

## PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS PATOMPO

Harti Oktarina<sup>1\*</sup>, Andi Arifuddin Iskandar<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Universitas Patompo, Makassar, [hartioktarina@gmail.com](mailto:hartioktarina@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Patompo, Makassar, [arifuddin271@gmail.com](mailto:arifuddin271@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Patompo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Patompo yang berjumlah 231 mahasiswa dengan jumlah sampel 146 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan *e money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 3,33%, dan perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik adalah tidak mempertimbangkan fungsi/kegunaan, mengonsumsi barang secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, dan tidak ada skala prioritas.

Kata Kunci: *e money*, perilaku konsumtif

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of using e money on student consumptive behavior in Economic Education students at Patompo University. This study uses a quantitative approach with a survey research method. The population of this study were all students of Economic Education at Patompo University, totaling 231 students with a sample size of 146 students. Sampling using purposive sampling technique. Data collection using questionnaires and analyzed using simple linear regression analysis. The results showed that there was an effect of using e money on students' consumptive behavior of 3.33%, and the consumptive behavior of students arising from the use of electronic money was not considering the function / use, consuming goods excessively, prioritizing wants over needs, and there was no priority scale.*

*Keywords: e money, consumptive behavior*

### PENDAHULUAN

Dewasa ini, uang memiliki peranan yang penting dalam segala aspek- aspek ekonomi mulai dari kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Uang dianggap lebih memperlancar kegiatan perekonomian dan mempermudah langkah yang harus dilakukan seseorang untuk memperoleh barang ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Seiring perkembangan teknologi, hampir semua kegiatan ekonomi, sudah menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Mulai dari belanja, transportasi, akomodasi, makanan, tiket bioskop, tiket jalan tol, berbagai macam tagihan rumah tangga seperti listrik, air, telepon, dan sebagainya., supermarket, minimarket, bahkan sampai warteg sudah mulai menyediakan fasilitas pembayaran uang elektronik. Tidak hanya itu, sedekah pun bisa dilakukan dengan menggunakan uang elektronik seperti halnya yang pernah dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional yang membuka program sedekah *online* bekerjasama dengan *gopay* dan *kitabisa.com*

Di Indonesia sendiri, kepopuleran uang elektronik terjadi pada 2007, yang mana bank swasta yang telah menerapkannya. Pertumbuhan dan perkembangan transaksi uang elektronik di Indonesia salah satunya didorong oleh gerakan nasional non tunai. Program yang dicanangkan Bank Indonesia ini secara tidak langsung memaksa masyarakat untuk berpindah ke uang elektronik. Masyarakat pun menilai bahwa karakteristik yang dimiliki produk ini sangat praktis, dikarenakan hanya perlu melakukan pengisian saldo ke dalam suatu media baik dari rekening ataupun secara cash. Karena tidak diperlukan membawa uang dalam jumlah yang banyak lagi, hal tersebut tentunya menambah nilai efisiensi dari uang elektronik itu sendiri.

Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik ini akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya yang mana akan menawarkan gaya hidup untuk lebih efisien atau konsumtif. Pengonsumsian suatu barang tidak lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia namun sebagai alat pemuas keinginan.

Pergeseran makna dalam pengonsumsiannya suatu barang ini mengandung indikasi bahwa adanya perilaku konsumtif yang terjadi ketika menggunakan uang elektronik.

Penggunaan e-money secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional, tanpa mempertimbangkan kegunaannya, sehingga yang ditonjolkan hanya status, prestige, kekayaan, keistimewaan dan hal lain yang mencolok (Triyaningsih, 2012). Perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi atas suatu barang yang menjadi kegemaran seseorang, jika seseorang tersebut bergabung dalam komunitas penggemar, misalkan komunitas penggemar anime. Hal tersebut dapat menjadi media yang cukup berpengaruh bagi seseorang tersebut dalam mengapresiasi diri, termasuk dalam berperilaku konsumtif (Astuti, 2020).

Perilaku konsumtif tidak terlepas dari seorang konsumen. Konsumen dari perspektif konsumen dapat berarti; (a) pelanggan, pemakai, pengguna, pembeli, pengambil keputusan, (b) barang, jasa, merek, harga, kemasan, kualitas, kredit toko, layanan purna jual, (c) menawar, mencari informasi membandingkan merek, dan (d) persepsi, preferensi, sikap, loyalitas, kepuasan, motivasi, gaya hidup. Dalam hal ini, konsumen selalu berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya dalam mengonsumsi barang dan jasa, namun apabila seorang konsumen memandang dirinya sebagai orang yang modern dan mudah menerima inovasi. Persepsi konsumen terhadap dirinya tersebut akan direfleksikan dengan perilaku konsumsinya. Konsumen tersebut akan mudah menerima dan membeli berbagai peralatan dan alat komunikasi yang modern dan selalu tertarik membeli suatu yang baru. Dengan demikian, konsumen akan terus melakukan pembelian di luar yang menjadi kebutuhannya. Hasrat untuk membeli barang dan jasa di luar kebutuhan konsumen inilah yang membuat seorang konsumen berperilaku konsumtif.

Di Indonesia sendiri, konsumen sebagai pelaku ekonomi yang memiliki peran dalam melakukan konsumsi rumah tangga menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Laporan Bank Dunia tahun 2015 dalam Daniel menyebutkan bahwa manfaat pertumbuhan ekonomi Indonesia ini hanya bisa dinikmati oleh 18-20% masyarakatnya. Mereka diidentifikasi sebagai masyarakat konsumtif yang umumnya tinggal di perkotaan dan menjadi segmen konsumen yang paling berdaya di pasar. Mereka cenderung mengonsumsi tak hanya untuk memenuhi kebutuhan harian, namun juga untuk merayakan gaya hidup dan status sosial seperti membeli barang-barang mewah, berwisata ke luar negeri, maupun mengenyam pendidikan di universitas-universitas ternama. Namun, tidak semua orang bisa merayakan gaya hidup konsumtif seperti itu, terlebih lagi pada masyarakat yang sulit mengakses sumber daya dan peluang ekonomi yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara yang sebelumnya telah dilakukan peneliti dengan memilih mahasiswa yang cocok dihadapkan pada fenomena penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif, didapatkan Wawancara dengan Sarina, Mahasiswi Universitas Patompo yang gemar berbelanja di aplikasi belanja online seperti Shopee dan Lazada. Kemudahan yang ditawarkan membuatnya dapat sesegera mungkin mendapatkan barang-barang yang ditawarkan dalam sebuah toko online. Bahkan fitur Paylater yang terdapat pada Shopee PayLater dan GopayPlus memungkinkannya untuk dapat melakukan pencicilan suatu barang secara cepat dan pembayaran dapat dilakukan di lain waktu. Apalagi ditambah dengan adanya berbagai promo khusus pengguna yang ditawarkan berupa cashback atau diskon.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Greni yang merupakan pengguna Ovo dan Gopay. Ia mengungkapkan, memilih untuk menggunakan ovo dikarenakan mudah dan aman. Kemudahan dan keamanan yang dihadirkan dalam ovo diantaranya yaitu kemudahan dalam melakukan top-up dan keamanan pada transaksi yang membutuhkan PIN. Hal itu lalu membuat dirinya merasa nyaman dalam melakukan pembelian. Pembelian yang sering dilakukannya adalah pembelian pulsa data dan pembelian makanan pada aplikasi Gojek Indonesia, yang mana ketika dihadirkan promo-promo yang menurutnya menguntungkan baginya, karena harga asli jauh lebih mahal dibandingkan harga promo, membuatnya tidak berpikir dua kali untuk melakukan pembelian, karena ia pikir promo tersebut tidak ada lagi besok, jadi ia tidak ingin menyesal besok harinya.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan beberapa mahasiswa tersebut, dapat disimpulkan bahwa alasan mereka menggunakan e-money adalah kemudahan dan kemananan dalam transaksi. Selain itu, e-money dinilai praktis karena mereka tidak perlu repot-repot membawa uang dalam jumlah besar. Beberapa dari mereka juga menyampaikan bahwa mereka mengalami perubahan pengeluaran keuangan setelah menggunakan e-money tersebut. Dengan kata lain uang yang dikeluarkan semakin bertambah, bahkan untuk hal-hal yang tidak mereka butuhkan. Pengeluaran akibat konsumsi secara berlebihan membuat mereka mengabaikan hal-hal yang menjadi skala prioritas mereka sebagai mahasiswa. Hal inilah yang menyebabkan semakin menjamurnya perilaku hidup konsumtif di kalangan mahasiswa Universitas Patompo.

Menurut Ancok, perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi daripada faktor rasionalnya, atau dapat dikatakan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhannya. Menurut Sumartono perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk lain atau membeli karena adanya hadiah yang ditawarkan ataupun karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut. Perilaku konsumtif tersebut dapat terlihat dari gaya hidup seperti cara berpakaian, konsumsi makanan dan minuman siap saji yang tidak baik bagi kesehatan akibat adanya penawaran promo serta rasa penasaran akan produk yang dijual.

Dilihat dari tujuan e-money, diantaranya dapat memberikan kemudahan berbagai macam transaksi, terutama pada transaksi yang memiliki skala mikro. Kini sistem pembayaran melalui aplikasi e-money memiliki pengaruh dalam kegiatan konsumsi karena dalam kegiatan membelanjakan produk dalam memenuhi kebutuhannya, Seseorang akan membeli jenis kebutuhannya untuk waktu tertentu berdasarkan nilai belanja yang dikeluarkan merupakan pengeluaran untuk konsumsi. Perilaku konsumsi yang tidak menentu dirasakan oleh masyarakat karena dilihat bahwa pengguna e-money semakin banyak dan

diminati membuat individu semakin mudah dalam melakukan transaksi. Namun berdasarkan fenomena tersebut, tentunya uang elektronik juga membawa kelebihan ataupun kekurangan pada pemakaiannya. Kelebihan yang ditawarkan seperti mudahnya dalam melakukan transaksi, tidak menghabiskan waktu yang lama, serta banyak promo yang dihadirkan, tentunya menjadi cobaan bagi pengguna dalam bersikap untuk melakukan pembelanjaan. Hadirnya kemudahan-kemudahan tersebut, bisa menjadi pengaruh negatif bagi beberapa pengguna terutama perilaku konsumtif yang timbul daridiri sendiri. Masing-masing individu dipastikan memiliki perbedaan dalam perilaku konsumsinya. Hal tersebut dikarnakan oleh berbagai alasan seperti faktor internal, seperti selera konsumen, pendapatan setiap konsumen, kebiasaan yang dilakukan konsumen, serta motivasi. Adapun faktor yang bersumber eksternal, yaitu berasal dari lingkungan sekitar konsumen atau berasal dari diri luar konsumen itu sendiri, seperti kebudayaan lingkungan sekitar, harga produk, status sosial, mode barang ataupun barang pengganti. Banyak orang yang memiliki perilaku konsumtif dikarenakan mereka lebih menyukai pada hal yang lebih efisien demi kelancaran aktivitas konsumsinya.

## METODOLOGY

### A. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei. Adapun metode survei adalah metode penelitian dengan menggunakan kuseioner sebagai instrument pengumpulan data dengan tujuan memperoleh informasi tentang variable penggunaan e money perilaku konsumtif dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Patompo yang berjumlah 231 orang. Selanjutnya, sampel dalam penelitian ini diambil dengan Teknik purposive sampling, yaitu metode penetapan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu, sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 146 mahasiswa. Kriteria yang dimaksud adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Kelas Eksekutif pada Angkatan 2019 yang menggunakan uang elektronik seperti ovo, Gopay, Dana, Shopeepay, Brimo, dll.

Terdapat dua variable dalam penelitian ini yaitu variable x (penggunaan e money) dan variable y (perilaku konsumtif). Penggunaan e money diukur menggunakan beberapa indicator yaitu minat, manfaat, dan pemahaman. Sedangkan variable perilaku konsumtif diukur dengan indicator yaitu Membeli produk karna iming-iming hadiah, Membeli karena kemasan menarik, membeli untuk menjaga penampilan dan gengsi, Membeli karena pertimbangan harga, Lebih percaya diri karena produk mahal, dan Membeli dua produk sejenis dalam satu waktu.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana yang bertujuan untuk melihat ada atau tidak nya pengaruh variable penggunaan elektronik terhadap variable perilaku konsumtif mahasiswa. Untuk menguji kevalidan persamaan regresi, dapat menggunakan dua cara, yaitu berdasarkan uji-t. Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	41.721	3.211		12.995	.000
	PenggunaanEMoney	.264	.118	.183	2.231	.027

a. Dependent Variable: Perilaku.Konsumtif  
 Sumber : data diolah dengan Program SPSS

Berdasarkan table diatas, diperoleh nilai konstanta sebesar 41,721 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,264. Maka diperoleh persamaan regresi  $Y = 41,721 + 0,264 x$ . Model persamaan regresi linear sederhana memberikan pengertian bahwa (1) Jika tidak ada penggunaan e money maka perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Patompo hanya sebesar 41,721, (2) Jika ada penambahan 1 satuan penggunaan e money maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Patompo sebesar 1 satuan.

Berdasarkan table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai t hitung sebesar 2,231 dengan nilai signifikansi sebesar 0,027. Nilai signifikansi sebesar  $0,027 < \text{nilai alpha } 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan e money berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan ekonomi Universitas Patompo.

## 4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.183 <sup>a</sup>	.033	.027	5.36997

a. Predictors: (Constant), PenggunaanEMoney

Sumber : Data diolah dengan menggunakan SPSS

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X terhadap variabel Y. Untuk menentukan koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan software SPSS 23. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa R Square sebesar 0,033. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan *e money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa adalah sebesar 3,3% ( $KD = 0,033 \times 100\%$ ). Sedangkan sisanya sebesar 96,7% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat pengaruh penggunaan *e money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Patompo. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t (parsial) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,231 dan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,027 < \text{nilai alpha } 0,05$  maka dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan *e money* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 3,3%.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh teori dan penelitian yang relevan mengenai uang elektronik dan perilaku konsumtif. Menurut Warsisto Raharjo Jati, kehadiran uang elektronik menjadi salah satu cara mendorong masyarakat menjadi konsumtif. Selain itu, adanya sentuhan teknologi dalam konsumsi melalui uang elektronik telah memberikan warna baru dalam memaknai konsumsi. Konsumsi tidak hanya menggunakan fungsi utilitasnya untuk dihabiskan, namun juga fungsi identitas yang perlu dipenuhi. Blackwell et.all menjelaskan bahwa terdapat tiga dimensi yang mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya adalah stimuli lain/faktor lingkungan yang di dalamnya terdapat teknologi dan mempengaruhi perilaku konsumen dengan semakin meningkatnya kemajuan di bidang teknologi, kebutuhan dan keinginan konsumen pun meningkat, baik secara kualitas dan kuantitas.5 Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Laila Ramadhani bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan uang elektronik terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa yang mana semakin tinggi penggunaan uang elektronik maka semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi mahasiswa. Penelitian Aneke Nurdian Dwi Sari, dkk. yang menghasilkan adanya pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumen. Penelitian Lailatu Syifa yang menghasilkan adanya pengaruh kemudahan mobile banking yang memiliki karakteristik serupa dengan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian Suryo Adi Prakorso dan Wahyu Susilowati yang menghasilkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dan perkembangan teknologi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(1), 4–6.
- Duwi Priyatno, Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS, (Yogyakarta: ANDI, 2014), h. 64.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Diisertai Himpunan Jurnal Penelitian, (Yogyakarta: ANDI, 2013), h. 14-15 dan 21-22
- Karim, M. A. (2017). Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek Jurnal. *Jurnal Penelitian*. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/5402>
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Fitur Layanan terhadap minat penggunaan e- money (Studi kasus pada pengguna e-money kota Palembang). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1–17.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) *Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 1–9.
- Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h. 115. Warsisto Raharjo Jati, op.cit., h. 110-112. 5