

HUBUNGAN KAUSALITAS PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN TINGKAT KONSUMSI MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar)

Zulkifli Abdullah¹, Usman^{2*}

¹²Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: uts.mhthamrinjakarta@gmail.com

Article Info	Abstrak
Article History Submitted: 02 Mei 2023 Accepted: 10 Juni 2023 Published: 30 Juni 2023	
Keywords Causality Analysis; Electronic Money; Consumption.	<i>This study aims to determine the effect of the use of electronic money (e-money) on the level of consumption of students at Samawa University Sumbawa Besar. The type of this study was associative. The type of data used is quantitative obtained from primary sources through a questionnaire. The population in this study were 619 students of the Faculty of Economics and Management. The sample determination was carried out using a purposive sampling technique so that the number of populations that met the requirements to become the research sample was 93 people. Data analysis is carried out with simple linear regression analysis techniques, partial hypothesis testing (T-test), and determinant coefficient test (R^2). The results showed that the use of electronic money (e-money) had a positive and significant effect on the level of consumption of students at Samawa University Sumbawa Besar. The effect of the use of electronic money (e-money) on the level of consumption of students at Samawa University Sumbawa Besar is 10.1%, while the remaining 89.9% is influenced by other factors that are not examined in this study, such as income, product prices, tastes and education.</i>

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi modern kini sudah dimanfaatkan dalam berbagai aspek dalam kehidupan bermasyarakat. Kemajuan teknologi digital di Indonesia menggiring perkembangan di berbagai aspek kehidupan, seperti pendidikan, perbankan, bisnis, pemerintah, hingga kehidupan pribadi yang sebelumnya berjalan secara konvensional mulai bergeser ke arah digitalisasi. Sebut saja dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa, jika dahulu pembeli dan penjual harus bertemu di suatu tempat yang bernama pasar. Kini pasar telah hadir dalam wujud digital, yang disebut *e-commerce* yang ada di genggaman tangan siapapun melalui gawai digital.

Berkembangnya teknologi ini tentunya berpengaruh pada perubahan alat pembayaran dalam transaksi keuangan yang semakin modern dan canggih. Kebutuhan masyarakat saat ini tentunya ingin menggunakan alat pembayaran yang memiliki suatu keamanan, ketepatan, dan kecepatan dalam melakukan suatu transaksi perekonomian. Sejarah telah menunjukkan bahwa perkembangan alat pembayaran dari waktu ke waktu sudah mengalami perubahan bentuk dari yang semula diawali oleh uang logam, uang kertas konvensional, dan sampai saat ini muncul sistem pembayaran menggunakan alat pembayaran elektronik (Yuliana dan Azib, 2021).

Sumanjeet (dalam Puspita, 2019) menyebutkan bahwa sistem pembayaran digital muncul sejak hadirnya *e-commerce* ini. Pembayaran dalam transaksi digital disebut *e-payment*, dengan uang digital yang disebut *e-money*, dan dompet digital yang disebut *e-wallet*. *Digital payment* adalah teknologi yang memberikan pandangan mengenai pembayaran nontunai yang lebih praktis, efisien serta aman dalam bertransaksi melalui media digital. Pilihan masyarakat saat ini yang lebih menyukai uang elektronik tidak terlepas dari penerimaan masyarakat terhadap uang elektronik sebagai alat pembayaran yang menawarkan berbagai kemudahan, seperti dapat mengontrol pekerjaan, fleksibel, dan mudah dipelajari.

Munculnya uang elektronik atau *e-money* di Indonesia, telah diregulasi oleh pihak yang berwenang, yang dalam hal ini adalah Bank Indonesia. PBI No.20/6/PBI/2018 menjelaskan mengenai *e-money* yang merupakan instrumen atau alat yang digunakan untuk pembayaran dengan beberapa unsur yang harus dipenuhi antara lain dikeluarkan dengan dasar nilai uang yang harus disetor ke penerbit yang dilakukan oleh pemegang, kemudian nilai uang tersebut akan disimpan di dalam media berupa server atau suatu chip secara elektronik, selanjutnya bisa digunakan untuk pembayaran kepada toko atau merchant yang bekerjasama dengan penerbit, sedangkan nilai uang elektronik yang telah disetor oleh pemegang yang kemudian dikelola penerbit tidak menjadi simpanan seperti yang terdapat dalam undang-undang tentang perbankan.

Usman (2017) menjelaskan bahwa uang elektronik adalah uang yang tidak berwujud secara fisik atau *cashless money*, dan nilai uangnya diperoleh dari nilai uang yang telah disetor ke pihak penerbit, yang selanjutnya akan disimpan dalam kartu chip atau server (*hard drive*) dan bisa digunakan untuk pembayaran secara non-tunai ke *merchant* atau pedagang yang bekerjasama dengan penerbit uang elektronik tersebut. Uang elektronik atau *e-money* adalah salah satu inovasi dalam sistem pembayaran. Uang elektronik digunakan dengan cara kartu ditempelkan pada alat sensor yang ada di toko atau merchant yang diperoleh dari penerbit, apabila transaksi berhasil maka saldo yang ada pada kartu akan berkurang sesuai dengan jumlah transaksi.

Tingkat penerimaan *e-money* dikalangan masyarakat tidak terlepas dari dua determinan utama mengenai digunakannya suatu sistem, yaitu kemudahan dan kemanfaatan. Seberapa besar keyakinan konsumen terhadap kemudahan yang diperoleh saat menggunakan sistem dan tidak memerlukan usaha yang besar. Kemudahan (*easy of use*) mengacu pada sejauh mana konsumen mendapatkan kemudahan terhadap dalam memakai sistem tertentu yang artinya konsumen tidak mendapatkan kesulitan saat menggunakan. Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-money* dapat diukur melalui empat indikator, yakni mudah dipahami, fleksibel, dan dapat mengontrol pekerjaan. Penggunaan *e-money* dapat mempercepat pekerjaan dengan transaksi yang dilakukan karena memiliki nilai praktis yaitu memiliki saldo dalam *e-money* serta mesin guna transaksi (Widayat *et al.*, 2020).

Semakin berkembangnya uang elektronik tentu dapat memberikan kemudahan, fleksibilitas, efisiensi serta kesederhanaan dalam bertransaksi. Keuntungan yang dirasa oleh pengguna *e-money* mampu membuat pertumbuhan *e-money* semakin meningkat baik dari sisi penyedia maupun dari sisi penggunaannya. Jika dilihat dari sisi positif penggunaan *e-money*, terdapat berbagai keuntungan yang dapat dirasakan oleh pengguna *e-money*, antara lain sebagai berikut. (1) *merchant* tidak perlu menyiapkan uang pecahan kecil untuk uang kembalian. (2) pengguna tidak perlu membawa banyak uang cash saat berbelanja. (3) pembayaran untuk belanja online semakin mudah dilakukan kapanpun dimanapun (Dewi *et al.*, 2021).

Mahasiswa merupakan kelompok masyarakat generasi Z yang dalam kehidupan sosialnya sehari-hari tidak terlepas dari gawai digital. Penelitian yang dilakukan oleh Badri (2020) menemukan bahwa generasi Z yang saat ini termasuk dalam populasi penduduk dalam rentang umur remaja merupakan pengguna aktif smartphone (gawai digital) yang mengetahui dan menggunakan aplikasi dompet digital, yang merupakan aplikasi penyimpan *e-money*.

Diluar dari beragam kemudahan dan manfaat dalam menggunakan *e-money*, adanya peningkatan penggunaan *e-money* oleh mahasiswa juga dapat menimbulkan dampak negatif. Salah satu sisi negatif yang muncul di karenakan kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* adalah pemborosan. Hal ini disebabkan karena pengguna dapat melakukan pembayaran dengan sangat mudah dan cepat

sehingga cenderung dapat menjerumuskan penggunaanya kearah konsumtif jika mereka tidak melakukan kontrol yang baik dalam penggunaan *e-money* tersebut.

Perilaku konsumtif umumnya dikaitkan dengan perilaku seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk dengan terlalu berlebihan tanpa suatu rencana dan tidak sesuai dengan kebutuhan. Menurut Baudrillard (dalam Insana & Johan, 2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu keinginan dari manusia untuk mengonsumsi suatu barang atau jasa secara tidak terbatas tanpa melihat kebutuhan tetapi hanya menonjolkan faktor keinginan semata. Seseorang dikatakan berperilaku konsumtif apabila sudah tidak bisa lagi membedakan mana keinginan dan mana kebutuhan, karena yang dipenuhi bukan lagi kebutuhan yang utama tetapi hanya ikut tren yang berkembang, menginginkan pengakuan sosial, dengan tidak peduli produk tersebut diperlukan atau tidak.

Perilaku konsumtif biasanya disangkutkan pada aktivitas konsumen yang terlalu berlebih. Ini menyangkut perilaku mereka membeli barang-barang mewah yang memperlihatkan kekayaan dan status sosial daripada memuaskan kebutuhannya yang sebenarnya. Menurut Sembiring (dalam Septiansari & Handayani, 2021), perilaku konsumtif ditandai dengan ciri sebagai berikut tidak ada pertimbangan segi fungsi dalam membeli barang hanya mempertimbangkan prestise produk yang dibeli, berlebihannya pengonsumsiannya pada jasa atau barang, keinginan didahulukan dibandingkan kebutuhan, dan skala prioritas ditiadakan atau status yang dipentingkan.

Perilaku konsumtif ini dilakukan dengan membeli barang maupun jasa yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Fenomena ini nantinya menjadi ancaman serius bila terjadi, tak hanya pada kalangan orang dewasa saja namun juga pada anak remaja terutama pada mahasiswa. umumnya terjadi masa transisi, pencarian identitas dan proses pembentukan perilaku. Dimana pada masa usia tersebut umumnya terjadi masa transisi untuk mencapai pola pribadi yang ideal sehingga menyebabkan mahasiswa gampang terpengaruh akan aspek positif maupun negatif dari lingkungan mereka (Yahya, 2021).

Fenomena yang sering muncul saat ini di kalangan mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar memiliki *life style* yang bisa dikatakan ajang untuk memamerkan sesuatu, utamanya konsumsi yang bukan makanan. Penampilan yang ditunjukkan oleh para mahasiswa mengalami banyak perubahan dibandingkan diawal masuk kuliah dimulai dari fashion dengan membeli barang-barang *branded*, menggunakan barang elektronik populer seperti gadget meskipun barang sebelumnya masih layak digunakan. Sehingga dari sini dapat dikatakan adanya pergeseran pola konsumsi mahasiswa dapat dilihat dari berapa banyak uang yang dikeluarkan guna untuk membeli kebutuhan primer maupun sekunder.

Mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar seharusnya dapat lebih bisa positif dalam menyikapi perilaku konsumsi karena sudah mendapatkan pengetahuan maupun wawasan yang memadai yang berhubungan dengan bagaimana mengelola keuangan, waktu serta mengendalikan diri yang baik sehingga dapat mempertimbangkan sesuatu yang akan dibeli terlebih dahulu, apakah barang yang akan dibeli memang benar-benar dibutuhkan.

Perubahan pada pola perilaku mahasiswa dalam konsumsi ini selaras perkembangan penggunaan uang elektronik (*e-money*) di kalangan mahasiswa. Adanya fenomena kemudahan bertransaksi dengan *e-money* tentu saja akan membawa dampak positif dan negatif kepada mahasiswa yang menggunakannya. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan adalah adanya kemungkinan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang dapat menimbulkan masalah keuangan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, dibutuhkan kontrol diri yang kuat agar seseorang dalam mampu mengendalikan hasrat penggunaan *e-money* yang menjurus ke arah konsumtif.

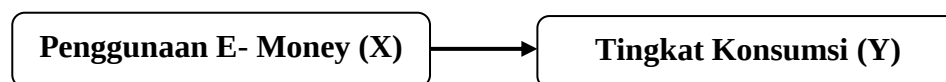
Menurut Ghufroon dan Suminta, (2017), setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu kontrol diri. Selain itu, melalui kontrol diri mahasiswa mampu menahan keinginan-keinginan yang muncul secara berlebihan dalam diri. Kontrol diri atau *self control* merupakan kemampuan dan kecakapan seseorang dalam mengendalikan tingkah laku dengan cara menekan, mengatur, atau mengarahkan suatu keinginan dengan berbagai pertimbangan. Hal ini dilakukan agar menghindari suatu keputusan yang salah atau bertentangan dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Semakin baik kontrol diri yang dimiliki seseorang, maka semakin kuat pengendalian tingkah laku yang membawa seseorang ke dalam perilaku yang positif.

Fenomena perubahan yang terjadi pada perilaku konsumsi mahasiswa inilah yang mendasari minat peneliti untuk melakukan penelitian ini. Peneliti ingin mengkaji secara lebih mendalam mengenai pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Peneliti ingin melihat sejauh mana mahasiswa dapat memanfaatkan kemajuan *e-money* untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya terhadap suatu barang atau jasa secara tepat dengan mengedepankan faktor rasional, bukan emosional. Mahasiswa yang mengkonsumsi barang atau jasa berdasarkan faktor emosionalnya akan berperilaku konsumtif dan hanya mempertimbangkan penampilan, gaya dan gengsi, tetapi bagi mahasiswa yang mempertimbangkan faktor rasional akan selalu melihat manfaat dan kegunaan serta harga produk yang berwujud *mode* atau *style* populer.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal menurut Husein Umar (2019), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, jenis penelitian asosiatif kausal dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money* terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Adapun desain alur penelitian ini dapat disajikan dalam gambar berikut ini.



Gambar 1. Desain Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif menurut Sugiyono (2019) adalah data yang berupa angka-angka atau data kualitatif yang diangkakan atau *scoring*. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil pemberian skor terhadap jawaban responden dalam menanggapi kuesioner yang diberikan terkait permasalahan yang diteliti.

Data pada penelitian ini diperoleh dari sumber primer. Menurut Kuncoro (2018), data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data primer secara langsung dari responden penelitian melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden penelitian, yaitu mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar.

Populasi dan Sampel

Populasi A. Muri Yusuf (2019) mengatakan populasi adalah seluruh subjek di dalam wilayah penelitian dijadikan subjek penelitian. Penelitian ini difokuskan untuk

mengkaji perilaku konsumsi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa Sumbawa Besar sehingga populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa Sumbawa Besar yang berjumlah 619 orang.

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Arikunto, 2019). Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili). Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini didasarkan pada teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Prosedur dalam menentukan sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik sampling yang digunakan oleh peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam mengambil sampelnya (Arikunto, 2019). Adapun kriteria populasi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang akan dijadikan sampel/responden memiliki *e-money*
2. *E-money* tersebut digunakan minimal 3 kali dalam sebulan.

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, diketahui jumlah populasi yang memenuhi persyaratan menjadi sampel penelitian adalah sebanyak 93 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Menurut Sujarweni (2020), merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk mereka jawab. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang tidak memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab dengan kata-kata sendiri, responden memberikan jawaban dengan memilih dari beberapa alternatif yang telah disediakan oleh peneliti. Kuesioner diukur menggunakan *skala likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, *skala likert* terdiri lima jawaban yang mengandung variasi nilai untuk mengukur sikap dan pendapat responden, yaitu skala 1 = Sangat Tidak Setuju, skala 2 = Tidak Setuju, skala 3 = Kurang Setuju, skala 4 = Setuju, skala 5 = Sangat Setuju.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Teknik analisis ini dimaksud untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money* terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Selain itu, dilakukan pula pengujian hipotesis parsial (uji t), dan uji koefisien determinan (R^2). Dalam penelitian ini, data-data dianalisis dengan menggunakan software pengolahan statistik *Statistical Package for The Social Science* (SPSS) (Siregar, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money* (X) terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y). Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi dengan bantuan aplikasi SPSS, diperoleh hasil yang disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.932	3.517		5.383	.000
	Penggunaan <i>E-Money</i>	.212	.066	.317	3.192	.002

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan tabel tersebut, maka persamaan regresi linear sederhana pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X + e$$

$$\text{Tingkat Konsumsi} = 18.932 + 0.212 (\text{Penggunaan } E\text{-Money}) + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana diatas, maka rumusan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai constanta (a) adalah sebesar 18.932, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel penggunaan *e-money* (X) bernilai konstan (0), maka nilai konsisten tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y) adalah sebesar 18.932.
- Nilai β koefisien regresi variabel penggunaan *e-money* adalah sebesar 0.212 dan bernilai positif. Nilai positif menunjukkan hubungan searah. Artinya, jika nilai variabel penggunaan *e-money* (X) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.212. Dan hal ini juga berlaku pada kondisi sebaliknya.

2. Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji hipotesis parsial atau uji-t pada penelitian ini digunakan untuk melihat signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah penggunaan *e-money* (X), sedangkan variabel terikatnya adalah tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y). Variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} dan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0.05.

Berikut disajikan hasil pengujian hipotesis parsial atau uji-t menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Tabel 2. Hasil Hipotesis Parsial (Uji-t)

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.932	3.517		5.383	.000
	Penggunaan <i>E-Money</i>	.212	.066	.317	3.192	.002

a. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis parsial (uji-t) pengaruh penggunaan *e-money* terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar, diperoleh nilai t_{hitung} adalah sebesar 3.192 dan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan ($df=n-k=93-2=91$) dan $\alpha = 5\%$ (0.05) adalah sebesar 1.986, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($3.192 > 1.986$). Sedangkan nilai signifikan yang dihasilkan adalah sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05 ($0.002 < 0.05$). Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan *e-money* (X), sedangkan variabel terikatnya adalah tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y). Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R-Square*. Nilai *R-Square* semakin mendekati satu, maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Berikut disajikan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.317 ^a	.101	.091	4.914505
a. Predictors: (Constant), Penggunaan <i>E-Money</i>				
b. Dependent Variable: Tingkat Konsumsi				

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) pengaruh variabel penggunaan *e-money* (X) terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y), diketahui nilai *R-Square* adalah sebesar 0.101. Hal ini berarti bahwa pengaruh penggunaan *e-money* terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar adalah sebesar 10.1%, sedangkan sisanya sebesar 89.9% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti pendapatan, harga produk, selera dan pendidikan (Muhammad *et al.*, 2022).

Pembahasan

Munculnya sistem transaksi pembayaran dengan uang elektronik atau *e-money* membuat masyarakat terutama kalangan muda terlebih lagi mahasiswa lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun juga terdapat sisi negative dalam menggunakan *e-money*, salah satunya adalah penggunaan *e-money* secara berlebihan sehingga memicu perilaku konsumtif yang mengarah pada perilaku pemborosan. Perilaku konsumtif umumnya dipergunakan untuk permasalahan yang menyangkut perilaku konsumen dalam keseharian. Perilaku konsumtif menurut Umanilo *et al.* (2018) merupakan kecenderungan dari manusia untuk mengonsumsi suatu barang atau jasa secara tidak terbatas tanpa melihat kebutuhan tetapi hanya menonjolkan faktor keinginan semata. Dampak negatifnya yang ditimbulkan adalah mereka akan membelanjakan uangnya secara tidak rasional sehingga menyebabkan perilaku konsumtif yang cenderung melakukan pemborosan yang dapat menimbulkan masalah keuangan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Hasil positif menunjukkan hubungan yang searah, yang berarti bahwa semakin tinggi penggunaan *e-money* kalangan mahasiswa, maka tingkat konsumsi pada mahasiswa juga akan semakin meningkat. Namun sebaliknya, semakin rendah penggunaan *e-money* kalangan mahasiswa, maka tingkat konsumsi pada mahasiswa juga akan semakin menurun.

Mahasiswa sangat terbantu dengan hadirnya *e-money* yang dianggap memiliki kepraktisan dan kemudahan dalam pembayaran dimanapun dan kapanpun. Selain itu, para mahasiswa bisa mendapatkan berbagai promo yang diberikan oleh layanan *e-money* sehingga mampu mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam membeli suatu produk, karena mereka merasa hal tersebut akan menguntungkan mereka. Promosi yang diberikan ini mengakibatkan sebagian besar mahasiswa kurang mampu mengontrol pengeluaran, mereka cenderung membeli tanpa berpikir lebih panjang tentang kebutuhan dan kegunaan tersebut.

Penggunaan *e-money* secara berlebihan dan tidak tepat ini dapat memicu sifat dan gaya hidup konsumerisme, yang menganggap barang-barang sebagai ukuran kesenangan, kebahagiaan, dan harga diri (*prestige*) sehingga akan menimbulkan dampak negative bagi mahasiswa berupa pemborosan. Oleh karena itu, dibutuhkan kontrol yang kuat pada diri mahasiswa agar mampu mengelola keuangannya sehingga dapat mengendalikan hasrat yang ada dalam diri mereka dalam menggunakan *e-money* yang menjurus ke arah konsumtif atau pemborosan (Rani & Hidayat, 2020).

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rasyid dan Fahrullah (2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan sebuah tindakan pembelian yang tanpa direncanakan sebelumnya dan dilakukan secara tidak masuk akal sehingga secara ekonomis dapat menyebabkan pemborosan. Perilaku konsumtif dipicu oleh banyak faktor, diantaranya banyaknya keuntungan berupa promosi dan diskon yang ditawarkan oleh pengembang *e-money* sehingga dapat menjerumuskan penggunaanya kearah konsumtif.

Namun, hasil penelitian berbeda dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nikmatul Afifah dan Deny Yudiantoro (2022) yang memperoleh hasil bahwa pemakaian uang elektronik (*e-money*) tidak berdampak signifikan bagi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pemakaian *e-money* tidak mempengaruhi perilaku konsumtif disebabkan karena mahasiswa mengetahui prioritas kebutuhan pribadinya masing-masing sehingga dapat meminimalisir pengeluaran dan menyesuaikannya dengan kemampuan ekonomi yang mereka miliki.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money* terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Pengaruh penggunaan *e-money* terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar adalah sebesar 10.1%, sedangkan sisanya sebesar 89.9% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti pendapatan, harga produk, selera dan pendidikan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut.

1. Adanya uang elektronik atau *e-money* membuat mahasiswa mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi untuk memenuhi kebutuhannya. Berbagai kemudahan tersebut menimbulkan efek negative berupa perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa, dimana konsumsi yang dilakukan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup melainkan juga untuk memenuhi gaya hidup. Oleh karena itu, diperlukannya kesadaran pada mahasiswa untuk mengontrol pengeluaran sehingga transaksi tidak dilakukan secara berlebihan.
2. Perilaku konsumtif juga dapat terjadi pada kalangan mahasiswa yang telah mendapat edukasi cukup mengenai *e-money* dan perilaku konsumtif melalui mata kuliah yang telah diambil selama perkuliahan. Oleh karena itu, pengimplementasian edukasi yang didapat para mahasiswa sangatlah penting untuk meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan *e-money*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *YUME: Journal of Management*, Vol. 5(2): 365-375.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol. 8(1): 120-127.
- Dewi, L.G.K., Nyoman Trisna Herawati, N.T., & Adiputra, I.M.P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 5(1): 1-19.
- Ghufron, M.N., & Suminta, R.R. (2017). Hubungan Antara Kepercayaan Epistemologis Dengan Belajar Berbasis Regulasi Diri. *Jurnal Psikologi Insight*, Vol. 1(1): 40-54.
- Insana, D.R.M, & Johan, R.S. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, Vol. 7(2): 209-224.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN.
- Muhammad, M., Saifullah, Istiqamah, N. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Ikan pada Masyarakat di Kecamatan Sajad. *NEKTON: Jurnal Perikanan dan Ilmu Kelautan*, Vol. 2(1): 27-34.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik.
- Puspita, Y.C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, Vol. 9(2): 121-128.

- Rani, O.M., & Hidayat, M.A. (2020). Budaya Konsumerisme Petani Perkotaan: Studi Gaya Hidup Petani di Kelurahan Jeruk, Lakarsantri, Surabaya. *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol. 9(2): 452-477.
- Rasyid, M.B.A., & Fahrullah, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Debit Card dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, Vol. 8(2): 111-122.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMT KITA*, Vol. 5(1): 53-65.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Umanailo, M.C.B., Nawawi, M., & Pulhehe, S. (2018). Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konsumtif. *Simulacra: Jurnal Sosiologi*, Vol. 1(2): 203-211.
- Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, Vol. 32(1): 134-165.
- Widayat, W., Masudin, I., & Satiti, R. (2020). E-Money Payment: Customers' Adopting Factors and the Implication for Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Vol. 6(3): 57-70.
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1): 37-50.
- Yuliana, I.N., & Azib. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung. *Prosiding Manajemen*, Vol. 7(2): 353-355.
- Yusuf, A.M. (2019). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Kencana.