

The Effect of E-Wallet and E-Money on Consumptive Behavior of the People of Bengkulu City

Pengaruh E-Wallet dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu

Muji Lestari¹⁾, Ahmad Soleh²⁾, Suswati Nasution³⁾

¹⁾Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ mujilestaribkl@gmail.com

How to Cite :

Lestari, M., Soleh, A., Nasution, S. (2023). The Effect of E-Wallet and E-Money on Consumptive Behavior of the People of Bengkulu City. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 4(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v4i1>

ARTICLE HISTORY

Received [19 Desember 2022]

Revised [12 Januari 2023]

Accepted [25 Januari 2023]

KEYWORDS

E-Wallet, E-Money
Consumptive Behavior,

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh E-Wallet dan E-Money terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan adalah kuesioner. Sampel dari penelitian ini sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regresi linier berganda didapat $Y = 29,600 + 0,197 (X1) + 0,202 (X2) + 3,394$, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara E-Wallet (X1), dan E-Money (X2) terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu. Hasil uji e-wallet (X1) menunjukkan thitung 4,019 > ttabel 1.984 dan signifikanisasi 0,000 < 0,05, maka hasil dari hipotesa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu. Hasil uji e-money (X2) menunjukkan thitung 3,186 > ttabel 1.984 dan signifikanisasi 0,000 < 0,05, maka hasil dari hipotesa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti e-money berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu. Selanjutnya hasil nilai ttabel yaitu 11,784 > 2.70 maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya ada pengaruh simultan antara e-wallet (X1) dan e-money (X2) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) masyarakat kota Bengkulu. Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi 0,000 < 0,05..

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the extent of the influence of E-Wallet and E-Money on the consumptive behavior of the people of Bengkulu City. This research is quantitative descriptive. The method used is a questionnaire. The sample of this research is 100 respondents. The results showed that multiple linear regression obtained $Y = 29.600 + 0.197 (X1) + 0.202 (X2) + 3.394$, meaning that there was a positive or unidirectional relationship between E-Wallet (X1), and E-Money (X2) on the consumptive behavior of urban communities. Bengkulu. The results of the e-wallet test (X1) show tcount 4.019 > ttable 1.984 and a significance of 0.000 < 0.05, then the results of the hypothesis Ha are accepted and Ho is rejected, meaning that e-wallet has a positive and significant effect on the consumptive behavior of the people of Bengkulu city. The results of the e-money test (X2) show tcount 3.186 > ttable 1.984 and a significance of 0.000 < 0.05, then the results of the hypothesis Ha are accepted and Ho is rejected, meaning that e-money has a positive and significant effect on the consumptive behavior of the people of Bengkulu city. Furthermore, the result of the ttable value is 11.784 > 2.70, it is concluded that the hypothesis is accepted, meaning that there is a simultaneous effect between e-wallet (X1) and e-money (X2) on the variable of consumptive behavior (Y) of the people of Bengkulu city. This can be seen at the significance level of 0.000 < 0.05.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan yang terjadi di sekitar kita. Salah satu contohnya yaitu pola pembayaran dalam transaksi ekonomi. Penggunaan uang sebagai sarana pembayaran sudah merupakan kebutuhan pokok hampir di setiap kegiatan masyarakat. Uang sebagai alat pembayaran telah berevolusi, mulai dari berbentuk logam, kertas, hingga kini berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis yaitu uang elektronik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa metode pembayaran non tunai sedang marak dalam kehidupan sosial dan ekonomi saat ini. Beberapa perusahaan memamerkan triknya dengan menawarkan diskon besar-besaran untuk menarik perhatian konsumen dan secara nyata mempengaruhi konsumen menjadi lebih konsumtif, sehingga tidak dapat mengontrol diri atas kegunaanya. Menurut Haryani dan Herwanto (2015:7) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah bentuk perilaku membeli suatu produk tanpa

pertimbangan rasional atau bukan berdasarkan atas kebutuhan, seperti membeli barang karena hadiah yang ditawarkan, atau membeli barang karena banyak orang yang menggunakan barang tersebut. Maka, hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat dalam mengkonsumsinya tanpa batas atau membeli secara berlebihan.

Dari hal di atas, permasalahan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif terhadap masyarakat dalam merubah pola hidup manusia, tentunya didasari beberapa faktor, diantaranya faktor kekuatan sosial budaya dan kekuatan faktor psikologis. sehingga untuk memenuhi kesenangan semata tanpa didasarkan pada pertimbangan yang rasional.

Perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat Bengkulu tidak terkecuali, tentunya sudah dapat diprediksi mengalami perilaku yang sama, sehingga dapat identifikasi dampak pengaruhnya lebih besar seperti sebab alasan pembelian produk karena iming-iming hadiah, pembelian produk karena kemasan yang menarik, pembelian produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, pembelian produk atas pertimbangan harga bukan karena berdasarkan manfaat dan kegunaan, pembelian produk hanya sekedar menjaga status, dan pemakaian produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, lain sebagainya.

Hal lain yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat yang dialami dalam penggunaa dompet elektronik atau e-wallet yakni pembelian yang impulsif, dimana seorang berperilaku membeli semat-amata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba, terjadi pemborosan dengan menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas serta mencari kesenangan yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan dan kepuasan saja.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7 “Dompet elektronik atau e-wallet adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, dan untuk melakukan pembayaran”. Oleh sebab itu, menurut Megadewandanu, Suyoto, & Pranowo, (2016:20) bahwa E-Wallet didefinisikan sebagai mata uang digital, dimana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (non tunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain. Sedangkan menurut Nonika (2020:20) bahwa pada umumnya E-Wallet berupa aplikasi yang berbasis di server dan dalam proses pemakaiannya memerlukan sebuah koneksi terlebih dulu dengan penerbitnya. Terdapat beberapa E-Wallet yang saat ini ada di pasar yaitu T-Cash Telkomsel, XL Tunai, Rekening Ponsel CIMB Niaga, BBM Money Permata Bank, DOKU, dan lain sebagainya yang merupakan bagian sistem electronic payment. Electronic Payment adalah sistem pembayaran yang menggunakan media internet sebagai komunikasi.

Bank BRI KCP Unit Lingkar Timir KotaBengkulu, berhasil melipatgandakan transaksi digital banking di sepanjang 2021. Kemudian nilai dan volume transaksi digital banking BRI bertumbuh hingga 249,5% year on year (yoy) di 2021. Transaksi itu berasal dari tahun 2021melalui digital channel BRI termasuk ATM, BRILink, BRIImo, Internet Banking, dan sebagainya.

Sistem pembayaran non tunai banyak diminati oleh kalangan masyarakat umum, terutama karena faktor manfaat yang didapatkan seperti proses pembayaran yang lebih cepat, efisien dan keuntungan berupa diskon yang didapat saat digunakan. Namun, secara psikologi berbelanja secara dompet digital atau e-wallet dapat menyebabkan kecanduan dan ketergantungan. Menurut Davis dalam Pratama dan Dewa (2019:931) minat didefinisikan sebagai tingkatan seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan sebuah aplikasi. Maka, permasalahan yang dilakukan oleh masyarakat yakni sikap boros yang diakibatkan kurangnya kontrol individu atas kegemarannya, karena minimnya pemahaman antara kebutuhan dan keinginan, sehingga dapat memperburuk kondisi kesehatan keuangan. Selanjutnya berbelanja dengan aplikasi, e-wallet atau dompet digital pada gawai/handphone atau komputer jinjing (laptop) ternyata dapat juga mempengaruhi gaya berbelanja yang cenderung ke arah konsumerisme, karena ketika bertransaksi secara tidak langsung telah melakukan pembayaran, namun merasa seperti tidak sedang bertransaksi dan tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif yang merupakan dampak negatif dari dompet digital ini. Sama halnya dengan penggunaan e-money, yang digunakan sebagai alat pembayaran digital dalam memberikan kemudahan dan kecepatan melakukan transaksi-transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Juga masih menjadi masalah berikutnya bagi masyarakat yang belum paham betul penggunaan e-money dan masih banyak pandangan di kalangan masyarakat, bahwa non-tunai memiliki resiko yang besar dan mempunyai banyak kelemahan.

LANDASAN TEORI

Pengertian E-Wallet

E-Wallet didefinisikan sebagai mata uang digital, dimana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (nontunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan

kegiatan lain Suyoto, & Pranowo, (2016:20). Sedangkan menurut Nonika (2020:20) bahwa pada umumnya e-Wallet berupa aplikasi yang berbasis di server dan dalam proses pemakaiannya memerlukan sebuah koneksi terlebih dulu dengan penerbitnya. Terdapat beberapa E-Wallet yang saat ini ada di pasar yaitu T-Cash Telkomsel, XL Tunai, Rekening Ponsel CIMB Niaga, BBM Money Permata Bank, DOKU, dan lain sebagainya yang merupakan bagian sistem electronic payment. Electronic Payment adalah sistem pembayaran yang menggunakan media internet sebagai komunikasi.

Menurut Fitriadi (2019:10) mengatakan bahwa E-Wallet berbasis server ini memiliki banyak kelebihan dan keunggulan yang akan didapatkan penggunaannya, diantaranya:

1. Mudah, praktis dan efisien Penggunaan e-wallet, membuat masyarakat tidak repot membawa uang banyak, ATM, kartu kredit, dan kartu debit ketika bepergian. Karena dengan adanya e-wallet pada smartphone transaksi apa saja dapat dilakukan kapanpun kita menginginkan. Termasuk isi ulang pulsa, paket data, bayar tagihan listrik, belanja online, transfer uang, layanan antar makanan, tiket pesawat, bayar pajak dan lain-lain dapat dilakukan dengan mudah melalui satu aplikasi e-wallet.
2. Banyak promo dan diskon Selain kemudahan, promo dan diskon juga diberikan pihak e-wallet kepada penggunaannya. Promo yang diberikan antara lain point reward, cashback, tambahan produk gratis dan masih banyak promo lainnya. Beragam promo ini merupakan daya tarik e-wallet yang paling disukai penggunaannya.
3. Lebih aman dan rendah resiko Untuk dapat masuk ke aplikasi e-wallet pengguna diminta untuk memasukkan kode pin yang telah dibuat diawal, jadi e-wallet tidak dapat diakses orang lain yang tidak tahu kode pin dari e-wallet tersebut. Sehingga resiko pencurian di e-wallet dapat diminimalisir.
4. Terdapat history transaksi Hampir semua layanan e-wallet terdapat history transaksi pada aplikasinya. History transaksi memudahkan penggunaannya untuk mengetahui pengeluaran belanja dalam waktu satu bulan, sehingga keuangan dapat terkontrol.
5. Top up saldo dimana saja Top up saldo e-wallet bisa dilakukan melalui mobile banking atau ATM, Alfamart, Indomaret, Hypermart. Jadi untuk dapat menggunakan aplikasi e-wallet tidak diharuskan membuka rekening bank terlebih dahulu, karena top up saldo dapat dilakukan di gerai dan ojol rekanan e-wallet.
6. Keuntungan implisit Manfaat lain dari e-wallet yaitu, pengguna dapat membayar tagihan pada transaksinya dengan jumlah yang tepat tanpa takut penjual tidak memiliki kembalian. Selain itu pembayaran dilakukan sesuai dengan jumlah belanja sehingga penjual tidak perlu sedia uang kembalian.

Jenis-Jenis E-Wallet

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.16/8/PBI/2014, berdasarkan tempat penyimpanan nilai dana uang elektronik. Maka juga terbagi 2 (dua jenis) yaitu:

1. Uang elektronik berbasis kartu atau chip
Dimana nilai dana uang elektronik dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh pemegang. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis kartu atau chip dan memungkinkan transaksi dilakukan secara offline.
2. Uang elektronik berbasis server
Dimana nilai dana pemegang tersimpan pada database penerbit dan dalam melakukan transaksi akan membutuhkan media berupa gadget pengguna untuk mengirim nomor sandi dan nilai transaksi yang dibutuhkan dan menerima nomor token untuk melakukan transaksi. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis server dan hanya dapat dilakukan secara online. Uang elektronik berbasis server ini dikenal sebagai dompet digital atau e-wallet.

Berikut ini beberapa jenis layanan e-wallet yang ada di Indonesia, menurut Andini, (2020:2), yaitu:

1.OVO (Grabpay)

Sempat dibekukan oleh Bank Indonesia, e-wallet dari Grab kini hadir kembali dengan nama OVO. Saat pengguna mengaktifkan OVO pada aplikasi Grab, maka sisa saldo pada Grab Pay akan otomatis muncul pada fitur OVO. OVO sudah diterima oleh 70% pusat perbelanjaan di Indonesia termasuk kafe, bioskop, penyelenggara parkir, dan supermarket.

2.GoPay

Saat ini saldo Go-Pay bisa digunakan untuk berbagai layanan yang ada di aplikasi Go-Jek, seperti membayar ongkos Go-Ride, memesan makanan, top up pulsa, dan layanan lainnya. Jadi sebenarnya,

sekarang pun sudah bisa melakukan banyak hal dengan fitur Go-Pay. Hal ini mengingat aplikasi Go-Jek sudah menyediakan berbagai layanan yang melingkupi kebutuhan masyarakat sehari-hari.

3.DANA

Dana merupakan aplikasi dompet digital yang sudah memperoleh izin dari pihak Bank Indonesia sebagai Lembaga Keuangan Digital (LKD), serta penggunaan e-money dan e-wallet. Aplikasi DANA terhubung dengan pihak kependudukan dan pencatatan sipil, sehingga masa approvalnya pun bisa dipersingkat. Aplikasi DANA bisa digunakan untuk membayar tagihan dan berbelanja di berbagai merchant. Bahkan terhubung dengan ATM Bersama, serta BPJS Kesehatan. Oleh karenanya, bisa dibilang aplikasi e-wallet ini berbeda dan lebih fleksibel.

4.Link aja

Layanan ini berupa aplikasi yang bisa digunakan untuk bertransaksi layaknya uang tunai di merchant yang menjadi rekanan Bank Mandiri dan Telkomsel. Selain itu, aplikasi ini juga bisa melakukan keperluan lainnya seperti transfer dan tarik tunai. Untuk bertransaksi secara offline, bisa dengan cara tap atau scan. Hingga saat ini, ada sekitar satu juta pengguna yang memanfaatkan layanan ini. Bagi nasabah bank Mandiri, menggunakan LinkAja akan lebih praktis karena semuanya bisa dikelola dalam satu rekening.

5.Sakuku

E-wallet Sakuku memiliki dua jenis, yaitu Sakuku dan Sakuku Plus. Bagi pengguna Sakuku, maksimal saldo yang bisa dimiliki adalah Rp 2 juta, sedangkan pengguna Sakuku Plus bisa menyimpan maksimal Rp 10 juta untuk saldo dalam akunnya. Selain itu, pengguna Sakuku Plus juga bisa melakukan split bill dan tarik tunai dari akunnya.

Manfaat E-Wallet

Manfaat dari penggunaan e-wallet dibandingkan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai menurut Hidayati et al, (2017:22) lainnya, yaitu:

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (micro payment), disebabkan penggunaan tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian, dan meminimalisir dalam kesalahan perhitungan kembalian.
2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan e-wallet dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi on-line, tanda tangan maupun PIN.
3. Electronic value dapat diisi ulang kedalam kartu e-wallet melalui berbagai sarana yang disediakan.

Pengaruh E-Wallet Terhadap Minat Pembeli

Menurut Davis dalam Pratama dan Dewa (2019:931) minat didefinisikan sebagai tingkatan seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan sebuah aplikasi. Setelah konsumen mendapatkan pengalaman positif dalam menggunakan sebuah aplikasi maka akan ada minat untuk menggunakan kembali. Model Technology Acceptance Model (TAM) sering digunakan untuk menilai tingkat penerimaan teknologi. Pengembangan teknologi mengharuskan konsumen meninggalkan kebiasaan yang lama (tunai) serta dengan adanya aplikasi non-tunai beserta dengan promosi yang diberikan oleh aplikasi-aplikasi tertentu akan meningkatkan minat beli konsumen.

Indikator E-Wallet

Berikut indikator penggunaan ulang dompet digital (E-Wallet) menurut Assauri, (2013:5), yakni: .

1. Loyalitas Pelanggan
Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai produk suatu perusahaan yang ditawarkan di atas alternatif tawaran nilai produk perusahaan pesaing. Loyalitas pelanggan yang dimaksud disini adalah seberapa intens pelanggan menggunakan dompet digital untuk mempermudah setiap proses transaksi yang mereka gunakan.
2. Respon Positif
Respon positif adalah suatu tingkah laku atau sikap yang berwujud baik terhadap pemahaman yang mendetail, penilaian, pengaruh atau penolakan, serta suka atau tidak suka terhadap suatu fenomena tertentu. Sehubungan dengan pengertian tersebut, respon positif dalam penelitian ini adalah mengenai rencana menggunakan kembali layanan dompet digital dimasa yang akan datang, serta bagaimana upaya konsumen untuk merekomendasikan layanan dompet digital pada orang lain.

3. Kenyamanan

Pelanggan Kenyamanan pelanggan adalah keadaan dimana seorang individu sebagai pelanggan atau konsumen merasa senang menggunakan teknologi dalam melakukan aktivitasnya. Dalam menciptakan suatu kenyamanan bagi konsumen terdapat dimensi kenyamanan keputusan yang meliputi persepsi konsumen terhadap waktu, biaya, dan usaha untuk membuat keputusan pembelian atau pemakaian jasa.

Pengertian E-Money

Menurut Bayu (2014:3) mengatakan bahwa secara umum, uang elektronik atau dalam bahasa Inggris *electronic money* adalah sebuah alat pembayaran yang menggantikan uang konvensional, dapat digunakan dan didistribusikan sebagai alat tukar yang disimpan dalam format digital di sebuah komputer atau micro chip dalam sebuah kartu.

Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3, "Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit" Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Manfaat E-Money

Manfaat dari penggunaan E-Money dibandingkan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai menurut Pratiwi (2015:17) lainnya:

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), disebabkan penggunaan tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian, dan meminimalisir dalam kesalahan perhitungan kembalian.
2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan e-wallet dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi on-line, tanda tangan maupun PIN.
3. *Electronic value* dapat diisi ulang ke dalam kartu E-Money melalui berbagai sarana yang disediakan.

Jenis E-Money

Berdasarkan media yang digunakan untuk merekam nilai uang produk e-money umumnya dikategorikan atas dua kelompok menurut Pratiwi (2015:18), jenis *card-based product* dan *software-based product*, yaitu:

1. *Card-based product (prepaid card)*
E-Money dalam bentuk *card-based product* sering juga disebut sebagai *electronic purses*. *Card-based product* pada prinsipnya dimaksudkan untuk pembayaran yang bersifat langsung (*face to face*). Jenis produk ini menggunakan media kartu dengan teknologi *integrated circuit (IC)* atau dikenal dengan *IC card* yang mengandung *micro processor chip (chip)*.
2. *Software-based product (prepaid software)*
Jenis e-money ini sering disebut juga *digital cash*. Produk e-money yang masuk dalam kelompok ini pada prinsipnya merupakan suatu aplikasi (*software*) yang kemudian diinstall ke dalam suatu *Personal Computer (PC)* atau pun *smartphone*. Produk ini dikembangkan untuk melakukan transaksi melalui suatu jaringan komputer (*internet*).

Indikator E-Money

Adapun indikator dari e-money menurut Ramadhani (2019:6) yaitu adalah :

1. Manfaat dan keuntungan
Manfaat penggunaan teknologi informasi didapat dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa teknologi informasi tersebut akan memberikan dampak positif atau keuntungan dalam pekerjaannya. Persepsi manfaat mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan menguntungkan aktivitasnya.
2. Kemudahan dalam penggunaan
Merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam menggunakan layanan *electronic money*. Kemudahan penggunaan merupakan seberapa besar teknologi informasi dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan.

3. Kepercayaan

Uang elektronik merupakan sebuah produk yang cukup baru di masyarakat, oleh karena itu kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam penggunaannya. Pihak penerbit harus mengutamakan kepuasan pelanggan agar dapat membuat masyarakat percaya dengan produk electronic money yang diterbitkannya.

Perilaku Konsumtif

Menurut Haryani dan Herwanto (2015:7) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah bentuk perilaku membeli suatu produk tanpa pertimbangan rasional atau bukan berdasarkan atas kebutuhan, seperti membeli barang karena hadiah yang ditawarkan, atau membeli barang karena banyak orang yang menggunakan barang tersebut. Sedangkan menurut Dikria dan Mintarti (2016) mengartikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan membeli atau mengonsumsi suatu barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional, sehingga faktor keinginan lebih dipentingkan daripada kebutuhan.

Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Pali (2015:11) menjabarkan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang mengonsumsi tiada batas dan membeli secara berlebihan. Sedangkan menurut Stanton dan Nurhaini, (2018:12) menyatakan terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu:

Kekuatan Sosial Budaya

- Faktor Budaya. Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.
- Faktor Kelas Sosial. Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.
- Faktor Kelompok Anutan (small reference group). Kelompok anutan didefinisikan sebagai suatu kelompok yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. lebih lanjut perilaku konsumen dipengaruhi oleh kelompok anutan yang mereka menjadi anggotanya atau yang mereka cita-citakan. Pengaruh kelompok anutan terhadap perilaku konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merek yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok. Adanya pengaruh kelompok sebaya (peer group) dan kelompok acuan (reference group). Individu yang banyak berinteraksi pada orang-orang yang memiliki gaya hidup konsumtif, maka individu tersebut cenderung memiliki perilaku konsumtif pula.
- Faktor Keluarga. Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli. Lebih lanjut keluarga merupakan, lingkungan utama dan pertama bagi anak, dengan demikian unit yang berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan, termasuk yang berkaitan dengan sikap dan perilaku konsumsi. Kebiasaan dalam keluarga dalam menggunakan suatu barang dan jasa akan menjadi model bagi anak.

Kekuatan Faktor Psikologis

- Faktor pengalaman belajar. Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli.
- Faktor Kepribadian. Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berfikir, persesi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alami).
- Faktor Sikap dan Keyakinan. Sikap dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakanya cenderung ke arah berbagai objek atau ide. Sikap dapat pula diartikan sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya, keyakinan menentukan sikap. Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu produk, merek, dan pelayanan.

Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator perilaku konsumtif menurut Yuniarti, (2015:49) aspek-aspek perilaku konsumtif adalah:

1. Pembelian Impulsif (Impulsif Buying). Aspek ini menunjukkan bahwa seorang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/ keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
2. Pemborosan. Perilaku konsumtif sebagai salah satu yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas serta perilaku membeli yang tidak hanya satu barang saja tapi lebih dari satu barang.
3. Mencari Kesenangan (Non Rational Buying). Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan dan kepuasan serta konsumen membeli karena faktor hobi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu variabel E-Wallet (X1), E-Money (X2) terhadap variabel terikatnya yaitu Perilaku Konsumtif Masyarakat (Y). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Perilaku Konsumtif Masyarakat

X1 = E-Wallet

X2 = E-Money

a = Nilai konstanta

b₁b₂ = Koefisien Regresi

e = error

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan uji t dan uji f dengan menggunakan bantuan program SPSS (statistical package for social science), hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. 1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29,600	3,394		8,721	,000
e-Wallet	,197	,049	,369	4,019	,000
e-Money	,202	,063	,292	3,186	,002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Olah Data, 2022.

Dari tabel di atas, dapat dibuat persamaan regresinya yang didapatkan adalah. $Y = 29,600 + 0,197(X_1) + 0,202(X_2) + 3,394$.

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta regresi sebesar 29,600 artinya jika tidak ada variabel E-Wallet (X1), sebesar 0 (tidak ada) dan nilai variabel E-Money (X2) sebesar 0 (tidak ada), maka perilaku konsumtif (Y) mengalami peningkatan sebesar 29,600.
2. Koefisien regresi sebesar 0,197 artinya jika variabel E-Wallet (X1), dan E-Money (X2) nilainya 0 (tidak ada nilai), maka perilaku konsumtif (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,197 Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara E-Wallet terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu.
3. Koefisien regresi sebesar 0,202 (X2) artinya jika variabel E-Wallet (X1), dan E-Money (X2) nilainya 0 (tidak ada nilai), maka perilaku konsumtif (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,202 (X2) Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara E-Money (X2) terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu.

Hasil uji determinasi didalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 2 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,442 ^a	,195	,179	2,355

Predictors: (Constant), *E-Wallet* dan *E-Money*

Sumber: Hasil Olah Data, 2022.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,195 atau (19.5%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 19.5% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model ini mampu menjelaskan sebesar 19.5% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 80.5% dari (100%-19.5%) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil uji t atau uji persial ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel.3 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29,600	3,394		8,721	,000
<i>e-Wallet</i>	,197	,049	,369	4,019	,000
<i>e-Money</i>	,202	,063	,292	3,186	,002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data, 2022.

Dari tabel di atas, maka hasil uji t adalah sebagai berikut:

1.Hasil uji e-wallet (X1) menunjukan thitung 4,019 > ttabel 1.984 dan sigfinikasi 0,000 < 0,05, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu.

2.Hasil uji e-money (X2) menunjukan thitung 3,186 > ttabel 1.984 dan sigfinikasi 0,000 < 0,05, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti e-money berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu.

Hasil uji koefisien signifikansi simultan (uji statistik F) dapat dilihat pada tabel Coefficients a ANOVAb dibawah ini:

Tabel.4 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	130,679	2	65,339	11,784	,000 ^b
Residual	537,831	97	5,545		
Total	668,510	99			

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

b. Predictors: (Constant), *e-wallet* (X_1) dan *e-money* (X_2)

Sumber: Hasil Olah Data, 2022.

Berdasarkan perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} yaitu $11,784 > 2.70$, maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya ada pengaruh simultan antara *e-wallet* (X_1) dan *e-money* (X_2) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) masyarakat kota Bengkulu. Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Dari Hasil Pengaruh E-Wallet dan E-money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji *e-wallet* (X_1) menunjukkan $t_{hitung} 4,019 > t_{tabel} 1.984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu.
2. Hasil uji *e-money* (X_2) menunjukkan $t_{hitung} 3,186 > t_{tabel} 1.984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka, *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu.
3. Berdasarkan hasil perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} , yaitu $11,784 > 2.70$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya ada pengaruh simultan antara *e-wallet* (X_1) dan *e-money* (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) masyarakat kota Bengkulu. Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil uji *e-wallet* (X_1) menunjukkan $t_{hitung} 4,019 > t_{tabel} 1.984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu.
2. Hasil uji *e-money* (X_2) menunjukkan $t_{hitung} 3,186 > t_{tabel} 1.984$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka, *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu.
3. Berdasarkan hasil perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} , yaitu $11,784 > 2.70$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya ada pengaruh simultan antara *e-wallet* (X_1) dan *e-money* (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) masyarakat kota Bengkulu. Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Saran

1. Bagi pengguna *e-wallet* dan *e-money* disarankan agar lebih mempertimbangkan azas manfaatnya, sebab jangan sampai penggunaan teknologi elektronik ini untuk memenuhi kesenangan semata dan tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional.
2. Diharapkan kepada masyarakat yang berperilaku konsumtif, hendaknya memanfaatkan kecanggihan alat pembayaran yang biasanya disebut uang elektronik, karena alat pembayaran ini lebih aman, tidak mudah rusak dan mudah digunakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, untuk mencari variabel lain, selain dari *e-wallet* dan *e-money*, guna menambah keilmuan dalam hal penggunaan uang elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Adhi. Prakosa, 2020. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta". Jurnal, Bismar: Volume 3. Nomor 1, Februari 2020 Fakultas Bisnis Universitas PGRI Yogyakarta.
- Bayu H, Yacobus 2014. "Legalitas Kedudukan Hukum Pedagang Uang Elektronik (Electronic Money Exchanger) dalam Sengketa Jual Beli Uang Elektronik". Jurnal Hukum Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Atmajaya Jogjakarta.

- Dikria, Okky dan Sri Umi Mintarti W. 2016. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. JPE. 9(2): 143-155.
- Dewa, Pratama, Davis, 2019.. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quartely. Vol.13.
- Fitriadi, Ferry. 2019. Ferry Fitriadi, "Mengenal Lebih Dekat E-Wallet atau Dompot Digital," Kreditpedia.net, Juni, 14, 2019. <https://www.kreditpedia.net/e-wallet-ataudompot-digital/>
- Harnanto. 2017. Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis. Yogyakarta: BPFE.
- Haryani, I., & Herwanto, J. 2015. "Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi". Jurnal psikologi, Vol.11. No.1., 5-11.
- Pratiwi, Nur Fitri 2015. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk diMakasar". Skripsi, S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin Makasar.
- Pali, Chita, David. 2015. "Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Univertas Sam Ratulangi Angkatan 2011". Jurnal e-Biomedik. Vol 3. No 1. Hal 297-302.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7 tentang "Dompot elektronik atau e-wallet".
- Peraturan Bank Indonesia No.16/8/PBI/2014, tentang Uang. Elektronik.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money)
- Ramadhani. 2019. "Hubungan Perilaku Ibu tentang Pemeliharaan Kesehatan Gigi dan Mulut terhadap Status Karies Gigi Anak". Jurnal Kedokteran Gigi, 56-62.
- Stanton, William J. 2012. Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Suyoto, & Pranowo. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru.
- Today, Line. 2019. "Kenali Kelebihan dan Kekurangan Dompot Digital/ewallet", today.line.me, Juli, 13, 2019. <https://today.line.me/id/v2/article/>
- Yuniarti, Lina, & Rosyid, H.F. 2015. "Perilaku Konsumtif berdasar Locus of Control pada Remaja Putri. Psikologika", Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, 4 (2), 5-13. <https://www.cnbcindonesia.com>.