

## **Pengaruh Kemudahan *Electronic Money (E-Money)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uinsi Samarinda Pada Masa Pandemi Covid-19**

**Muhammad Arya Putra Aditya**

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda  
*muhammadaryaputraaditya@gmail.com*

**Muhammad Iswadi**

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda  
*m.iswadi17iainsmd@gmail.com*

**Anwaril Hamidy**

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda  
*anwarilhamidyaiainsmd@gmail.com*

### **Abstract**

*This research aims to 1). Knowing the effect of electronic money (e-money) on the consumptive behavior of UINSI Samarinda students during the Covid-19 pandemic, 2). To find out how much influence the convenience of electronic money (e-money) has on the consumptive behavior of UINSI Samarinda students during the Covid-19 pandemic. The type of research used is associative descriptive quantitative research. This study used primary data from a questionnaire filled out by UINSI Samarinda students. The population in this study were UINSI Samarinda students, totaling 6,650 students. The sample in this study was determined using the Slovin formula as many as 100 people using a purposive sampling technique. The analysis technique used is simple linear regression analysis with the SPSS 28 program. Based on the results of the calculation of the t test, the e-money convenience variable has a significant effect on the consumptive behavior of UINSI Samarinda students. The convenience of e-money has a positive effect on consumptive behavior. There is a 3% effect between the ease of e-money on consumptive behavior, and 97% from other variables.*

**Keywords:** *E-money Ease, Consumptive Behavior*

## Pendahuluan

Generasi milenial merupakan salah satu segmen masyarakat yang besar. Hal ini terbukti dari hasil sensus penduduk Indonesia pada tahun 2022 tercatat sebanyak 25 persen di dominasi generasi z dan generasi milenial sebanyak 24 persen dari total populasi penduduk di Indonesia. Generasi ini dapat menjadi peluang dalam percepatan pertumbuhan ekonomi karena generasi ini yang mempunyai usia yang produktif (Berita Resmi Statistik, 2022). Hal ini menjadikan generasi milenial sebagai pangsa pasar yang menjanjikan bagi pengusaha. Salah satu yang menjadi penarik minat generasi milenial dalam perilaku pembelian ialah menyangkut harga dan kualitas, sesuainya harga dengan kualitas akan meningkatkan minat generasi milenial untuk membeli suatu barang, selanjutnya kepercayaan dan kepraktisan (kemudahan saat bertansaksi) juga dapat menarik minat generasi milenial dalam membeli sesuatu (Dymas Yossie Adytia, 2018). Hadirnya gerakan cashless society dikalangan generasi milenial menjadi bahan perbincangan yang seru. Karena sistem ini berbasis elektronik maka dalam penggunaannya harus memiliki pemahaman yang cukup (melek teknologi) dan memiliki edukasi yang baik terhadap metode *cashless* (Sifwatir Rif'ah, 2019).

Salah satu yang mempengaruhi perilaku konsumsi generasi milenial di masa pandemi adalah munculnya *e-money*. *E-money* merupakan uang dalam bentuk elektronik yang digunakan dalam berbagai transaksi di internet yang melibatkan penggunaan jaringan komputer. Uang elektronik ini mempunyai sebuah nilai yang tersimpan (*stored value*) atau prabayar (*prepaid*) seperti uang tunai pada umumnya, namun bedanya hanya dalam bentuk elektronik. Ketika konsumen menggunakan uang elektronik maka besaran uang yang ia miliki akan berkurang. Uang elektronik ini dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi pembayaran yang berbeda dengan instrument single purpose seperti kartu telepon (Firmansyah, dan M. Ihsan Dacholfany, 2018).

Kemudahan transaksi yang ditawarkan *e-money* akan mempengaruhi minat penggunaannya. Ketika sebuah produk mudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari maka kemungkinan besar minat masyarakat atas produk tersebut. Begitu pula dengan *e-money*, ketika sistem ini mudah dipakai serta memiliki manfaat yang sangat membantu konsumen dalam kegiatan transaksi maka keputusan masyarakat dalam penggunaan *e-money* juga tinggi (Luh Gede Kusuma Dewi, et.al., 2021). Berkaitan dengan itu masyarakat akan lebih mudah melihat produk yang ditawarkan secara online dan membuat niat dan minat konsumen untuk membeli tanpa memikirkan kegunaan atau manfaat dari barang tersebut atau dengan kata lain membeli berdasarkan keinginan bukan kebutuhan. Hal ini mudah untuk dikendalikan dengan melihat tingkat prioritas kebutuhan masing-masing orang dan seberapa penting menempatkan sesuatu sesuai dengan kebutuhan hidup tetapi bukan perihal gaya hidupnya. Untuk kedepannya kebiasaan dan gaya hidup seseorang juga dapat berubah dalam waktu yang singkat, mengarah pada kehidupan yang mewah dan kecenderungan yang berlebihan, dan akhirnya pada perilaku konsumtif (Dela Septiansari dan Trisni Handayani, 2021).

Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh *marketplace* mampu membuat mahasiswa lebih konsumtif dikarenakan merasa mendapat keuntungan apabila melakukan transaksi itu selama masapromo masih

berlangsung. Sedangkan jika dilewatkan maka mahasiswa sebagai pengguna *e-money* merasa akan kehilangan penawaran harga terbaik yang bisa mereka dapatkan. Meningkatnya akti-vitas berbelanja *online* juga mampu memicu peningkatan penggunaan *e-money* (Luh Gede Kusuma Dewi, et.al., 2021). Perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam jangka panjang akan menyebabkan keuangan yang tidak terkontrol dan dapat merugikan orang tua, karena sebagian besar mahasiswa secara finansial bergantung pada orang tua, individu akan menghabiskan lebih banyak uang dengan sistem *e-money* dibandingkan uang tunai. Individu akan lebih merasakan kehilangan uang saat memilah secara langsung uang tunai. Semakin tidak transparan suatu pembayaran (berkurangnya individu merasakan arus keluarnya uang), semakin tidak terasa individu untuk mengeluarkan uang. Oleh karena itu, pengeluaran dengan uang cash dianggap lebih bisa dikontrol dibanding dengan *e-money*. Keinginan individu untuk melakukan pembelian dengan *e-money* meningkat 22-54% dibandingkan dengan uang cash. Hal ini menyebabkan, banyak individu yang lebih memilih untuk tetap menggunakan uang cash untuk mengontrol pengeluaran mereka (Syifa Ulayya dan Endah Mujiasih, 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan Penelitian Dengan Judul “Pengaruh Kemudahan *Electronic Money (Emoney)* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Uinsi Samarinda Selama Masa Pandemi Covid-19”

## **Tinjauan Pustaka**

### **1. *Electronic Money***

Menurut Bank Indonesia *E-money* merupakan uang yang berbasis elektronik yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dengan unsur sebagai berikut:

- a. Uang elektronik diterbitkan dengan dasar uang disetor dulahlu kepada penerbit.
- b. Nilai uang elektronik ini disimpan dalam sebuah media seperti server atau *chip* yang berbasis elektronik.
- c. Yang elektronik dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang sah kepada pedagang.
- d. Nilai uang elektronik yang tersimpan bukan dianggap sebagai simpanan seperti pada sistem perbankan (Jona Bendit, et.al., 2019).

Adapun indikator yang dapat menjadi tolak ukur kemudahan bagi seseorang dalam menggunakan sesuatu ialah sebagai berikut:

- a. Sistem mudah dimengerti  
Yaitu sejauh mana sistem dapat dipelajari dan dipahami dengan mudah serta diadopsi oleh pengguna untuk nantinya digunakan sebagai media yang diakses sehari-hari.
- b. Praktis dalam penggunaan  
Yaitu sejauh mana pengguna merasakan sistem mudah digunakan secara keseluruhan.
- c. Sistem mudah digunakan

Yaitu mengacu pada sejauh mana sistem dapat dengan mudah dijalankan atau dioperasikan oleh penggunanya.

d. Sistem mudah dijangkau

Yaitu mengacu pada sejauh mana pengguna menganggap sistem dapat dengan mudah dijangkau oleh pengguna meskipun harus mengeluarkan energi yang lebih (Humaidi, et.al., 2022).

## 2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha barang-barang yang sebenarnya yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, pembelian impulsif, pembelian berlebihan dan pembelian tidak rasional (Dwi Nurhaini, 2018).

Adapun indikator dari perilaku konsumtif seseorang ialah :

- a. Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang, hanya mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut.
- b. Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.
- c. Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan.
- d. Tidak ada skala prioritas (Yasin'ta Aulia Nurachma dan Sandy Arief, 2017).

## 3. Mahasiswa

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.30 tahun 1990, mahasiswa ialah peserta didik yang telah terdaftar di suatu perguruan tinggi. Adapun menurut Sarwono, mahasiswa ialah setiap individu yang terdaftar secara resmi untuk mengikuti pelajaran di sebuah perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun. Mahasiswa juga merupakan para calon sarjana yang diharapkan dapat menjadi calon intelektual (Harun Gafur, 2015). Mahasiswa adalah panggilan untuk orang yang sedang menjalani pendidikan tinggi di sebuah *universitas* atau perguruan tinggi (Kurniawati, et.al., 2016).

## 4. Pandemi Covid-19

Pandemi COVID-19 adalah pemicu mendesak mengenai pentingnya sistem kesehatan yang baik, kuat dan tangguh sebagai bentuk investasi ekonomi dengan pilar utama kesehatan nasional dan global. Kami berterima kasih kepada UE atas dukungan kritis mereka terhadap tanggapan COVID-19 dan kami berharap dapat bergabung dengan Kementerian Kesehatan agar membangun kembali sistem kesehatan yang lebih tangguh dan mempersiapkan keadaan darurat kesehatan di masa depan,” kata Perwakilan WHO untuk Indonesia (F.G. Winarn, 2020).

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode kuantitatif. Metode yang digunakan ialah metode deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Dalam penelitian ini populasinya adalah Mahasiswa yang termasuk Mahasiswa aktif Strata 1 UINSI Samarinda yang berjumlah 6.650. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik *Purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan cara menentukan kriteria tertentu terhadap sampel yang akan diambil (Bambang Prasetyo, et.al., 2016). Metode pengambilan sampel yang

digunakan yaitu dengan menggunakan rumus *slovin* dengan sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Skala Likert*. Penelitian ini menggunakan variabel X dan variabel Y yaitu variabel kemudahan *e-money* (X), dan perilaku konsumtif (Y). Metode dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, angket/kuesioner dan dokumentai. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari (uji normalitas, heteroskedastisitas, linearitas, dan autokorelasi), dan uji analisis regresi linear sederhana yang terdiri dari (uji t, dan uji R).

## Hasil Penelitian

### 1. Profil UINSI Samarinda

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda (UINSI Samarinda) merupakan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Samarinda provinsi Kalimantan Timur, Indonesia. UIN Samarinda diberi nama Sultan Aji Muhammad Idris, seorang Sultan Kutai Kartanegara ing Martadipura yang pertama memakai nama Islam.

### 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Dalam uji validitas ini menggunakan r tabel dengan rumus  $df = (N-2)$  dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% (Muchlis Anshori dan Sri Iswati, 2011). Pengujiannya menggunakan uji dua arah karena diketahui dari hipotesis yang digunakan. Jadi,  $df = (100-2) = 98$ . Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki *corrected-total correlation* (r-hitung) > r-tabel dengan taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan  $n = 98$ . Jadi, seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena lebih besar nilai r-hitung dibandingkan dengan r-tabel. Karena itu seluruh item dalam pernyataan kuesioner ini dapat di gunakan untuk uji selanjutnya.

#### b. Uji Reliabilitas

**TABEL I**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

No	Variabel	r-Hitung	Keterangan
1	Kemudahan E-Money (X)	0,778	Reliabel
2	Perilaku Konsumtif (Y)	0,784	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, Tahun 2022

Hasil di atas menunjukkan bahwa seluruh variable dinyatakan reliabel karena telah melewati koefisien reliabilitas yaitu nilai *Crombach Alpha* yaitu > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan sebagai alat ukur.

### 3. Uji Normalitas

**TABEL II**  
**HASIL UJI NORMALITAS (UJI KOLMOGOROV SMIRNOV)**

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,081
a. Test distribusi is Normal	

Sumber: Data Primer yang diolah, Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas dari hasil uji normalitas dapat disimpulkan bahwa data yang akan diuji dalam penelitian ini berdistribusi normal, karena signifikan  $0,081 > 0,05$ .

## PEMBAHASAN

Setelah dilakukan uji antara variabel kemudahan *e-money* terhadap perilaku konsumtif, menunjukkan bahwa  $0,016 < 0,05$  dan lebih besar dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,444 lebih dari nilai  $t_{tabel}$  yakni 1, disimpulkan bahwa variabel  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau kemudahan *e-money* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi dengan uang elektronik dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada diri mahasiswa. Karena penggunaan pembayaran yang non-tunai ini dapat menyebabkan pengeluaran konsumsi mahasiswa juga semakin meningkat. Oleh sebab itu, kemudahan uang elektronik dapat mempengaruhi sifat konsumtif mahasiswa (Dwi Rorin Mauludin Insana dan Ria Susant Johan, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Warsisto Raharjo Jati (Warsisto Raharjo Jati, 2015), Aneke Nurdian Dwi Sari (Aneke Nurdian Dwi Sari, et.al., 2020), dan Laila Ramadani (Laila Ramadani, 2016).

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data yang telah dijelaskan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kemudahan *e-money* (X) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). adalah sebesar 0,016 kurang dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 2,444 lebih dari nilai  $t_{tabel}$  yakni 1,984 maka dapat disimpulkan bahwa variabel  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau kemudahan *e-money* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).
2. Terdapat pengaruh antara kemudahan *e-money* terhadap perilaku konsumtif, dengan persentase 3%. Hal ini diperoleh dari hasil uji koefisien determinasi( $R^2$ ) pada tabel *Adjusted R Square* adalah 0,030.

## Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, maka peneliti bermaksud ingin menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak terkait, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa hendaknya dapat mengontrol perilakunya dalam konsumsi, tidak melakukan pembelian secara berlebihan, senantiasa mengutamakan kebutuhan dibandingkan hasrat/keinginan atas kepuasan hal ini bertujuan agar terhindar dari perilaku konsumtif. Adapun cara yang dapat dilakukan ialah dengan berupaya meningkatkan literasi keuangan deras bijak dalam penggunaan uang elektronik yang dimiliki agar dapat mengontrol pembelian impulsif.
2. Bagi Universitas diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat serta dapat menjadi bahan pertimbangan untuk memahami karakteristik mahasiswa serta bahaya

dari perilaku konsumtif. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan mutu pendidikan baik dari segi intelektual maupun secara moral.

3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat menambahkan variabel lain seperti promosi digital, pendapatan, kepercayaan, status sosial, dll yang belum dibahas pada penelitian ini yang dianggap berpengaruh terhadap perilaku konsumtif serta dapat memperluas ruang lingkup sampel yang digunakan pada penelitian.

## REFERENSI

- Adytia, Dymas Yossie. "Perilaku Konsumsi Generasi Millennial Dalam Penggunaan E-Commerce Di Era Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang)", *Jurnal Ilmiah*. 2018.
- Bendit, Jona, dkk, "Tinjauan Yuridis Penggunaan Uang Elektronik (*E-money*) Dalam Pembayaran Sistem Transportasi Online Sesuai Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/Pbi/2018", dalam *PATIK: Jurnal Hukum*, Vol. 1, No. 3, 2019.
- Dewi, Luh Gede Kusuma, Nyoman Trisna Herawati dan, I Made Pradana Adiputra, "Penggunaan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri". *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 5, No.1, 2021.
- Firmansyah dan M. Ihsan Dacholfany. *Uang Elektronik dalam Perspektif Islam*. Lampung: PT. Iqro, 2018.
- Gafur, Harun *Mahasiswa dan Dinamika Dunia Kampus*, Bandung : CV. Rasi Terbit, 2015.
- Hasil Sensus Penduduk 2020 Berita Resmi Statistik No. 7/01/Th. XXIV, 21 Januari 2021.
- Humaidi. Utomo, Setio. Lestari, Dinda. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM di Kota Banjarmasin)", dalam *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, Vol. 11, No. 1, 2022.
- Insana, Dwi Rorin Mauludin dan Ria Susanti Johan, "Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI", dalam *Journal of Applied Business and Economics* no.2, vol. 7, 2020.
- Jati, Warsisto Raharjo. "Less Cash Society: Mengakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia", *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 14, No. 2, 2015.
- Kurniawati, Juliana, Siti Baroroh. "Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu." dalam *Jurnal Komunikator*, Vol. 8, No. 2, 2016.
- Nurachma, Yasin'ta Aulia, Sandy Arief, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas Xi Ips Sma Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016", *Education Economic Analysis Journal*, Vol. 6 No. 2. 2017.
- Nurhaini, Dwi, "Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap *Gadget*". dalam *Jurnal PsikoBorneo*, Vol. 6, No. 1, 2018.
- Prasetyo, Bambang, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Ramadani, Laila, "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*Emoney*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa", *JES*. Vol. 8 No. 1, Maret 2016.



- Rif'ah, Sifwatir. "Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam Perspektif Islam", *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*. Vol. 2, No. 1. Juni 2019.
- Sari, Aneke Nurdian Dwi, Dkk, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*E-money*) terhadap Perilaku Konsumen", *Prosding Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 6 No.1, 2020.
- Septiansari, Dela, Trisni Handayani, "Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*. Vol. 5, N0. 1. 2021.
- Ulayya, Syifa dan, Endah Mujiasih, "Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro." *Jurnal Empati*. Vol.9, No. 4, 2020.
- Winarn, F.G..*Covid-19 Pelajaran Berharga Dari Sebuah Pandemi*, (Jakarta : PT Gramedia Penerbit Utama, 2020).