

**PENGARUH E-MONEY, LITERASI EKONOMI, DAN
PENDAPATAN ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada
Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang*



NAMA : YURIZA MAULIDINA

2017/17053104

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

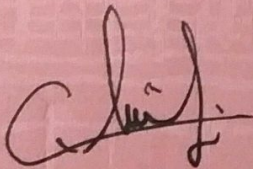
**PENGARUH *E-MONEY*, LITERASI EKONOMI, DAN PENDAPATAN ORANG TUA
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

Nama : Yuriza Maulidina
NIM/TM : 17053104/2017
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Koperasi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Negeri Padang

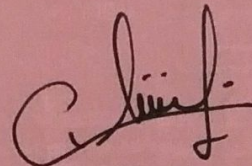
Padang, Desember 2021

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Disetujui Oleh :
Pembimbing



Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd
NIP. 19820311 200501 2 005



Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd
NIP. 19820311 200501 2 005

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan LULUS Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi

Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi

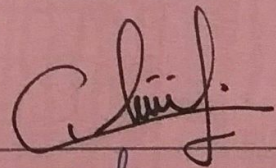
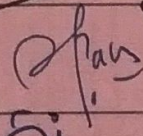
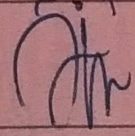
Universitas Negeri Padang

PENGARUH *E-MONEY*, LITERASI EKONOMI, DAN PENDAPATAN ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Nama	: Yuriza Maulidina
NIM/TM	: 17053104/2017
Jurusan	: Pendidikan Ekonomi
Keahlian	: Ekonomi Koperasi
Fakultas	: Ekonomi

Padang, Desember 2021

Tim Penguji

No.	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd	
2.	Anggota	Elvi Rahmi, S.Pd, M.Pd	
3.	Anggota	Jean Elikal Marna, S.Pd, M.Pd.E	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Yuriza Maulidina
NIM/Tahun Masuk	: 17053045/2017
Tempat/Tanggal Lahir	: Batam/02 Juli 1999
Jurusan	: Pendidikan Ekonomi
Keahlian	: Ekonomi Koperasi
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh <i>E-money</i> , Literasi Ekonomi, dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

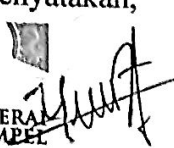
Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun Program PerguruanTinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karyatulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di PerguruanTinggi.

Padang, November 2021

Yang menyatakan,




Yuriza Maulidina

NIM. 17053104

ABSTRAK

Yuriza Maulidina (17053104) : Pengaruh *E-Money*, Literasi Ekonomi, dan Pendapatan Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Pembimbing : Tri Kurniawati, S.Pd., M.Pd.

Perkembangan teknologi telah mendorong perilaku konsumtif masyarakat di berbagai kalangan. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP memiliki perilaku konsumtif yang ditandai dengan cukup besarnya pengeluaran dan alokasinya per bulan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-money*, literasi ekonomi dan pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Desain penelitian ini merupakan penelitian kausal. Penelitian kausal digunakan untuk menjelaskan pengaruh perubahan suatu variabel terhadap perubahan variabel lain. Teknik pengumpulan data berupa angket, tes, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 133 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FE UNP, 2) literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FE UNP, 3) pendapatan orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FE UNP, dan 4) *e-money*, literasi ekonomi, dan pendapatan orang tua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FE UNP.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, *E-money*, Literasi Ekonomi, Pendapatan Orang Tua

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur hanyalah milik Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "*Pengaruh E-Money, Literasi Ekonomi, dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*". Shalawat dan salam senantiasa penulis sampaikan kepada junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini ditulis dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa terdapat berbagai kendala yang dihadapi, sehingga penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Dengan rendah hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan memperbaiki karya ilmiah ini sehingga menjadi lebih baik dalam penyusunan di masa mendatang.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Tri Kuniawati, S.Pd. M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Rani Sofya, S.Pd, M.Pd selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Dosen Penguji Ibu Elvi Rahmi, S.Pd, M.Pd dan Ibu Jean Elikal Marna, S.Pd, M.Pd.E yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat bermanfaat dalam pembuatan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah mengajar dan mendidik penulis selama menuntut ilmu di Universitas Negeri Padang.
6. Bapak dan Ibu karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Perpustakaan Induk Universitas Negeri Padang yang sudah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua yang telah merawat, mengasuh dan membimbing dengan penuh cinta dan kasih sayang. Berkat doa yang tak pernah putus dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa kepada semua anggota keluarga yang senantiasa memberikan doa, dorongan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2017 khususnya kelas internasional konsentrasi ekonomi koperasi yang

telah memberikan semangat dan dorongan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

10. Sahabat yang tersayang (Rani, Karima, Indri, dan Ijus) dan teman-teman yang istimewa (Deby, Asri, Fhadil, Viky) yang telah membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Semua pihak yang terlibat dalam membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan bagi pembacanya. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari betul bahwa masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Padang, Oktober 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Pembatasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Kajian Teori	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
2. Perilaku Konsumtif	21
3. <i>E-money</i>	24
4. Literasi Ekonomi	28
5. Pendapatan	32
B. Hubungan Antar Variabel.....	34
C. Penelitian Terdahulu	37
D. Kerangka Konseptual	40
E. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Jenis dan Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40

F. Definisi Operasional.....	41
G. Instrumen Penelitian	43
H. Teknik Analisis Data	50
1. Analisis Deskriptif	50
2. Analisis Induktif	51
BAB IV PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian	55
1. Karakteristik Responden	55
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
3. Analisis Induktif	67
B. Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP	4
Tabel 1.2 Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2015-2019	7
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Responden Variabel E-Money & Perilaku Konsumtif	44
Tabel 3.2 Kisi-kisi Soal Tes Variabel Literasi Ekonomi	44
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	45
Tabel 3.4 Hasil uji validitas variabel Perilaku Konsumtif	47
Tabel 3.5 Hasil uji validitas variabel <i>e-money</i>	48
Tabel 3.7 Hasil uji reliabilitas variabel Perilaku Konsumtif.....	49
Tabel 3.8 Hasil uji reliabilitas variabel <i>e-money</i>	49
Tabel 3.5 Kriteria Tingkat Capaian Responden	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	55
Tabel 4.3 Deskripsi Keseluruhan Variabel Penelitian	57
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif.....	58
Tabel 4.5 Deskripsi Indikator Membeli Produk Tidak Didasarkan Pada Manfaat	59
Tabel 4.6 Deskripsi Indikator Membeli Produk Hanya Untuk Menjaga Status....	60
Tabel 4.7 Deskripsi Indikator Gaya Hidup Keluarga	61
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>E-Money</i>	62
Tabel 4.9 Deskripsi Indikator Persepsi Kemanfaatan.....	63
Tabel 4.10 Deskripsi Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan	64
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Literasi Ekonomi	66
Tabel 4.12 Deskripsi Pendapatan Orang Tua	66
Tabel 4.13 Uji Normalitas	67
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.16 Analisis Regresi Berganda	71
Tabel 4.17 Uji F	72
Tabel 4.18 Uji t.....	73
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R^2).....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>E-money</i> di Kalangan Mahasiswa FE UN	9
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>E-money</i> yang Digunakan	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan manusia tidak terlepas dari kegiatan konsumsi, baik berupa barang maupun jasa. Konsumsi merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus terpenuhi. Manusia melakukan konsumsi untuk dapat bertahan hidup dan menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Di Indonesia, tingkat konsumsi menyumbang kontribusi terbesar terhadap PDB nasional. Pada tahun 2020, pengeluaran konsumsi rumah tangga menyumbang kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 53,9% (Badan Pusat Statistik, 2021).

Tingkat konsumsi yang tinggi dapat membantu perekonomian nasional suatu negara. Namun, konsumsi yang dilakukan secara berlebihan dapat pula menjadi sebuah permasalahan apabila manusia lebih mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhannya (Romadloniyah & Setiaji, 2020). Dengan keinginan manusia yang tidak terbatas dan alat pembayaran yang terbatas, manusia harus bertindak secara rasional. Konsumsi yang dilakukan secara berlebihan dapat mendorong manusia menjadi konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan membeli barang dengan pertimbangan emosional, yaitu membeli barang bukan karena adanya kebutuhan namun hanya memenuhi keinginan saja (Gumulya & Widiastuti, 2013; Rachmawati & Maulani, 2020). Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat

sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa mendatang (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013). Seseorang akan cenderung membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan uang untuk ditabung. Dengan demikian, seseorang menjadi tambah boros, mudah terbujuk rayuan iklan hingga menyebabkan kecemasan karena merasa adanya tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya,

Mayarakat Indonesia sudah dikenal dengan perilaku konsumtifnya. Salah satunya dapat ditunjukkan dengan indeks keyakinan konsumen Indonesia yang tinggi. Menurut Sulaiman (2020), Indonesia menempati peringkat ke-4 di dunia dalam hal keyakinan konsumen. Hasil survey konsumen Bank Indonesia menunjukkan bahwa Indeks Keyakinan Konsumen pada November 2020 sebesar 92,0 dan mengalami peningkatan pada Desember 2020 menjadi 96,5 (Bank Indonesia, 2021).

Perilaku konsumtif masyarakat Indonesia juga dapat ditunjukkan dengan banyaknya masyarakat yang berbelanja secara online. Kominfo (2019) menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia yakni sebesar 78 persen. Hal ini turut diperkuat oleh riset Bain & Company dan Facebook tahun 2020 dengan laporannya yang bertajuk “*Digital Consumers of Tomorrow, Here Today*” menyebutkan bahwa pertumbuhan konsumen digital di Indonesia melampaui Malaysia, Filipina, Thailand, Singapura, dan Vietnam. Di mana pertumbuhan negara tetangga rata-rata sebesar 5% hingga 9%,

sementara populasi konsumen di Indonesia naik 15% pada tahun 2020 (Facebook & Bain & Company, 2020).

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang banyak dijumpai pada masyarakat perkotaan (Tripambudi & Indrawati, 2018). Perilaku konsumtif ini sangat mudah menjangkiti setiap orang, termasuk kalangan remaja (Romadloniyah & Setiaji, 2020). Masa remaja yang merupakan masa peralihan dan pencarian identitas diri menjadikan remaja sangat rentan dan mudah terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif. Remaja suka mencoba hal-hal baru, tidak realistis, dan cenderung boros (Rachmawati & Maulani, 2020).

Menurut Ulayya & Mujiasih (2020), pelaku utama perilaku konsumtif adalah kelompok usia remaja akhir dan dewasa awal. Remaja melakukan berbagai cara agar menjadi bagian dari lingkungannya. Kebutuhan agar diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya menjadikan remaja berusaha mengikuti berbagai atribut yang kekinian (Dikria & Mintarti, 2016). Keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri menyebabkan remaja melakukan pembelian secara berlebihan. Mereka menggunakan busana dan aksesoris, seperti tas, sepatu, jam tangan dan lain sebagainya untuk menunjang penampilan mereka sehingga terlihat menarik (Lestarina, dkk, 2017). Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa remaja lebih memperhatikan penampilan khususnya dalam hal berpakaian, sehingga mereka membeli

pakaian bukan karena adanya kebutuhan, namun karena ada mode terbaru (Chrisnawati & Abdullah, 2011).

Mahasiswa merupakan bagian dari masa remaja. Kehidupan kampus telah mengakibatkan perubahan budaya sosial yang tinggi di kalangan mahasiswa dan membentuk gaya hidup yang konsumtif. Mahasiswa selalu ingin berpenampilan menarik untuk mendapat perhatian lawan jenis ataupun teman sebaya. Mereka dianggap mengikuti perkembangan zaman ketika mereka membeli dan memakai barang dengan merek terkenal (Anggreini & Mariyanti, 2014). Salah satu penelitian terdahulu menyatakan bahwa mahasiswa lebih mementingkan uang saku mereka untuk digunakan membeli berbagai barang guna mengikuti *trend* terkini dibandingkan membeli perlengkapan kampus seperti buku-buku pendukung perkuliahan (Dikria & Mintarti, 2016).

Tabel 1.1 Data Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Total Pengeluaran (Rupiah/bulan)	Persentase Mahasiswa
Kurang dari Rp1.000.000	21
Rp1.000.000 – Rp1.500.000	53
Rp1.501.000 – Rp2.000.000	21
Diatas Rp2.000.000	5
Total	100

Sumber: hasil wawancara (data diolah)

Tabel di atas merupakan data mengenai pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang diperoleh dari hasil wawancara. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan 42 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, diketahui

bahwa pengeluaran rata-rata mereka setiap bulan cukup besar. Adapun sumber pengeluaran mereka sebagian besar ialah dari orang tua.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa 53% mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP melakukan pengeluaran berkisar antara Rp1.000.000,00 – Rp1.500.000,00 per bulan. Dari 42 responden yang diwawancara, diketahui bahwa rata-rata pengeluaran mereka sebesar Rp1.353.600/bulan. Nominal ini cukup besar bagi mereka yang belum memiliki penghasilan sendiri. Adapun pengeluaran mereka dalam setiap bulan diantaranya ialah untuk biaya kos, makan/minum, transportasi, beli paket internet, keperluan kuliah seperti buku, fotokopi, print tugas, dll. Selain itu, sebagian besar dari mereka juga melakukan pengeluaran dalam sebulan untuk jalan-jalan/hiburan dan berbelanja, seperti, membeli baju, sepatu, tas, dan kosmetik hingga perhiasan kuku seperti kuteks. Dari hasil wawancara tersebut dapat diasumsikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP memiliki perilaku yang konsumtif.

Kemajuan teknologi dan internet saat ini telah memberikan kemudahan dalam mengakses informasi. Seiring dengan kemajuan tersebut, perilaku konsumen pun terus berubah. Salah satu kemajuan teknologi ini dapat dilihat dengan adanya uang elektronik atau *e-money* yang mempermudah kegiatan transaksi ekonomi. Pembayaran non tunai seperti *e-money* tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam mengatur gaya hidup, namun juga membuat pola hidup lebih konsumtif. Penelitian terdahulu menemukan bahwa bahwa *e-money* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Fauziah & Nurhasanah, 2020; Kusuma, 2020).

E-money merupakan alat pembayaran dengan menggunakan media elektronik. *E-money* memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau prabayar (*prepaid*) yang disimpan dalam suatu media elektronik, di mana nilai uang dalam *e-money* akan berkurang jumlahnya ketika digunakan untuk pembayaran (Adiyanti & Pudjihardjo, 2014; Fatmasari & Kurnia, 2019). Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor:11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*e-money*), media yang digunakan untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa chip (*chip based*) atau server (*server based*).

E-money yang berbasis chip (*chip based*) umumnya berbentuk kartu, seperti kartu flazz BCA, Mandiri E-money, Brizzi BRI, Tap Cash BNI, Blink BTN, dll. Sementara *e-money* yang berbasis server (*server based*) atau dikenal sebagai *e-wallet* berupa aplikasi yang berbasis di server (Mulyana & Wijaya, 2018) dan penggunaannya dapat dengan mudah dilakukan menggunakan *smartphone* (Saputra, Rosiyadi, Gata, & Husain, 2019). Saat ini terdapat beberapa *e-wallet* di Indonesia, yaitu T-Cash Telkomsel, OVO, GoPay, Dana, Link Aja, dll. *E-money* yang berbasis chip dan berbasis server (*e-wallet*) memiliki kegunaan yang berbeda. *E-money* berbasis chip atau kartu dapat digunakan untuk membayar tiket transportasi publik, membayar jalan tol, pembayaran tiket tempat wisata hingga berbelanja di toko swalayan dan minimarket. Sedangkan *e-wallet* digunakan untuk belanja, baik secara online maupun

offline, membayar token listrik, tagihan TV kabel, tagihan BPJS dan lain sebagainya (Perdana, 2021).

Dengan semakin banyaknya uang elektronik yang beredar dan semakin banyaknya infrastruktur uang elektronik di Indonesia, hal ini dapat meningkatkan tingkat penggunaan atau transaksi uang elektronik. Berikut data jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia tahun 2015-2019.

Tabel 1.2
Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2015-2019

Periode	Volume (satuan transaksi)	Nilai (triliun rupiah)
2015	535.579.528	5,28
2016	683.133.352	7,06
2017	943.319.933	12,37
2018	2.922.698.905	47,19
2019	5.226.699.919	145,16

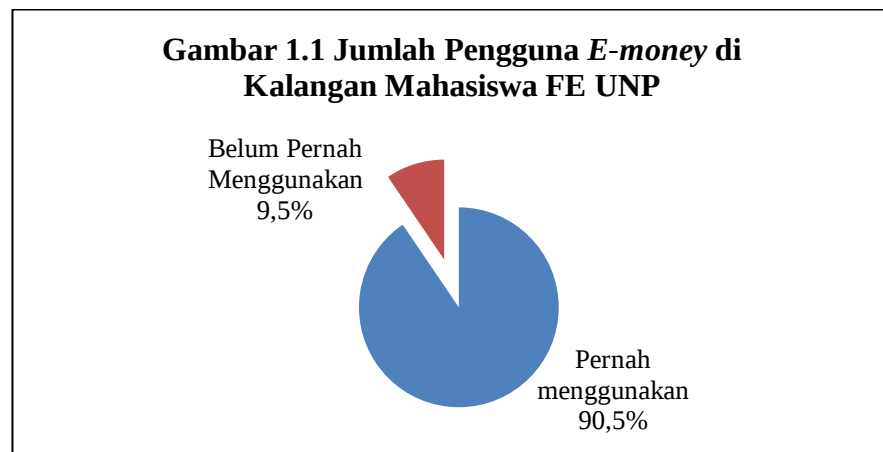
Sumber: Bank Indonesia (bi.go.id/statistik)

Tabel diatas menunjukkan bahwa total nilai transaksi uang elektronik pada tahun 2015 sebesar Rp5,28 triliun dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2019 yaitu menjadi Rp145,16 triliun. Sementara itu, total volume transaksi pada tahun 2015 yakni sebesar 535.579.528 transaksi dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2019 menjadi sebesar 5.226.699.919 transaksi. Jadi, dapat diketahui bahwa jumlah transaksi *e-money* terus mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun, baik volume maupun nominalnya. Hal ini membuktikan bahwa

penggunaan *e-money* telah meningkatkan kepercayaan publik untuk menggunakannya dalam melakukan transaksi.

Perkembangan *e-money* di Indonesia turut didukung oleh semakin banyaknya pengguna internet dan *smartphone*. Hasil pengolahan Lokadata atas Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2019 mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 116 juta dari 270 juta total populasi di Indonesia (Islahuddin & Syaifudin, 2020). Dari angka tersebut, jumlah pengguna internet di kalangan milenial sebesar 47 juta, dan sebanyak 17% di antaranya suka belanja online. Snapcart Indonesia yang merupakan lembaga riset berbasis aplikasi melakukan survey terhadap 1.000 responden selama bulan September hingga awal Desember 2020 berdasarkan data jumlah pengguna *e-wallet*. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa Shopeepay menjadi *e-wallet* yang paling banyak digunakan (50%), disusul oleh OVO (23%), GoPay (12%), DANA (12%) dan Link Aja (3%) (Setyowati, 2020).

Di kalangan mahasiswa sendiri sudah banyak yang menggunakan *e-money* dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Berikut hasil observasi awal yang dilakukan dengan 42 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.



Sumber: hasil observasi awal (data diolah)

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 90,5% atau sebanyak 38 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang pernah atau sedang menggunakan *e-money*. Sedangkan 9,5% atau 4 mahasiswa menyatakan belum pernah menggunakan *e-money*. *E-money* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan alat pembayaran elektronik lainnya. *E-money* mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi (Mentari, Setiawina, Budhi, & Sudirman, 2019). Adanya kemudahan dalam bertransaksi dan efisiensi dalam penggunaan *e-money* ini mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang dalam membelanjakan uangnya untuk kegiatan ekonomi (Fatmasari & Kurnia, 2019). Begitu pula halnya dengan mahasiswa, dimana penggunaan *e-money* yang seringkali menggunakan internet dan gadget.

Selain *e-money*, perilaku konsumtif juga diakibatkan oleh rendahnya pemahaman tentang literasi ekonomi (Oktafikasari & Mahmud, 2017). Pengetahuan tentang ekonomi menjadi peran penting untuk membentuk perilaku konsumsi seseorang. Individu dengan tingkat literasi

ekonomi yang baik akan selektif dalam menentukan pilihan produk yang akan dikonsumsi dan mengutamakan kebutuhan terlebih dahulu, serta menyesuaikannya dengan kemampuan beli (Wulandari, Wahyono, & Haryono, 2016). Literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk mengubah perilaku menjadi yang lebih baik. Misalnya memanfaatkan pendapatan untuk tabungan, investasi, perlindungan dan pemenuhan hidup (Sina, 2012).

Sebagian besar studi tentang literasi ekonomi dilakukan dalam dua puluh tahun terakhir. Beberapa dekade terakhir menunjukkan bahwa masyarakat memiliki tingkat pengetahuan ekonomi dan keuangan yang rendah. Jacob (2000) dalam penelitiannya menemukan bahwa sebagian besar anak muda Amerika Serikat memiliki tingkat literasi ekonomi yang rendah, dan pengetahuan tentang masalah konsumen dan keuangan pribadi. Hal ini senada dengan penelitian Hashim & Kayode (2013) yang mengukur tingkat literasi ekonomi pada mahasiswa *International Islamic University Malaysia* berdasarkan usia, kebangsaan dan jenis kelamin. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tingkat literasi ekonomi di kalangan mahasiswa S1 *International Islamic University Malaysia* masih rendah dan latar belakang pendidikan mahasiswa tidak berperan signifikan dalam menentukan tingkat kesadaran ekonomi mahasiswa IIUM.

Selain itu, studi terkait literasi ekonomi juga dilakukan oleh Stevani & Gumanti (2019) yang menganalisis tingkat literasi ekonomi mahasiswa Pendidikan Sosiologi dan Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI

Sumatera Barat. Studi yang dilakukan tersebut menemukan bahwa tingkat literasi ekonomi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi dan Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat berada dalam kategori sedang yakni sebesar 62%. Dari hasil studi tersebut, maka mahasiswa hendaknya dapat meningkatkan lagi pemahaman mengenai konsep ekonomi dan penerapannya dalam pengambilan keputusan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan literasi ekonomi dibutuhkan dalam kehidupan manusia terutama dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Menurut Salemi (2005), literasi ekonomi ialah penerapan dan pemahaman ekonomi dasar dalam situasi kehidupan nyata. Rogers (2014) menyatakan bahwa literasi ekonomi lebih dari sekedar pengetahuan tentang masalah keuangan sendiri. Pentingnya literasi ekonomi dapat meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan konsumsi (Astuti, 2016). Oktafikasari & Mahmud (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Septiana (2015) dan Kanserina et al. (2015) bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi ekonomi mahasiswa, maka perilaku konsumtif semakin menurun. Sebaliknya, jika tingkat literasi ekonomi mahasiswa rendah, maka perilaku konsumtif mahasiswa akan meningkat.

Mahasiswa di Fakultas Ekonomi sudah mendapatkan bekal pengetahuan ekonomi dasar, baik dalam lingkup mikro maupun makro. Dengan bekal pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan, maka diharapkan mahasiswa Fakultas Ekonomi memiliki literasi ekonomi yang baik. Literasi ekonomi akan membawa seseorang cerdas dalam mengambil keputusan di berbagai aspek kehidupan ekonomi, diantaranya aspek menabung, pengelolaan utang piutang, pengelolaan *asset*, berinvestasi dan proteksi diri dan keluarga. Dengan demikian, maka mahasiswa harusnya bisa terhindar dari perilaku konsumtif (Budiwati, Kinanti, Nuriansyah, & Nurhayati, 2020).

Selain itu, perilaku konsumtif juga tidak terlepas dari pengaruh pendapatan. Pendapatan mahasiswa berasal dari tiga sumber, yaitu pendapatan dari orang tua, gaji bagi yang bekerja paruh waktu, dan beasiswa bagi penerima beasiswa. Pendapatan tersebut yang kemudian dialokasikan sebagai pengeluaran konsumsi rutin ataupun tidak rutin dan konsumsi makanan maupun non makanan (Juliani & Cerya, 2019). Romadloniyah & Setiaji (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua, yang salah satunya diukur dengan pendapatan orang tua memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif remaja.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sipunga & Muhammad (2014), bahwa pendapatan orang tua berpengaruh terhadap perilaku membeli remaja. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa

terdapat perbedaan perilaku konsumtif antara remaja dengan pendapatan orang tua kelas atas dan kelas bawah. Semakin tinggi pendapatan orang tua, maka semakin besar pula kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian orang tua. Sebaliknya, semakin rendah pendapatan orang tua, maka kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua akan kecil pula.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan *e-money*, literasi ekonomi, dan pendapatan orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana “***Pengaruh E-Money, Literasi Ekonomi, Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang***”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penelitian yang dijabarkan dalam latar belakang tersebut, maka identifikasi permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Hadirnya *e-money* telah memberikan kemudahan transaksi ekonomi dan efisiensi dalam penggunaannya sehingga menyebabkan perilaku masyarakat menjadi konsumtif.
2. Tingkat literasi ekonomi yang rendah dapat mengakibatkan seseorang menjadi konsumtif.
3. Mahasiswa Fakultas Ekonomi memiliki rata-rata pengeluaran yang cukup besar dan cenderung konsumtif.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka perlu diadakan pembatasan masalah. Hal ini bermaksud untuk memperjelas permasalahan yang akan diteliti penulis. Peneliti membatasi kaitannya mengenai *e-money*, literasi ekonomi, dan pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang sudah pernah atau sedang menggunakan *e-money*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang?
2. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang?
3. Bagaimana pengaruh pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang?
4. Bagaimana pengaruh *e-money*, literasi ekonomi, dan pendapatan orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis:

1. Pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Pengaruh pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Pengaruh *e-money*, pendapatan orang tua, dan literasi ekonomi secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat:

1. Bagi lembaga pendidikan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi pembaca. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai perilaku konsumtif dan faktor yang mempengaruhinya.
3. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dan tambahan informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian lebih jauh terkait pembahasan penelitian yang serupa.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan yang dapat diambil dari pengaruh *e-money*, literasi ekonomi, dan pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang adalah sebagai berikut:

1. *E-money*, literasi ekonomi, dan pendapatan orang tua secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. *E-money* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Artinya, apabila penggunaan *e-money* tinggi, maka perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang juga akan meningkat.
3. Literasi ekonomi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Artinya, apabila tingkat literasi ekonomi tinggi, maka perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang akan menurun, dan sebaliknya. Apabila tingkat literasi ekonomi rendah, maka mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang akan cenderung berperilaku konsumtif.
4. Pendapatan orang tua berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas

Negeri Padang. Artinya, apabila pendapatan orang tua meningkat, maka perilaku konsumtif mahasiswa akan meningkat, dan apabila pendapatan orang tua menurun, maka perilaku konsumtif mahasiswa akan menurun.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, berikut saran yang dapat diberikan:

1. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP. Berkenaan dalam hal konsumsi, maka saran yang dapat diberikan bagi mahasiswa yang melek teknologi agar dapat menggunakan *e-money* secara bijaksana.
2. Peneliti memberikan saran bagi mahasiswa bahwa melek ekonomi ialah hal yang penting agar terhindar dari perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian, literasi ekonomi mahasiswa Fakultas Ekonomi dapat dikatakan cukup rendah. Oleh karena itu, literasi ekonomi perlu ditingkatkan agar mahasiswa lebih bijak mengambil keputusan dalam melakukan konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, A. I., & Pudjihardjo, M. (2014). Pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan e-money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan life style terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 3(2), 49–58.
- Badan Pusat Statistik. (2021). PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Konstan menurut Pengeluaran, 2010-2021. Retrieved March 19, 2021, from <https://www.bps.go.id/indicator/169/1956/1/-seri-2010-pdb-triwulanan-atas-dasar-harga-konstan-menurut-pengeluaran.html>
- Banaszak, R. A. (1987). The Nature of Economic Literacy: ERIC Digest No. 41.
- Bank Indonesia. (2021). Survei Konsumen Desember 2020: Keyakinan Konsumen Menguat. Retrieved from https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_230821.aspx
- Budiwati, N. (2014). Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen. *UPI, Bandung*.
- Budiwati, N., Kinanti, G., Nuriansyah, F., & Nurhayati, D. (2020). Economic Literacy and Economics Decision. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 85–96.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128–139.
- Facebook, & Bain & Company. (2020). *Digital Consumers of Tomorrow, Here*