sehari-hari (Wardani et al., 2025). Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberadaan PPN sebagai instrumen fiskal tidak selalu menjadi faktor dominan dalam membatasi perilaku konsumtif, melainkan berinteraksi dengan faktor lain seperti literasi keuangan dan kemudahan teknologi pembayaran.

Mengacu uraian tersebut, penelitian terdahulu umumnya masih memfokuskan kajian pada pengaruh penggunaan *electronic wallet (e-wallet)* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara peran kebijakan fiskal, khususnya tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebagai pajak atas konsumsi, masih jarang dikaji secara terintegrasi. Padahal, PPN secara langsung melekat pada setiap transaksi konsumsi, termasuk transaksi non-tunai berbasis *e-wallet*, sehingga berpotensi memengaruhi keputusan konsumsi individu. Kondisi ini menjadi relevan pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro yang secara akademik mempunyai pemahaman mengenai keuangan dan perpajakan, namun dalam praktik konsumsi sehari-hari belum tentu sepenuhnya mencerminkan perilaku yang rasional. Oleh karena itu, Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memberi pemahaman yang lebih luas dan melengkapi kekurangan penelitian sebelumnya tentang bagaimana penggunaan *e-wallet*, literasi keuangan, dan tarif PPN berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro.

1.2 Rumusan Masalah

Munculnya teknologi pembayaran digital seperti *e-wallet* memudahkan transaksi, tetapi beberapa penelitian memperlihatkan efeknya pada perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun kemudahan transaksi dan promosi digital

dianggap mendorong konsumsi impulsif, pengetahuan keuangan individu mungkin mempunyai peran sebagai pengendali dalam keputusan konsumsi. Lalu meskipun kebijakan fiskal seperti penerapan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) secara teoritis memengaruhi harga barang dan daya beli, masyarakat usia produktif seperti mahasiswa mungkin tidak mempertimbangkannya dengan serius. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan tentang seberapa besar pengaruh penggunaan *e-wallet*, literasi keuangan, dan tarif PPN pada perilaku konsumtif mahasiswa secara empiris, terutama pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro yang mempunyai pemahaman akademik tentang keuangan dan perpajakan.

Berdasarkan uraian diatas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro?
3. Bagaimana pengaruh tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, ada beberapa tujuan dari penelitian ini yakni untuk memberi bukti empiris tentang:

1. Pengaruh tarif Pajak Petambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro
2. Pengaruh kemampuan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro
3. Pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro

Penelitian ini mempunyai kegunaan atau manfaat yakni:

a. Manfaat Toritis

Penelitian ini berupaya untuk dapat memberi kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang akuntansi, perpajakan, keuangan, dan perilaku konsumen. Penelitian ini memberi pemahaman mengenai hubungan antara penggunaan *e-wallet*, literasi keuangan, dan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN), terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Penelitian ini juga dapat ditujukan sebagai rujukan dan dasar bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa dengan objek, variabel, atau metode yang berbeda. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memperkuat teori yang menjabarkan bagaimana teknologi pembayaran digital, tingkat pemahaman keuangan, dan kebijakan pajak mempunyai peran dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini ditujukan agar menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa supaya lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi. Dengan memahami pengaruh penggunaan *e-wallet*, literasi keuangan, dan tarif PPN terhadap perilaku konsumtif, mahasiswa diharapkan mampu mengendalikan pola konsumsi dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

2. Bagi Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro
Konklusi penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi dan masukan dalam pengembangan kurikulum dan pembelajaran, khususnya terkait literasi keuangan, perpajakan, dan perilaku konsumsi mahasiswa di era digital.

3. Bagi Pemerintah dan Pembuat Kebijakan

Penelitian ini memberi gambaran mengenai dampak kebijakan tarif PPN terhadap perilaku konsumsi generasi muda. Hasilnya dapat menjadi acuan dalam penyusunan kebijakan perpajakan dan program literasi keuangan yang lebih efektif.

1.4 Sistematika Penulisan

Secara struktural, penelitian ini terorganisir ke dalam lima bab utama yang memuat berbagai sub-bab. Di bawah ini dipaparkan penjelasan mengenai susunan tersebut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan terkait latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjabarkan landasan teori penelitian, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran yang mendeskripsikan keterkaitan antara variabel penelitian dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan terkait desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan definisi operasional penelitian, instrumen penelitian, metode pengumpulan dan analisis data penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian dan hasil analisis variabel penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan simpulan dan implikasi penelitian berdasarkan hasil penemuan penelitian yang dilengkapi dengan keterbatasan dan saran penelitian.