

**DAMPAK PENGGUNAAN SISTEM TRANSAKSI *E-MONEY* PADA
PERUBAHAN KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh

FIRSA ASHA SABITHA

NIM : G71219045



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2023

PERNYATAAN

Saya, Firsya Asha Sabitha, G71219045, menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya,

Surabaya, 14 Maret 2023



Firsya Asha Sabitha

NIM. G71219045

DECLARATION

I, Firsya Asha Sabitha, G71219045, declare that :

- 1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in UIN Sunan Ampel Surabaya or in any other universities/colleges.*
- 2. This thesis does not contain any work or opinion written published by anyone, unless clearly acknowledged or referred to by quoting the author's name and stated in the References.*
- 3. This statement is true, if on the future this statements is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in UIN Sunan Ampel Surabaya.*

Surabaya, 14 Maret 2023

Declared by,

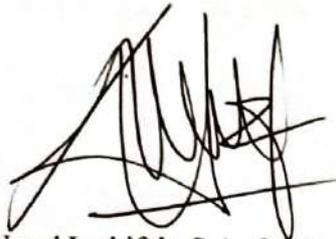


Firsya Asha Sabitha

Surabaya, 14 Maret 2023

Skripsi ini telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above the name.

Nurul Lathifah, S.A., M.A.

LEMBAR PENGESAHAN

DAMPAK PENGGUNAAN SISTEM TRANSAKSI E-MONEY PADA PERUBAHAN KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Oleh

Firsa Asha Sabitha

NIM: G71219045

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji pada tanggal 10 April 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dosen Penguji:

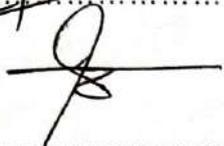
1. Nurul Lathifah, S.A., M.A.
NIP. 198905282018012001
(Penguji 1)
2. Abdullah Kafabih, S.EI, M.S.E.
NIP. 199108072019031006
(Penguji 2)
3. Hapsari Wiji Utami, M.S.E.
NIP. 198603082019032012
(Penguji 3)
4. Debby Nindya Istiandari, M.E.
NIP. 199512142022032002
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....


.....


.....


.....

Surabaya, 10 April 2023



Dr. Syariful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FIRSA ASHA SABITHA
NIM : G71219045
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Ilmu Ekonomi
E-mail address : firsaashasabitha@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

DAMPAK PENGGUNAAN SISTEM TRANSAKSI *E-MONEY* PADA PERUBAHAN
KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SUNAN
AMPEL SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 05 Juni 2023

Penulis

(FIRSA ASHA SABITHA)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mempengaruhi perubahan sistem pembayaran tunai menjadi non tunai. Sistem pembayaran non tunai tersebut dikenal transaksi *e-money*. Transaksi *e-money* saat ini banyak digunakan oleh masyarakat sehingga munculah sebuah fenomena yang bernama *Less Cash Society* merupakan fenomena yang muncul di kalangan masyarakat, dimana masyarakat lebih cenderung menggunakan pembayaran non tunai daripada tunai, terutama kalangan generasi milenial seperti mahasiswa mulai beralih menggunakan pembayaran non tunai daripada tunai. Namun, adanya transaksi *e-money* menyebabkan timbulnya dampak positif dan negatif bagi mahasiswa zaman sekarang, terutama pada perubahan perilaku konsumsinya.

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode *Grounded Theory Methodology*. Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Subjek penelitian ini yaitu mahasiswa aktif jenjang S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya angkatan tahun 2019 – 2022 yang menggunakan *e-money*.

Hasil penelitian menyatakan bahwa berdasarkan hasil uji validitas menyatakan bahwa setiap butir pertanyaan dengan total skor memiliki nilai $\geq 0,30$ berarti semua butir pertanyaan pada penelitian ini adalah butir yang valid dan hasil uji reabilitas menyatakan bahwa instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ yaitu 0,644 sehingga dengan adanya sistem pembayaran *e-money* terbukti membawa dampak positif dan negatif bagi mahasiswa. Dampak positifnya yaitu dengan adanya *e-money*, maka proses transaksi lebih mudah, cepat, praktis, dan tidak perlu membawa atau menyimpan uang kembalian. Dampak negatifnya adalah penyebab mahasiswa FEBI UINSA masih berperilaku konsumtif dan irasional dalam berbelanja, karena mahasiswa tersebut tergiur dengan adanya *voucher* promo dan *cashback* yang ditawarkan dan masih belum menerapkan teori perilaku konsumen di kehidupan sehari-hari sehingga mahasiswa FEBI UINSA tidak dapat menyeimbangkan tingkat konsumsinya antara konsumsi berdasarkan keinginan dengan konsumsi berdasarkan kebutuhan kuliah.

Berdasarkan hasil penelitian ini, yang telah diatas, maka terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti untuk menyempurnakan hasil penelitian selanjutnya yaitu bagi mahasiswa FEBI UINSA sebagai pengguna *e-money*, dalam meminimalisir perilaku konsumtif saat berbelanja, maka diharapkan lebih mempertimbangkan dalam mengkonsumsi suatu barang sesuai dengan kebutuhan daripada memenuhi kebutuhan yang berdasarkan keinginannya. Bagi peneliti lain, sebaiknya menggunakan subjek dan objek penelitian yang berbeda dari penelitian ini agar dapat memperluas informan atau responden dalam penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Mahasiswa, *E-Money*, Konsumtif, Irasional

ABSTRACT

The development of digital technology has influenced the change of cash payment system to non-cash. The cashless payment system is known as e-money transactions. E-money transactions are currently widely used by the public so that a phenomenon called Less Cash Society emerges is a phenomenon that arises among the community, where people are more likely to use non-cash payments than cash, especially among the millennial generation such as students began to switch to using non-cash payments rather than cash. However, the existence of e-money transactions causes positive and negative impacts for today's students, especially on changes in their consumption behavior.

This qualitative research uses the Grounded Theory Methodology method. The location of this research was conducted at the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Sunan Ampel Surabaya. The subjects of this study are active students at the S-1 level of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Sunan Ampel Surabaya class of 2019 – 2022 who use e-money.

The results of the study stated that based on the results of the validity test stated that each question item with a total score of > 0.30 means that all question items in this study are valid items and the results of the reliability test stated that this research instrument was declared reliable, because the value of Cronbach's Alpha > 0.60 which is 0.644 so that the existence of the e-money payment system proved to have a positive and negative impact on students. The positive impact is that with e-money, the transaction process is easier, faster, practical, and there is no need to carry or store change. The negative impact is the cause of FEBI UINSA students still behaving consumptively and irrationally in shopping, because these students are tempted by the promo vouchers and cashback offered and still have not applied consumer behavior theory in everyday life so that FEBI UINSA students cannot balance their consumption level between consumption based on desires with consumption based on college needs.

Based on the results of this study, which has been above, there are several suggestions given by researchers to perfect the results of further research, namely for FEBI UINSA students as e-money users, in minimizing consumptive behavior when shopping, it is expected to consider consuming an item according to needs rather than meeting needs based on their wishes. For other researchers, it is better to use different subjects and research objects from this study in order to expand informants or respondents in future research.

Keywords: Student, E-Money, Consumptive, Irrational

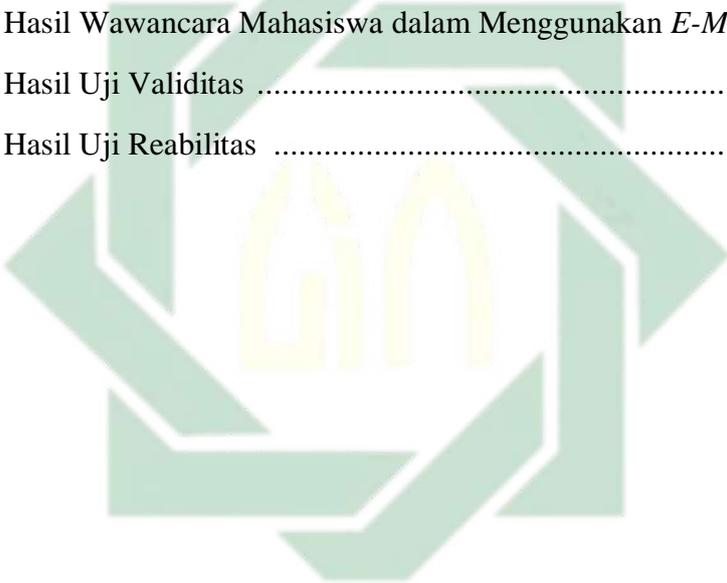
DAFTAR ISI

LEMBAR SAMPUL DALAM	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR DECLARATION	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 <i>E-Money</i>	17
2.1.1 Pengertian <i>E-Money</i>	17
2.1.2 Kriteria <i>E-Money</i>	18
2.1.3 Contoh <i>E-Money</i>	18
2.1.4 Kelebihan dalam menggunakan <i>E-Money</i>	20
2.1.5 Kekurangan dalam menggunakan <i>E-Money</i>	21
2.2 Perilaku Konsumen	21

2.2.3 Teori Perilaku Konsumen	23
2.3 Penelitian Terdahulu	30
2.4 Kerangka Konseptual	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian	43
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	43
3.4 Jenis dan Sumber Data	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Teknik Analisis Data	49
3.6 Teknik Keabsahan Data	52
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Informan	55
4.1.1 Informan Berdasarkan Jumlah Pengguna <i>E-Money</i> dan Uang Tunai	55
4.1.2 Informan Berdasarkan Gender	56
4.1.1 Informan Berdasarkan Prodi	57
4.1.2 Jumlah Transaksi Mahasiswa Dalam Sehari	58
4.1.1 Informan Berdasarkan Angkatan	59
4.1.2 Informan Berdasarkan Pengguna Jenis <i>E-Money</i>	60
4.2 Analisis Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	61
4.3 Analisis Hasil Penelitian	62
4.4 Hasil Analisis Kuva Indiferen	72
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83
BIODATA PENELITI	94

DAFTAR TABEL

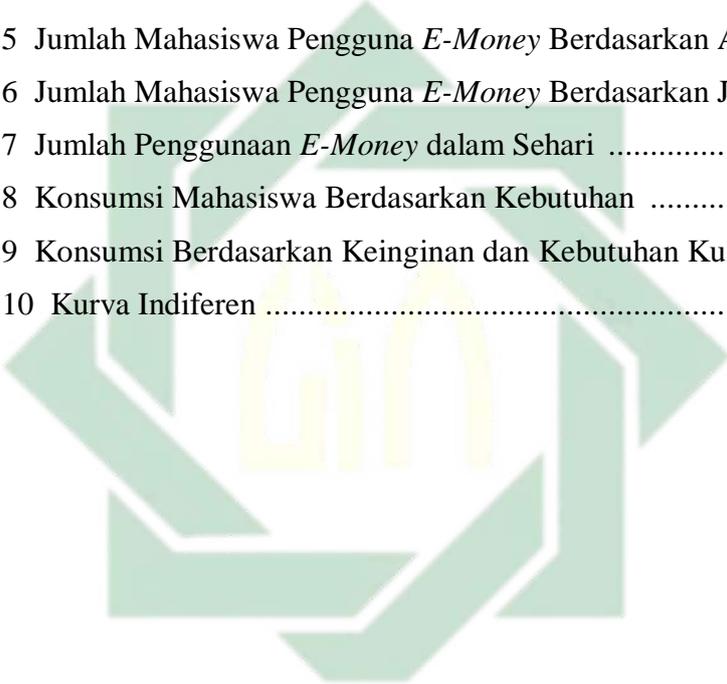
Tabel 1.1 Data Nilai dan Volume Transaksi <i>E-Money</i> di Indonesia	3
Tabel 1.2 Data Jumlah Uang yang Beredar	3
Tabel 2.1 Contoh Soal Kurva Indiferen	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Daftar Nama-Nama Mahasiswa FEBI UINSA	47
Tabel 3.2 Jumlah Skor untuk Setiap Pertanyaan di Google Formulir	48
Tabel 4.1 Hasil Wawancara Mahasiswa dalam Menggunakan <i>E-Money</i>	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas	62



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Indiferen	27
Gambar 4.1 Jumlah Mahasiswa Pengguna <i>E-Money</i> dan Uang Tunai	55
Gambar 4.2 Jumlah Mahasiswa Pengguna <i>E-Money</i> Berdasarkan Gender	56
Gambar 4.3 Jumlah Mahasiswa Pengguna <i>E-Money</i> Berdasarkan Prodi	57
Gambar 4.4 Jumlah Transaksi Mahasiswa dalam Sehari	58
Gambar 4.5 Jumlah Mahasiswa Pengguna <i>E-Money</i> Berdasarkan Angkatan	59
Gambar 4.6 Jumlah Mahasiswa Pengguna <i>E-Money</i> Berdasarkan Jenisnya	60
Gambar 4.7 Jumlah Penggunaan <i>E-Money</i> dalam Sehari	66
Gambar 4.8 Konsumsi Mahasiswa Berdasarkan Kebutuhan	67
Gambar 4.9 Konsumsi Berdasarkan Keinginan dan Kebutuhan Kuliah	67
Gambar 4.10 Kurva Indiferen	74



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2 Hasil Observasi	83
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara	83
Lampiran 4 Bukti Menyebarkan Kuesioner Google Formulir di <i>Whatsapp</i>	84
Lampiran 5 Bukti Menyebarkan Kuesioner Google Formulir di <i>Instastory</i>	85
Lampiran 6 Bukti Foto Wawancara <i>Offline</i> dan <i>Online</i>	85



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini sangat mempengaruhi perkembangan perekonomian yang dikenal dengan perekonomian digital, dengan adanya perkembangan perekonomian digital akan membawa dampak terhadap perubahan kegiatan pembayaran tunai menjadi non tunai. Perkembangan perekonomian digital di bidang keuangan yaitu *fintech (financial technology)* adalah sebuah teknologi modern di bidang keuangan yang dirancang untuk melakukan transaksi pembayaran dengan mudah tanpa memerlukan waktu yang lama, dan mempermudah masyarakat dalam mendapatkan dana, maupun mengelola aset keuangan.

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan), *fintech digital payment* saat ini banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Tujuan dari adanya *digital payment* yaitu untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan bertransaksi dengan praktis, cepat, dan efisien dalam kehidupan sehari-hari (Ramadaey Bangsa, 2023)

Selain itu, sejak adanya *fintech digital payment*, perubahan perilaku konsumsi masyarakat menjadi konsumtif dan terjadi perubahan gaya hidup masyarakat, karena adanya sistem transaksi pembayaran yang mudah, praktis, dan cepat (Indrarini, 2021). Salah satu produk yang dihasilkan oleh *fintech digital payment* yaitu *e-money (electronic money)*. Perubahan kegiatan pembayaran saat ini mulai beralih ke transaksi *e-money*.

Transaksi *e-money* merupakan perkembangan alat pembayaran digitalisasi yang digunakan oleh masyarakat dalam bentuk elektronik dan pada proses transaksinya menggunakan jaringan internet melalui *handphone* atau komputer. Untuk dapat menggunakan *e-money*, masyarakat Indonesia harus mengisi saldo *e-money* dengan cara menyetorkan uang tunai kepada perusahaan penerbit *e-money*, lalu saldo tersebut disimpan di sebuah aplikasi atau media elektronik sebelum digunakan untuk bertransaksi. Jenis *e-money* terbagi menjadi dua yaitu yang pertama, *e-money* berbasis kartu atau *chip* merupakan alat transaksi dalam bentuk kartu atau media lainnya yang ditanamkan *chip* dan terdapat nominal didalamnya. *E-money* tersebut menggunakan identitas berupa nomor baru dan cara aktivasinya dengan melakukan verifikasi secara *offline* kepada penerbit. Contohnya *e-toll*, kartu *flash*, kartu kredit, kartu debit. Kedua, *e-money* berbasis *server* adalah *e-money* yang disimpan secara *online* dan tidak dalam bentuk fisik kartu. Maksudnya saldo *e-money* disimpan melalui *server* atau aplikasi yang dapat diunduh secara *online* menggunakan identitas pengguna *e-money* berupa nomor telepon pengguna dan *e-mail* pengguna. *e-money* tersebut biasa juga disebut dengan *e-wallet*. Contohnya Gopay, Ovo, ShopeePay, Dana, Link Aja (Bank Indonesia, 2020).

Transaksi *e-money* telah digunakan di berbagai negara. Transaksi *e-money* diterapkan di negara Indonesia sejak tahun 2007. Transaksi *e-money* sangat memudahkan pihak perbankan dalam mengatur dan mengoperasikan sistem keuangan, memperlancar kegiatan ekonomi perdagangan di dalam negeri maupun luar negeri sehingga secara langsung transaksi *e-money* dapat meningkatkan *output* negara Indonesia.

Transaksi *e-money* memiliki karakteristik yaitu transaksi *e-money* saat ini sudah bisa dilakukan dengan menggunakan *handphone* secara *online*. Kelebihan dari karakteristik tersebut yaitu setiap transaksi belanja menggunakan *e-money* tidak terhubung secara langsung dengan rekening pengguna *e-money* di bank, karena *e-money* adalah sistem pembayaran digital yang dimana berapapun nilai transaksi akan direkam oleh alat pembayaran *e-money* yang digunakan. Adanya keamanan dan kecepatan dalam bertransaksi tersebut, hal inilah yang menyebabkan munculnya fenomena *Less Cash Society* (Manik Tumpal, 2019).

Tabel 1.1 Data Nilai dan Volume Transaksi *E-Money* di Indonesia

Periode	Transaksi <i>E-Money</i>		Persentase Perubahan Transaksi <i>E-Money</i>
	Nilai (Miliar)	Volume (Transaksi)	
2018	47.199	2.992.699	68%
2019	145.165	5.226.700	75%
2020	204.909	4.625.704	-11%
2021	305.436	5.451.471	18%
2022	407.534	6.925.509	21%

Sumber: Bank Indonesia

Tabel 1.2 Data Jumlah Uang yang Beredar

Tahun	Jumlah Uang yang Beredar (Miliar)
2018	Rp1.457.149,68
2019	Rp1.565.358,00
2020	Rp1.855.624,80
2021	Rp2.282.200,26
2022	Rp2.608.796,66

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Pada data Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa tahun 2018 memiliki nilai transaksi *e-money* sebesar Rp2.992.699 miliar dan pada Tabel 1.2 menunjukkan

bahwa jumlah uang yang beredar sebesar Rp2.608.796,66 miliar, yang berarti masyarakat Indonesia mulai beralih menggunakan *e-money* dalam berbelanja, karena adanya *Less Cash Society* sejak tahun 2017. Tahun 2019 memiliki nilai transaksi *e-money* sebesar Rp145.165 miliar dan pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah uang yang beredar sebesar Rp1.565.358,00 miliar, yang berarti masyarakat Indonesia lebih memilih menggunakan *e-money* daripada uang tunai dalam setiap berbelanja, karena semakin canggihnya teknologi yang berkembang pada tahun tersebut sehingga tingkat perubahan transaksi *e-money* meningkat sebesar 75 persen. Pada tahun 2020, data nilai transaksi *e-money* sebesar 204.909 miliar dan jumlah uang beredar sebesar Rp1.855.624,80 miliar, karena pada tahun tersebut terdapat wabah penyakit *Covid 19*. Adanya wabah penyakit tersebut menyebabkan seluruh aktivitas di luar rumah beralih menjadi *online* sehingga banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan pembayaran non tunai, dan pada saat itu juga banyak perusahaan yang melakukan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) sehingga banyak masyarakat yang mengalami penurunan pendapatan secara signifikan. Penurunan pendapatan signifikan tersebut menjadi salah satu penyebab penurunan persentase perubahan transaksi *e-money* pada tahun 2020 sebesar -11 persen. Pada tahun 2021, nilai transaksi *e-money* sebesar Rp305.436 miliar dan jumlah uang yang beredar sebesar Rp2.282.200,26 miliar yang berarti pada tahun tersebut, masyarakat telah memperoleh kembali pendapatannya seperti sebelum adanya pandemi *Covid 19* dan masyarakat mulai beralih menggunakan *e-money* daripada uang tunai sehingga persentase perubahan transaksi *e-money* pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 18 persen dari tahun sebelumnya. Pada tahun

2022, nilai transaksi *e-money* sebesar Rp2.608.796,66 miliar yang berarti tahun tersebut, sistem transaksi *e-money* di negara Indonesia telah semakin canggih, mudah, dan praktis sehingga masyarakat Indonesia lebih memilih menggunakan *e-money* dalam setiap berbelanja, karena hanya membawa *handphone* dan tidak perlu menyimpan uang kembalian.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa adanya kenaikan tingkat penggunaan *e-money* sangat berpengaruh terhadap perputaran uang di negara Indonesia, karena semakin banyak masyarakat Indonesia yang beralih menggunakan *e-money* dalam berbelanja, maka semakin berkurang penggunaan uang tunai sehingga menyebabkan tingkat perputaran uang meningkat.

Hal tersebut didukung dengan adanya penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa apabila masyarakat Indonesia semakin banyak yang menggunakan *e-money* daripada uang tunai dalam melakukan transaksi, maka hal ini menyebabkan tingkat perputaran uang meningkat, karena akan semakin sedikit jumlah uang tunai yang dibutuhkan dalam proses transaksi. Sedangkan, apabila masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan uang tunai, maka jumlah uang yang digunakan dalam bertransaksi akan meningkat sehingga perputaran uang di negara Indonesia akan menurun (Tama *et al.*, 2021)

Less Cash Society adalah suatu fenomena di kalangan masyarakat saat ini, dimana masyarakat lebih cenderung menggunakan pembayaran non tunai atau *e-money* dan mengurangi penggunaan pembayaran uang tunai. Istilah *Less Cash Society* tersebut adalah program yang telah direncanakan dan diciptakan oleh pihak

Bank Indonesia yang diberi nama Gerakan Nasional Non Tunai atau yang biasa disingkat dengan GNNT. GNNT adalah gerakan yang diciptakan untuk memberikan informasi atau pengetahuan tentang penggunaan sistem pembayaran non tunai, serta menyadarkan masyarakat agar masyarakat mulai beralih menggunakan sistem pembayaran non tunai (Badri, 2020). Semakin maju dan berkembangnya zaman, *Less Cash Society* secara langsung dapat mempengaruhi pola konsumsi dan perilaku masyarakat terutama kalangan anak muda seperti halnya kalangan mahasiswa saat ini dalam bertransaksi menggunakan *e-money* (Rif'ah, 2019).

Sebagian besar masyarakat negara Indonesia saat ini lebih memilih menggunakan transaksi *e-money* atau transaksi non tunai daripada transaksi tunai. Hal ini dikarenakan transaksi *e-money* lebih praktis, aman, dan cepat. Selain itu, tingginya tingkat penggunaan *e-money* didorong karena adanya jual beli secara *online* dan semakin banyaknya tempat yang menyediakan transaksi *e-money* berupa alat pembayaran kartu dan *scan* QR seperti halnya tempat restoran, supermarket, transportasi umum, dan jalan tol.

Hal ini didukung oleh penelitian (Arent, *et al.*, 2017) dengan hasil riset menyatakan bahwa kelebihan *e-money* yaitu transaksi menggunakan *e-money* hanya memerlukan waktu yang singkat daripada transaksi menggunakan uang tunai.

Mahasiswa adalah generasi Z yang lahir di rentang tahun 2000 hingga tahun 2010. Rentang tahun tersebut adalah masa berkembang pesatnya teknologi digital,

hal inilah yang menjadi faktor gaya hidup saat ini tidak lepas dari teknologi digital (Badri, 2020) seperti halnya mahasiswa sebagai pengguna aktif *smartphone* dan sering melakukan aktivitas transaksi menggunakan *e-money* melalui dompet digital. *E-wallet* yaitu sistem elektronik yang dimanfaatkan untuk menyimpan data jumlah transaksi sebelum dan sesudah pembayaran, serta menyimpan saldo *e-money* (Ika Febrilia, 2020). Berdasarkan data Bank Indonesia yang terlihat pada Tabel 1.1 bahwa data nilai transaksi *e-money* mengalami kenaikan setiap tahunnya, hal ini dikarenakan seringnya masyarakat Indonesia dalam menggunakan transaksi *e-money*, terutama kalangan generasi milenial seperti mahasiswa.

E-money yaitu salah satu sistem pembayaran digital yang praktis, cepat, dan mudah dalam penggunaannya. Adanya kemudahan dalam bertransaksi tersebut yang menjadi faktor pendorong mahasiswa lebih memilih menggunakan transaksi *e-money*. Transaksi *e-money* juga memiliki manfaat untuk masyarakat terutama di kalangan mahasiswa yaitu yang pertama, transaksi *e-money* lebih cepat, karena dalam proses transaksi *e-money* tidak memerlukan tanda tangan seperti transaksi dengan kartu debit atau ATM. Kedua, transaksi tersebut tidak harus menyimpan uang kembalian karena dalam proses transaksi *e-money* biaya yang dikeluarkan selalu pas atau sesuai dengan harga pembelian atas suatu barang atau jasa. Ketiga, dengan adanya *e-money*, maka secara langsung jumlah uang tunai yang beredar saat ini akan semakin berkurang.

Hal ini didukung oleh penelitian (Mufidah, 2022) dengan hasil riset menyatakan bahwa transaksi *e-money* memiliki beberapa manfaat yaitu pertama, transaksi *e-money* lebih cepat, karena transaksi tersebut tidak memerlukan tanda tangan

pengguna *e-money* pada setiap melakukan transaksi seperti transaksi menggunakan kartu debit. Kedua, transaksi *e-money* juga dianggap nyaman bagi pengguna *e-money*, terutama pada saat melakukan transaksi yang bernilai kecil, karena pengguna *e-money* tidak perlu menyediakan uang tunai pas dan tidak perlu menerima uang kembalian. Ketiga, saldo *e-money* dapat diisi secara *online* melalui transfer. Keempat, transaksi *e-money* akan mendorong munculnya *Less Cash Society* sehingga akan mengurangi jumlah uang yang beredar. Keempat, meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, karena transaksi menggunakan *e-money* biasanya terdapat *voucher* promo sehingga mengurangi biaya transaksi pengguna *e-money*. Kelima, transaksi *e-money* lebih menjamin kepastian dan perlindungan hak konsumen.

Selain itu, transaksi *e-money* memiliki dampak positif dan negatif untuk masyarakat terutama di kalangan anak muda seperti halnya mahasiswa. Dampak positif transaksi *e-money* yaitu bagi mahasiswa yang dapat mengelola keuangannya berpandangan bahwa dengan adanya *voucher* promo dan *cashback* dari pengembang aplikasi *e-money* sehingga dapat hemat mengeluarkan uang, dan mahasiswa juga tidak perlu membawa uang tunai pas dalam setiap bertransaksi, serta mahasiswa lebih praktis dan efisien dalam bertransaksi karena tidak memerlukan waktu yang lama. Sedangkan, dampak negatifnya dari transaksi *e-money* untuk mahasiswa yaitu mahasiswa yang terlalu sering melakukan aktivitas transaksi *e-money*, disebabkan karena banyaknya *voucher* promo dan diskon yang diberikan oleh pengembang aplikasi dompet digital maupun aplikasi *e-money*

sehingga hal ini terjadi perubahan perilaku mahasiswa menjadi konsumtif dalam berbelanja menggunakan sistem transaksi *e-money*.

Hal tersebut didukung oleh penelitian (Dewi, *et al.*, 2021) hasil riset menunjukkan bahwa terdapat dampak positif dan negatif untuk masyarakat yang menggunakan transaksi *e-money*. Dampak positifnya yaitu masyarakat sebagai pengguna *e-money* tidak perlu membawa uang *cash* dalam dompet saat berbelanja dan transaksi *e-money* sangat mudah dilakukan kapanpun dan dimanapun, serta banyaknya *voucher* promo yang ada di aplikasi *e-money* atau aplikasi dompet digital. Contohnya aplikasi *e-money* atau dompet digital yaitu Shopeepay, Gopay, Dana, iSaku, Ovo. Sedangkan, dampak negatifnya yaitu adanya perubahan perilaku sikap masyarakat yang menjadi konsumtif. Hal ini dikarenakan banyaknya *voucher* promo maupun jumlah *cashback* yang ditawarkan dan diberikan oleh pengembang aplikasi *e-money* untuk pengguna *e-money*.

Semua masyarakat melakukan transaksi belanja, baik remaja, dewasa hingga orang tua. Belanja dilakukan untuk memenuhi, mencukupi semua kebutuhan hidupnya, dan memenuhi keinginannya yang tidak terbatas. Masyarakat yang melakukan belanja untuk memenuhi keinginannya yang tidak terbatas, maka hal tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif (Rorin Mauludin Insana & Susanti Johan, 2021). Perilaku konsumtif yaitu perilaku individu yang cenderung melakukan konsumsi tanpa batas atau membeli barang yang berlebihan dan tidak direncanakan. Dengan demikian definisi perilaku konsumtif dapat disimpulkan yaitu perilaku individu dalam bertransaksi membeli barang yang berdasarkan atas

memenuhi keinginannya bukan untuk memenuhi kebutuhannya (Nainggolan, 2022). Perilaku konsumtif tersebut sering terjadi di kalangan mahasiswa.

Dalam penelitian (Dewi, *et al.*, 2021) menjelaskan bahwa definisi perilaku konsumtif yaitu perilaku yang tidak rasional dalam melakukan belanja, karena perilaku belanja tersebut membuat konsumen tidak dapat membedakan antara memenuhi konsumsi yang berdasarkan kebutuhan dan konsumsi yang berdasarkan keinginan. Mahasiswa merupakan kelompok remaja tingkat akhir memiliki usia sekitar 17-23 tahun. Kelompok usia tersebut biasanya menjadi sasaran utama para produsen atau penjual, hal ini dikarenakan remaja pada rentang usia tersebut lebih mudah terbentuk dan terpengaruh rayuan iklan produk, *voucher* promo, dan suka ikut-ikutan teman sebaya, serta lebih cenderung boros dalam berbelanja.

Penelitian (Abdillah Rasyid Bilal Muhammad, 2022) juga menyatakan bahwa usia yang paling konsumtif merupakan usia 13-21 tahun, karena usia tersebut, remaja masih mengalami penyesuaian perilaku dengan lingkungan sekitarnya sehingga proses pembentukan perilaku yang dimana saat usia tersebut mahasiswa mudah terpengaruh sehingga mahasiswa meniru gaya konsumtif yang dianggap kekinian.

Konsumsi merupakan seseorang yang membeli dan memenuhi kebutuhannya pada waktu tertentu berdasarkan nilai belanja yang dikeluarkan. Nilai belanja yang dikeluarkan tersebut disebut dengan pengeluaran konsumsi. Pengeluaran konsumsi seorang mahasiswa dilihat dari kebutuhan konsumsi mahasiswa itu sendiri. Mahasiswa memiliki kebutuhan konsumsi yang tidak dapat dihindari yakni

kebutuhan konsumsi kuliah seperti mengeluarkan biaya print untuk tugas kuliah, biaya fotokopi untuk menunjang tugas kuliah atau belajar, biaya paketan internet dan pulsa untuk menunjang kuliah atau belajar *online*, biaya bensin untuk transportasi kendaraan mahasiswa pergi ke kampus. Sedangkan, untuk mahasiswa perantauan yang tinggal di tempat kost, maka kebutuhan konsumsi lebih banyak seperti halnya biaya untuk makan dan minum sehari-hari, biaya kos. Gaya hidup dan perilaku mahasiswa berbeda-beda, hal ini dapat dilihat dari seberapa besar kebutuhan konsumsi yang dibutuhkan mahasiswa dan terkadang mahasiswa mengkonsumsi suatu barang karena untuk memenuhi keinginannya bukan kebutuhannya.

Perilaku konsumtif mahasiswa biasanya berdasarkan beberapa faktor yaitu yang pertama faktor emosional yang dimana mahasiswa melakukan belanja karena memperhitungkan gengsi di depan teman-teman sebayanya. Yang kedua, faktor gaya hidup yang dimana mahasiswa melakukan belanja karena ingin memenuhi keinginannya untuk menaikkan gaya hidup.

Hal tersebut didukung oleh penelitian (Dewi, *et al.*, 2021) dengan hasil riset menyatakan bahwa mahasiswa merupakan sekelompok remaja yang sebagian besar memiliki gaya hidup konsumtif. Mahasiswa seharusnya mengisi waktu yang kosong dengan menambah pengetahuan, mengembangkan keterampilannya dengan mengikuti organisasi di kampus, dan mengikuti kegiatan positif seperti halnya mengikuti webinar pelatihan yang memiliki orientasi ke masa depan. Namun, adanya pengaruh dari kebiasaan atau gaya hidup di lingkungan sekitar inilah yang menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup mahasiswa. Penelitian tersebut

mengatakan bahwa mahasiswa dapat dikatakan sebagai remaja yang mengikuti perkembangan *trend* saat ini yang dimana, jika mahasiswa dapat membeli dan memakai barang merek terkenal, maka dapat mengangkat harga dirinya didepan teman sebayanya sehingga hal inilah yang merupakan faktor terjadinya perubahan gaya hidup mahasiswa menjadi konsumtif. Selain itu, mahasiswa saat ini lebih mengutamakan dan mementingkan uang sakunya untuk membeli barang merek terkenal daripada memenuhi kebutuhan kuliah seperti halnya membeli buku untuk penunjang kuliah.

Jika melakukan belanja dengan menggunakan transaksi *e-money*, maka setiap individu pasti tanpa sadar mengeluarkan uang lebih banyak daripada menggunakan uang tunai. Hal ini dikarenakan bertransaksi dengan uang tunai lebih bisa dikontrol daripada menggunakan *e-money*. Selain itu, semakin banyaknya konsumen yang bertransaksi menggunakan *e-money*, maka secara langsung juga menyebabkan semakin tingginya tingkat konsumtif masyarakat.

Hal ini didukung oleh penelitian Prelec dan Loewenstein dalam jurnal penelitian (Ulayya & Mujiasih, n.d.) dengan hasil riset menyatakan bahwa *The Pain of Paying* merupakan suatu konsep yang menggambarkan seseorang yang menghabiskan uang lebih banyak jika bertransaksi menggunakan *e-money* dibandingkan bertransaksi menggunakan uang tunai.

Perilaku konsumtif mahasiswa memiliki dampak positif dan negatif bagi kehidupannya. Dampak positifnya yaitu mahasiswa dapat menambah kepuasan dan pengalaman dalam berbelanja seperti halnya mahasiswa dapat membeli barang

yang belum pernah mereka miliki sebelumnya sehingga hal ini menjadi kesenangan tersendiri bagi mahasiswa. Sedangkan, dampak negatifnya yaitu mahasiswa setiap akhir bulan selalu kekurangan dana, karena pengeluaran mereka lebih besar daripada jumlah uang saku yang diberikan oleh orang tuanya.

Hal ini didukung oleh penelitian (Jasman *et al.*, 2022) dengan hasil riset menyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa memiliki dampak positif dan negatif bagi kehidupannya. Dampak positifnya yaitu mahasiswa bisa merasakan kepuasan dan kebahagiaan yang maksimal, karena telah membeli barang-barang mewah. Barang-barang mewah dibeli oleh mahasiswa untuk menaikkan harga diri mereka di depan teman sebayanya. Sedangkan, dampak negatif yaitu yang pertama, uang saku mahasiswa menjadi tidak cukup untuk membiayai pengeluaran kebutuhan kuliahnya seperti halnya pengeluaran membayar uang fotokopi untuk tugas kuliah, membeli buku untuk penunjang kuliah. Kedua, mahasiswa menjadi punya tagihan hutang untuk membayar uang kuliah, hal ini dikarenakan uang sakunya digunakan untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan oleh mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti penggunaan *e-money* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul **“Dampak Penggunaan Sistem Transaksi *E-Money* pada Perubahan Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya”**.

1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan permasalahan yang ada di bagian atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Adanya sistem transaksi *e-money* menyebabkan mahasiswa tidak dapat mengontrol diri dalam berbelanja.
- 2) Adanya kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *e-money* menyebabkan mahasiswa lebih mudah melakukan belanja sehingga mahasiswa belanja karena ingin memenuhi keinginannya untuk menaikkan gaya hidup bukan untuk kebutuhan.
- 3) Adanya sistem transaksi *e-money* menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup dan perilaku mahasiswa menjadi konsumtif.
- 4) Seluruh mahasiswa FEBI UINSA telah mempelajari teori ilmu ekonomi mikro yang membahas tentang teori perilaku konsumen. Namun, perilaku mahasiswa tersebut masih konsumtif.

2. Batasan Masalah

Penelitian ini terdapat batasan-batasan permasalahan yang akan dibahas, hal ini bertujuan agar penjelasan pembahasan yang ada di penelitian ini dapat terfokuskan pada pokok permasalahannya. Oleh karena itu, disajikan beberapa batasan penelitian yaitu:

- 1) Objek penelitian ini yaitu mahasiswa FEBI UINSA.

- 2) Penelitian ini berfokus pada pembahasan tentang dampak penggunaan *e-money* terhadap perubahan perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UINSA.
- 3) Penelitian ini berfokus pada pembahasan tentang perubahan perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UINSA dalam penggunaan transaksi *e-money* yang mengaplikasikan teori perilaku konsumen untuk memenuhi dan menyeimbangkan tingkat konsumsi antara kebutuhan kuliah dan keinginannya.

1.3 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan untuk rumusan masalah yang disesuaikan dengan latar belakang masalah diatas. Berikut rumusan penelitian ini yaitu:

- 1) Bagaimana dampak penggunaan transaksi *e-money* terhadap perubahan perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UINSA ?
- 2) Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UINSA dalam mengaplikasikan teori perilaku konsumen untuk memenuhi dan menyeimbangkan tingkat konsumsi antara kebutuhan kuliah dan kebutuhan yang berdasarkan karena keinginannya ?

1.4 Tujuan Penelitian

Setelah peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan yang ada di penelitian ini dan merumuskan masalah, maka peneliti memiliki dua tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dampak penggunaan transaksi *e-money* terhadap perubahan perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UINSA.
- 2) Untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UINSA dalam mengaplikasikan teori perilaku konsumen untuk memenuhi dan menyeimbangkan tingkat konsumsi antara kebutuhan kuliah dan keinginannya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dari segi teoretis dan praktis diharapkan oleh peneliti bisa bermanfaat untuk para pembaca. Manfaatnya yaitu:

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan bermanfaat dalam pengembangan keilmuan di bidang teori ekonomi, khususnya pada teori ekonomi mikro yang membahas tentang perilaku konsumen.

2). Manfaat Praktis

Penelitian ini secara praktis, bagi mahasiswa FEBI UINSA diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan untuk mengetahui tingkat kepuasan maksimum dalam mengkonsumsi suatu barang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *E-Money*

2.1.1 Pengertian *E-Money*

Semakin majunya zaman dapat dilihat dari perkembangan teknologi saat ini. Perkembangan teknologi yang semakin maju sangat berpengaruh pada perubahan kegiatan ekonomi salah satunya yaitu mulai munculnya *fintech* (*financial technology*). *Fintech* merupakan hasil perkembangan teknologi di bidang keuangan. Salah satu hasil perkembangan *fintech* yaitu *digital payment* (Widya Abiba Riska & Indrarini Rachma, 2021).

Digital payment muncul setelah hadirnya *e-commerce*. Pembayaran dalam transaksi digital biasa disebut dengan *e-payment*. Pada proses transaksi pembayaran *e-payment* menggunakan uang digital yang disebut *e-money*, dan uang digital tersebut disimpan di sebuah aplikasi yang bernama *e-wallet*. *Digital payment* adalah sistem pembayaran non tunai secara *online* yang merupakan hasil dari perkembangan teknologi di bidang keuangan. *Digital payment* juga dikatakan sebagai pembayaran non tunai yang praktis, efisien, dan aman (Dewi *et al.*, 2021).

E-money merupakan pembayaran non tunai yang praktis dan aman jika dibandingkan dengan pembayaran tunai. Hal ini dikarenakan pengguna *e-money* bisa melakukan transaksi pembayaran secara online dan biayanya lebih murah, karena transaksi *e-money* menggunakan dompet digital biasanya terdapat *voucher*

promo yang telah diberikan oleh pihak aplikasi dompet digital atau *e-wallet* (Susanti & Rahmidani, 2022).

2.1.2 Kriteria *E-Money*

Sebagai alat pembayaran, *e-money* memiliki beberapa kriteria tertentu yaitu (Bank Indonesia, 2020):

- 1) Jumlah *e-money* yang diterbitkan berdasarkan nilai atau jumlah uang yang disetor oleh pengguna *e-money* kepada penerbit *e-money*.
- 2) Nilai atau jumlah uang yang disimpan secara elektronik atau *e-money* dalam suatu media aplikasi *server* atau *chips*.
- 3) Jumlah *e-money* yang disetor atau di *top up* oleh pemegang atau pengguna *e-money* bukan hanya disimpan secara *online*, namun *e-money* juga dikelola oleh pihak penerbit *e-money*. Artinya, dikelola yaitu penerbit *e-money* mengelola jumlah *e-money* yang keluar pada saat melakukan transaksi pembayaran dan mengelola jumlah *e-money* yang masuk pada saat menerima pendapatan sehingga saldo *e-money* milik pemegang atau pengguna *e-money* aman dan tidak ada terjadinya permasalahan dalam perhitungan pada proses penambahan maupun pengurangan saldo *e-money*.

2.1.3 Contoh *E-Money*

Pada zaman sekarang, alat pembayaran mulai beralih menjadi pembayaran non tunai atau yang biasa dikenal dengan *e-money*. *E-money* juga sedang *trend* di kalangan anak muda atau generasi milenial seperti kalangan mahasiswa. Dibawah

ini terdapat contoh jenis *e-money* berbasis kartu, *e-money* berbasis *server*, *e-money* berbasis kode QR (Ika Febrilia, 2020).

1) *E-Money* berbasis kartu atau *card based*

E-money berbasis kartu atau *card based* adalah uang digital atau *electronic money* yang disimpan dalam berbentuk kartu sehingga ketika akan melakukan transaksi pengguna harus membawa kemanapun kartu tersebut. Dalam penggunaannya, *e-money* dalam bentuk kartu tidak membutuhkan tanda tangan dalam setiap melakukan transaksi dan hanya kartu tersebut ditempelkan pada alat pembayaran yang telah disediakan oleh supermarket maupun minimarket. Contohnya *e-money* berbasis kartu atau *card based* yaitu kartu *Flazz* BCA, *e-money* Mandiri, *Brizzi* BRI, *Blink* BTN, *Tap Cash* BNI (Wibawa Indra, 2019).

2) *E-Money* berbasis *server*

E-money berbasis *server* adalah uang digital atau *electronic money* yang disimpan pada suatu aplikasi *e-money* sehingga ketika akan melakukan transaksi, pengguna harus membawa *handphone* atau tablet atau laptop dan memiliki jaringan internet. Hal ini dikarenakan transaksi tersebut dilakukan secara *online*. Dalam penggunaannya, *e-money* berbasis *server* tidak memerlukan otorisasi secara *online* dan tidak memerlukan tanda tangan pengguna dalam setiap akan melakukan transaksi. Contohnya *Gopay*, *Link Aja*, *Ovo*, *Dana*, *Shopeepay* (Ika Febrilia, 2020).

3). *E-Money* berbasis kode QR

E-Money berbasis kode QR adalah pembayaran non tunai yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan kode QR. Kode QR merupakan evolusi atau

pembaharuan dari bentuk *barcode* atau kode batang menjadi simbol yang memiliki bentuk pola warna hitam dan putih agar mudah dipindai atau di *scan*. Kode QR biasa disebut dengan QRIS. Selain itu, QRIS dikembangkan oleh ASPI (Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia) yang bertujuan untuk memperlancar transaksi *e-money* yang menggunakan sistem pembayaran digital secara aman (Saputri, 2020).

E-money berbasis kode QR atau yang biasa dikenal dengan QRIS diterbitkan dan diresmikan pada tanggal 17 Agustus 2019 di kantor Pusat Bank Indonesia. Mulai tanggal 1 Januari 2020, *e-money* QRIS sudah bisa dinikmati dan digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia dalam setiap bertransaksi. Selain itu, masyarakat Indonesia diwajibkan menggunakan *e-money* QRIS dalam setiap bertransaksi dimanapun tempat berbelanja yang telah difasilitasi kode QR (Saputri, 2020).

Contoh *e-money* berbasis kode QR yaitu pada setiap aplikasi dompet digital saat ini telah terdapat fitur pembayaran cepat hanya dengan *scan* kode QR yang ada pada tempat berbelanja (Saputri, 2020).

2.1.4 Kelebihan dalam Menggunakan *E-Money*

E-money sangat sering digunakan oleh masyarakat terutama kalangan anak muda seperti mahasiswa, hal ini dikarenakan *e-money* memiliki beberapa kelebihan (Nabila & Aslami, 2022) yaitu:

- 1) *E-money* merupakan salah satu alat pembayaran digital yang cepat dan efisien, karena pengguna *e-money* tidak perlu menyediakan uang tunai sejumlah uang pas untuk melakukan transaksi dan tidak harus menyimpan uang kembalian.

- 2) Dalam transaksi *e-money* hanya memerlukan waktu yang singkat dalam melakukan pembayaran, karena dalam transaksi tersebut tidak memerlukan proses tanda tangan dan otorisasi *online*.
- 3) *E-money* dapat diisi ulang saldonya secara *online* sesuai peraturan penerbit *e-money* masing-masing.

2.1.5 Kekurangan dalam Menggunakan *E-Money*

Namun, *e-money* juga memiliki beberapa kekurangan (Nabila & Aslami, 2022) yaitu:

- 1) Bagi masyarakat yang tidak paham teknologi, maka akan kesulitan dalam menggunakan *e-money*.
- 2) Layanan *e-money* masih dinilai kurang di daerah-daerah pelosok seperti pedesaan.
- 3) Salah satu resiko dalam menggunakan *e-money* yaitu akan mengalami peretasan sewaktu-waktu.

2.2 Perilaku Konsumen

Definisi perilaku konsumen yaitu perilaku yang dilakukan oleh seorang konsumen dalam mencari, memilih, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Selain itu, perilaku konsumen juga dikatakan sebagai faktor yang mendasari konsumen atau pembeli dalam membuat keputusan pembelian suatu produk barang atau jasa (Wikipedia, 2021). Macam-macam perubahan perilaku konsumen yaitu:

1) Perilaku Irasional

Perilaku irasional adalah perilaku konsumen yang tidak berdasarkan pertimbangan atau rencana secara rasional dalam memutuskan untuk membeli atau mengonsumsi suatu barang (Yusnita M., 2020).

Perilaku irasional merupakan perilaku seorang konsumen ketika membeli barang yang tidak didasarkan pada pemikiran logis, tetapi karena adanya lain seperti halnya faktor diskon, faktor hadiah, dan faktor iklan dari sosial media. Contohnya yaitu seorang konsumen membeli produk karena tertarik dengan iklan yang ditawarkan di sosial media, dan memiliki merek yang terkenal, karena adanya perubahan status sosial dan *lifestyle* (Mangiring Hengki, 2021)

Ciri-ciri perilaku irasional yaitu (Mangiring Hengki, 2021):

- a) Tertarik dengan iklan dan promosi yang ditawarkan.
- b) Memilih karena merek yang terkenal atau sedang *trend*.
- c) Memilih dan membeli produk karena prestise dan gengsi.

2) Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan konsumen dalam mengonsumsi barang secara berlebihan dan didasarkan dengan untuk memenuhi keinginannya bukan kebutuhannya (Wahyuni *et al.*, 2019).

Menurut Suyasa dan Fransisca, perilaku konsumtif sebagai tindakan konsumen membeli suatu barang dengan tujuan bukan untuk mencukupi

kebutuhan tetapi memenuhi keinginannya dilakukan secara berlebihan sehingga menyebabkan pemborosan (Maulana *et al.*, 2020).

Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen dalam berbelanja dengan tujuan bukan untuk memenuhi kebutuhan, melainkan hanya faktor gengsi (Solihat & Arnasik, 2018). Perilaku konsumtif sering terjadi saat ini, hal ini dikarenakan adanya dukungan metode pembayaran yang lebih mudah yaitu menggunakan *e-money*. Adanya *e-money* tersebut menyebabkan masyarakat lebih mudah dalam bertransaksi sehingga tanpa disadari perilaku konsumsi masyarakat berubah menjadi konsumtif.

Perilaku konsumtif tersebut sering terjadi pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok konsumen remaja yang menuju ke dewasa. Kecenderungan mengkonsumsi barang *trend* secara berlebihan yang sering dilakukan oleh mahasiswa menyebabkan pemborosan sehingga kebutuhan untuk perkuliahannya selalu menjadi nomor dua dan bagi mahasiswa yang merantau, jika tingkat konsumtifnya terlalu tinggi, maka uang saku yang diberikan oleh orang tuanya menjadi tidak cukup. Dengan demikian, perilaku konsumtif dapat membawa dampak negatif bagi kalangan mahasiswa.

2.2.1 Teori Perilaku Konsumen

Pada ilmu ekonomi mikro, teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa setiap konsumen atau pembeli akan berusaha untuk mendapatkan tingkat kepuasan yang maksimal atau yang biasa dikenal dengan (*maximization utility*).

Utility adalah tingkat kepuasan yang didapatkan oleh konsumen saat mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Konsumsi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh konsumen berupa mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memaksimalkan *utility* atau kepuasan dengan batasan yang berupa batasan pendapatan dan batasan harga barang atau jasa yang bersangkutan. Teori perilaku konsumen tersebut terdapat dua jenis pendekatan yaitu pendekatan kardinal dan pendekatan ordinal. Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen pendekatan ordinal (Triandaru Sigit, 2021).

Teori perilaku konsumen pendekatan ordinal adalah teori yang menjelaskan bahwa kepuasan atau utilitas seorang konsumen tidak dapat diukur dengan numerik atau angka, namun dapat dijelaskan secara ordinal atau di-rangking. Hal ini dikarenakan kepuasan seseorang tidak terbatas dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Syaparuddin, 2017).

Pada tahun 1934 teori perilaku konsumen pendekatan ordinal dikembangkan oleh J. Hicks dan R.J. Allen (Mutia Vadilla, 2021). Teori perilaku konsumen pendekatan ordinal terdapat beberapa asumsi yaitu (Sinaga Roeskani, 2021):

- 1) Konsumen dapat membuat peringkat selera atas semua barang yang dikonsumsi sehingga tidak perlu menentukan berapa unit kepuasannya.
- 2) Konsumen lebih menyukai jika mengkonsumsi banyak barang dibandingkan sedikit. Artinya, semakin banyak barang yang dikonsumsi

oleh konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dimilikinya.

Dalam teori ordinal, tingkat *utility* dalam kurva indeferen tidak dapat dihitung dan hanya bisa dibandingkan, serta perilaku konsumen dapat dilihat melalui tiga langkah yaitu:

1) Preferensi / selera konsumen

Preferensi / selera konsumen menggambarkan berbagai alasan seorang konsumen lebih memilih dan menyukai suatu barang daripada barang lainnya.

2) Kendala anggaran

Kendala atau keterbatasan pendapatan konsumen dapat membatasi jumlah barang yang dikonsumsi. Artinya, ketika pendapatan konsumen rendah atau menurun, maka hal ini akan menyebabkan adanya batasan jumlah barang yang dikonsumsi.

3) Pilihan-pilihan konsumen

Konsumen akan memilih dan mengutamakan kombinasi barang yang akan dikonsumsi dahulu agar mereka dapat memaksimalkan kepuasannya dengan adanya batasan anggaran.

Dengan demikian dalam menilai tingkat kepuasan seseorang, teori ordinal tidak menggunakan angka dan hanya menggunakan urutan tingkat kepuasan. Contohnya tinggi, sedang, rendah. Pada penggambaran tingkat

kepuasan konsumen, teori ordinal menggunakan kurva indeferen (Setiawan Firman, 2020).

1. Kurva Indeferen (Kurva Kepuasan Sama)

Kurva indiferen pada teori perilaku konsumen pendekatan ordinal yaitu kurva yang menggambarkan berbagai kombinasi barang konsumsi dari pilihan konsumen yang memberikan tingkat *utility* atau kepuasan yang sama bagi seorang konsumen dan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan seorang konsumen bisa dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah (Mahardika Indra, 2021).

Ciri – ciri kurva indiferen yaitu (Sariguna Posma, 2021):

- 1) Memiliki *slope* negatif, artinya jika konsumen ingin menambah jumlah barang yang dikonsumsinya, maka konsumen tersebut harus mengurangi jumlah konsumsi barang lainnya untuk menghasilkan tingkat kepuasan yang sama.
- 2) Garis kurva indiferen tidak saling berpotongan, hal ini dikarenakan konsumen tidak mungkin memperoleh kepuasan yang sama pada suatu kurva indiferen yang berbeda.
- 3) Garis kurva berbentuk cembung terhadap titik 0 (titik nol). Artinya, seorang konsumen jika ingin menambah konsumsi suatu barang, maka ia harus mengurangi jumlah konsumsi barang lain agar tingkat kepuasan tidak berubah.

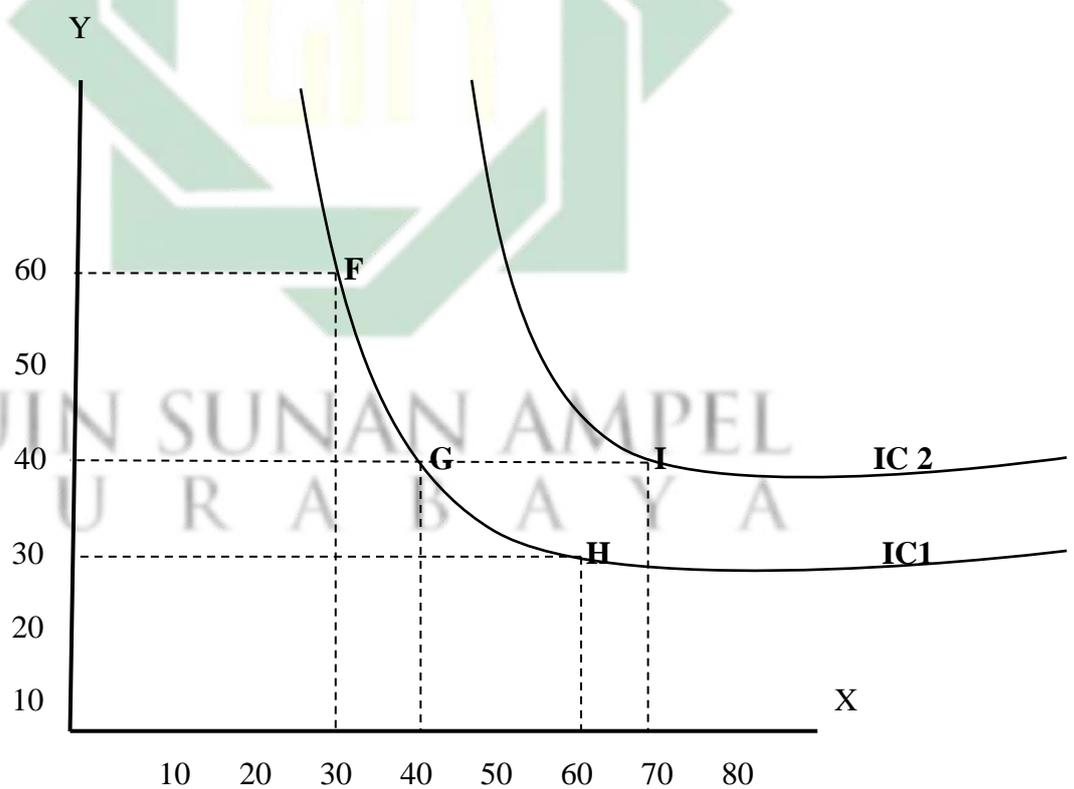
Contoh:

Seorang mahasiswa membeli buku kuliah yang dibutuhkan (X) dan baju yang diinginkan (Y). Untuk mendapatkan tingkat kepuasan yang sama dari mengkonsumsi kedua kombinasi barang tersebut, maka mahasiswa memiliki asumsi kombinasi jumlah barang yang dikonsumsi oleh mahasiswa.

Tabel 2.1 Contoh Soal Kurva Indiferen

Kombinasi Barang	Barang Kuliah (X)	Baju (Y)
F	30	60
G	40	40
H	60	30
I	70	40

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023



Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 2.1 Kurva Indiferen

Cara Membaca Kurva Indiferen yaitu:

1. Memiliki *slope* negatif yang ditunjukkan pada kombinasi barang F dan G. Pada kombinasi barang F menjelaskan bahwa konsumen pada awalnya mengkonsumsi 30 buku dan 60 baju. Namun, seiring berjalannya waktu konsumen tersebut ingin menambah jumlah bukunya, maka konsumen harus mengurangi tingkat konsumsi pembelian baju terlebih dahulu agar menghasilkan kepuasan yang sama dalam mengkonsumsi 2 kombinasi barang tersebut. Konsumen memutuskan untuk menambah 10 buku dan mengurangi tingkat konsumsi baju sebesar 20 baju sehingga konsumen membuat kombinasi barang G yang dimana konsumen mengkonsumsi 40 buku dan 40 baju dan begitu seterusnya pada kombinasi barang H.
2. Garis kurva indiferen tidak saling berpotongan, Hal tersebut dibuktikan pada gambar kurva diatas, yang dimana titik kombinasi barang F dan G memberikan konsumen tingkat kepuasan yang sama, serta titik G dan H juga memberikan konsumen tingkat kepuasan yang sama. Pada kurva ini terdapat prinsip *transitivity* yang dimana apabila kombinasi barang G lebih disukai daripada kombinasi barang I, maka kurva tersebut tidak akan saling berpotongan.
3. Garis kurva berbentuk cembung terhadap titik 0 (titik nol). Kurva cembung tersebut berdasarkan pada perhitungan MRS yang terus menurun atau berkurang. MRS (*Marginal Rate of Substitutions*) yaitu perhitungan kurva yang menggambarkan seorang konsumen mengurangi

tingkat konsumsi yang lainnya untuk menambah tingkat konsumsi satu barang dalam garis kurva indiferen yang sama.

$$\begin{aligned} \text{MRS titik F ke G} &= - \frac{\Delta Y}{\Delta X} \\ &= - \frac{60-40}{30-40} \\ &= - \frac{20}{-10} \\ &= 2 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{MRS titik G ke H} &= - \frac{\Delta Y}{\Delta X} \\ &= - \frac{40-30}{30-60} \\ &= - \frac{10}{-30} \\ &= 0,3 \end{aligned}$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kombinasi barang F lebih disukai daripada kombinasi barang H. Hal ini dikarenakan konsumsi dua kombinasi barang tersebut bersifat konsisten dan *transivity of choice* yang berarti jika kombinasi barang $F > G > H$, maka ini berarti kombinasi barang F lebih disukai oleh mahasiswa daripada kombinasi barang G. Dan kombinasi barang G lebih disukai daripada kombinasi barang C sehingga kombinasi barang F lebih disukai daripada kombinasi barang H yang dilambangkan dengan $F > H$.

2.3 Peneliti Terdahulu

Penelitian ini menjelaskan tentang dampak perubahan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Dalam mendukung teori dan penjelasan yang ada pada penelitian ini, maka terdapat hasil penelitian sebelumnya yang sesuai dengan penelitian ini yaitu dalam penelitian ini, maka terdapat hasil penelitian sebelumnya yang sesuai dengan penelitian ini yaitu dalam penelitian Muhammad Bilal Abdillah Rasyid dan A' rasy Fahrullah yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Debit Card* dan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika Universitas Negeri Surabaya” tahun 2022. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa yang pertama, pengaruh *debit card* (X1) memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y) yang terbukti dengan adanya hasil t hitung $4,201 > t$ tabel $1,657$. Artinya, pengguna *debit card* dapat memberikan dampak negatif kepada perubahan perilaku konsumsi mahasiswa menjadi konsumtif, Hal ini dikarenakan adanya kemudahan dalam setiap melakukan transaksi *e-money* menggunakan *debit card* dan kegiatan konsumsi menjadi lebih mudah. Yang kedua, pengaruh penggunaan *e-money* (X2) memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y) yang dibuktikan dengan adanya nilai koefisien sebesar $0,308$ nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ pada perilaku konsumtif mahasiswa.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Adopsi Inovasi Aplikasi Dompet Digital di Pekanbaru (2020)	Muhammad Badri	Metode kuantitatif dengan format deskriptif	Hasil penelitiannya yaitu pengguna <i>smartphone</i> paling aktif sebesar 89% adalah generasi milenial. Hal ini dikarenakan adanya faktor difusi inovasi aplikasi <i>e-wallet</i> . Semakin tingginya tingkat penggunaan aplikasi <i>e-wallet</i> disebabkan oleh banyaknya individu atau masyarakat yang kreatif sehingga memiliki kesadaran dan minat yang tinggi dalam berinovasi pada aplikasi <i>e-wallet</i> .	Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang <i>e-money</i> dan subjek penelitiannya juga memakai generasi Z atau millennial dalam menggunakan dompet digital atau <i>e-money</i> .	Perbedaannya yaitu penelitian tersebut menjelaskan tentang bagaimana adopsi inovasi aplikasi dompet digital untuk menggambarkan terjadinya transisi <i>less cash society</i> di Kota Pekanbaru. Sedangkan, pada penelitian saya menjelaskan pada perubahan perilaku konsumsi yang menfokuskan pada subjek generasi milenial kalangan mahasiswa dalam menggunakan <i>e-money</i> .
2.	Penggunaan <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri (2021)	1) Luh Gede Kusuma Dewi 2) Nyoman Trisna Herawa	Metode kualitatif menggunakan kuisioner.	Hasil penelitiannya yaitu dalam psikologi, jika seorang konsumen mampu mengontrol dirinya dan mampu memediasi antara <i>e-money</i> dengan perilaku konsumtifnya,	Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan subjek penelitiannya juga memakai generasi Z atau milenial kalangan mahasiswa dalam menggunakan <i>e-money</i> .	Perbedaannya yaitu penelitian tersebut lebih memfokuskan pembahasan tentang pengaruh mediasi kontrol diri dalam menghadapi perubahan perilaku konsumtif mahasiswa akibat adanya <i>e-money</i> menurut perspektif psikologi.

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2.		3). I Made Pradana Adiputra		maka perilaku konsumtif tersebut yang diakibatkan oleh penggunaan <i>e-money</i> dapat dikendalikan.	dan meneliti tentang perubahan perilaku konsumsi mahasiswa setelah munculnya <i>e-money</i> , serta menggunakan metode penelitian yang sama.	Sedangkan, pada penelitian saya menjelaskan tentang dampak penggunaan <i>e-money</i> terhadap perubahan perilaku konsumsi mahasiswa menurut perspektif ekonomi.
3.	Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Berbasis <i>Server</i> Sebagai Alat Transaksi Terhadap Penciptaan Gerakan <i>Less Cash Society</i> Pada Generasi Milenial di Surabaya (2021)	1) Riska Widya Abiba 1) Rachma Indrarini	Metode kuantitatif dengan Teknik <i>simple random sampling</i> .	Hasil penelitiannya yaitu semakin tinggi tingkat pengguna <i>e-money</i> berbasis <i>server</i> , maka gerakan masyarakat non tunai, khususnya kalangan generasi milenial yang ada di Surabaya juga akan ikut meningkat.	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang penggunaan <i>e-money</i> dan subjek penelitiannya menggunakan generasi milenial di Surabaya.	Perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut lebih fokus pada penjelasan pengaruh penggunaan <i>e-money</i> , dan subjek penelitian tersebut menggunakan seluruh generasi milenial di kota Surabaya dari berbagai kalangan. Sedangkan, pada penelitian saya lebih fokus pada penjelasan dampaknya penggunaan <i>e-money</i> terhadap perubahan perilaku konsumtif mahasiswa, dan subjek penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UINSA.

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4.	Pengaruh Penggunaan <i>Debit Card</i> dan <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika Universitas Negeri Surabaya (2022)	1) Muhamad Bilal Abdillah Rasyid 2) A'rasy Fahrullah	Metode kuantitatif menggunakan uji linier berganda.	Hasil penelitiannya yaitu yang pertama, pengaruh <i>debit card</i> (X1) memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y) yang terbukti dengan adanya hasil t hitung $4,201 > t$ tabel $1,657$. Artinya, pengguna <i>debit card</i> dapat memberikan dampak negatif kepada perubahan perilaku konsumsi mahasiswa menjadi konsumtif, Hal ini dikarenakan adanya kemudahan dalam setiap melakukan transaksi <i>e-money</i> menggunakan <i>debit card</i> dan kegiatan konsumsi menjadi lebih mudah.	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang perubahan perilaku konsumsi mahasiswa menurut perspektif ekonomi.	Perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut lebih fokus pada penjelasan pengaruhnya penggunaan <i>debit card</i> dan <i>e-money</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan, pada penelitian saya lebih fokus pada penjelasan dampaknya penggunaan <i>e-money</i> terhadap perubahan perilaku konsumtif mahasiswa. Dan subjek pada penelitian saya hanya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				Yang kedua, pengaruh penggunaan <i>e-money</i> (X2) memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y) yang dibuktikan dengan adanya nilai koefisien sebesar 0,308 nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ pada perilaku konsumtif mahasiswa.		
5.	Hubungan Antara <i>Self Control</i> dengan Perilaku Konsumtif Pengguna <i>E-Money</i> Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro (2020)	1) Sifa Ulayya 2) Endah Mujiastih	Metode penelitian kualitatif dengan teknik <i>convenience sampling</i>	Hasil penelitiannya yaitu banyaknya mahasiswa fakultas psikologi di Universitas Diponegoro yang memiliki perilaku konsumtif, hal tersebut disebabkan karena rendahnya tingkat <i>self control</i> . Oleh karena itu, dengan adanya <i>self control</i> dalam setiap individu, maka individu dapat memiliki sikap mempertimbangkan konsekuensi dalam keputusan pembelian yang dapat menurunkan perilaku konsumtif individu.	Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan subjek penelitiannya sama-sama menggunakan subjek penelitian kalangan mahasiswa.	Perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut lebih fokus pada pembahasan tentang hubungan antara <i>self control</i> dengan perilaku konsumtif pengguna <i>e-money</i> pada mahasiswa Fakultas Psikologi. Sedangkan, pada penelitian saya lebih fokus pada penjelasan dampaknya penggunaan <i>e-money</i> terhadap perubahan perilaku konsumtif mahasiswa

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
6.	Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa (2021)	1) Hasnidar Thamrin 2) Adnan Achiruddin Syach	Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data korelasi.	Hasil penelitiannya yaitu gaya hidup hedonis terdapat hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa yang dibuktikan dengan nilai signifikan 0,00 ($p < 0,05$) dan nilai koefisien sebesar 0,671. Hal ini berarti bahwa semakin tingginya gaya hidup seorang mahasiswa, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya dan sebaliknya. Semakin rendahnya gaya hidup hedonis seorang mahasiswa, maka semakin rendah juga perilaku konsumtifnya.	Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang perilaku konsumtif mahasiswa.	Perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut memfokuskan pada pembahasan hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa, Dan menggunakan subjek penelitian mahasiswa yang berumur 19-20 tahun. Sedangkan, pada penelitian saya lebih fokus pada penjelasan dampaknya penggunaan <i>e-money</i> terhadap perubahan perilaku konsumtif mahasiswa. Subjek pada penelitian saya hanya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7.	Minat Penggunaan <i>Cashless Payment System</i> – Dompot Digital Pada Mahasiswa di FE UNJ (2020)	1) Ika Febrilia 2) Shela Puspita Pratiwi	Metode penelitian kualitatif dengan menggunakan alat hitung <i>Structural Equation Modeling</i> dengan <i>software</i> AMOS.	Hasil penelitiannya yaitu semakin mahasiswa yakin dapat menggunakan alat pembayaran dompet digital dengan mudah, maka mereka pun merasa bahwa aplikasi pembayaran tidak akan Membuatnya bingung dan justru menjadikan transaksi yang dilakukan menjadi semakin praktis. Hal ini berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian tersebut yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara <i>self-efficacy</i> terhadap <i>perceived ease of use</i> pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta ($\beta = 0,226$; $p < 0,01$).	Persamaan-nya yaitu sama-sama membahas tentang pembayaran non tunai.	Pada penelitian saya lebih fokus pada penjelasan dampaknya penggunaan <i>e-money</i> terhadap perubahan perilaku konsumtif mahasiswa. Subjek pada penelitian saya hanya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.
8.	Pengaruh Belanja <i>Online</i> Terhadap	1) Dela Septiansari	Metode penelitian	Hasil penelitiannya yaitu aplikasi belanja online yang	Persamaannya yaitu sama-sama	Pada penelitian tersebut lebih memfokuskan

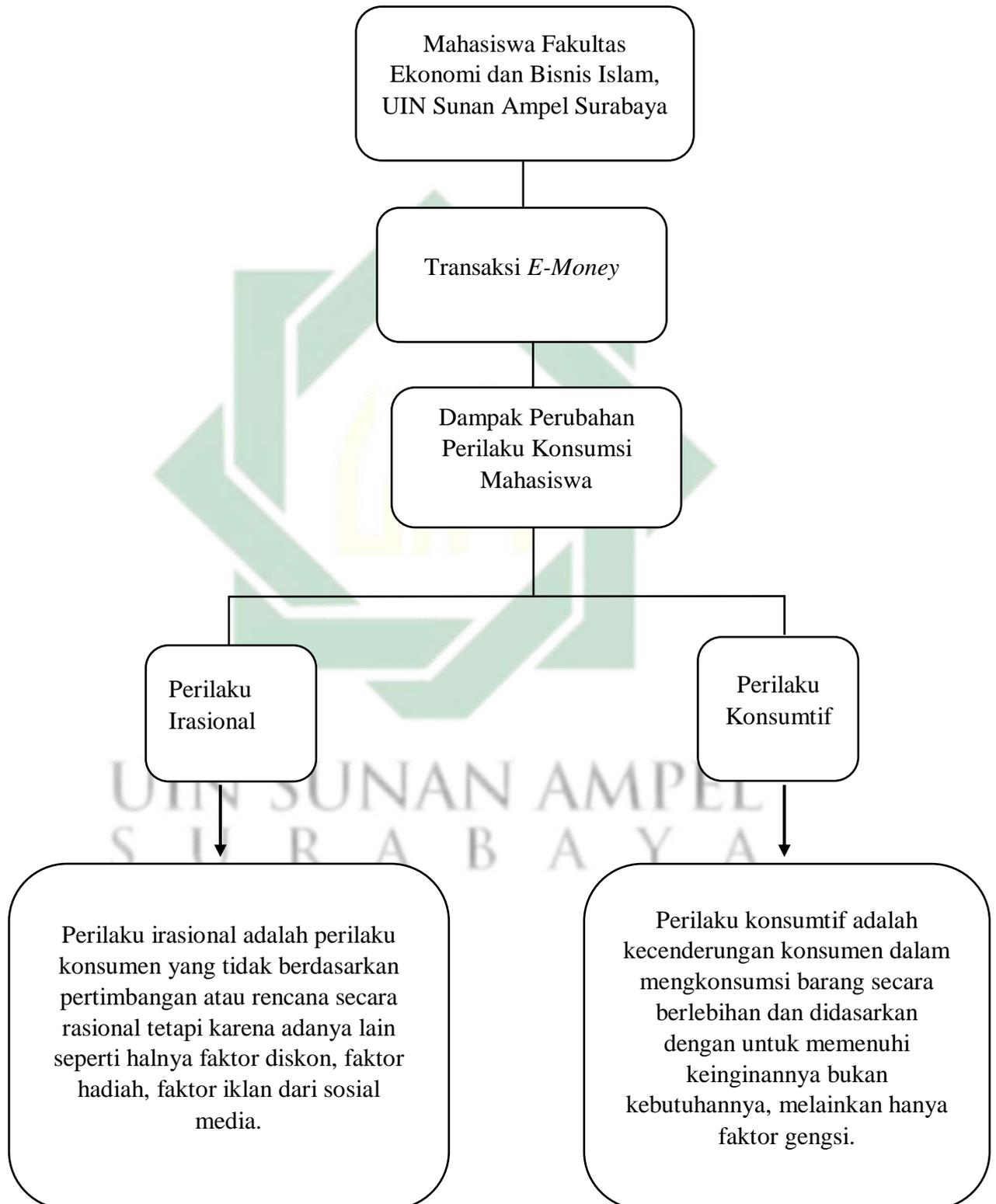
No.	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid 19 (2021)	2) Trisni Handayani	kuantitatif dengan analisis regresi.	sangat digemari oleh para mahasiswa saat berbelanja online yaitu Shopee, Lazada, Instagram, Tokopedia, Zalora, dan OLX. Semakin banyaknya jenis aplikasi <i>online shop</i> atau belanja <i>online</i> dan adanya kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi tersebut, hal inilah yang menjadi faktor utama mahasiswa menjadi konsumtif dalam melakukan belanja <i>online</i> . Berdasarkan hasil pengujian penelitian tersebut terdapat variabel perilaku konsumtif yaitu sebesar 21,886. Artinya, jika tingkat belanja <i>online</i> naik, maka perilaku konsumtif juga ikut naik sebesar 0,482 sehingga pengaruh belanja <i>online</i> positif terhadap perubahan konsumtif mahasiswa.	membahas tentang perubahan perilaku konsumtif mahasiswa dan subjek penelitiannya menggunakan kalangan mahasiswa.	penjelasan tentang pengaruh belanja <i>online</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan dikaitkan dengan masa pandemi <i>Covid 19</i> . Sedangkan, pada penelitian saya lebih fokus pada penjelasan dampaknya penggunaan <i>e-money</i> terhadap perubahan perilaku konsumtif mahasiswa, dan subjek pada penelitian saya hanya mahasiswa.
9.	Pengaruh Dompot	Verham Teguh Kusuma	Metode penelitian	Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa dengan		Pada penelitian tersebut lebih fokus

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa		kualitatif dengan kuisisioner google formulir	adanya kemudahan dalam melakukan transaksi <i>e-money</i> , maka dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa dan dengan adanya <i>voucher</i> promo yang diberikan oleh aplikasi <i>e-wallet</i> , maka hal ini juga menjadi faktor pendorong mahasiswa dalam melakukan belanja sehingga munculah perilaku konsumtif.	Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang perubahan perilaku konsumtif mahasiswa dan subjek penelitiannya menggunakan mahasiswa.	menjelaskan tentang pengaruh dompet digital elektronik terhadap perilaku konsumtif bagi mahasiswa di Universitas Raharja. Sedangkan, pada penelitian saya lebih fokus pada penjelasan dampaknya penggunaan <i>e-money</i> terhadap perubahan perilaku konsumtif mahasiswa. Subjek pada penelitian saya hanya mahasiswa.
10.	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, dan Pendapatan	1) Ni Luh Putu Kristina Dewi 2) Agus Wahyudi	Metode penelitian yang digunakan yaitu	Hasil penelitiannya yaitu: 1) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan	Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang perubahan	Penelitian tersebut tidak menjelaskan tentang <i>e-money</i> . Sedangkan, pada penelitian saya lebih fokus pada penjelasan

No.	Judul dan Tahun Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa UNMAS (2021)		metode penelitian kuantitatif	<p>mahasiswa, ini berarti bahwa semakin baik literasi keuangan, maka pengelolaan keuangan mahasiswa Unmas juga akan meningkat.</p> <p>2). Gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa ini berarti semakin baik gaya hidup hedonisme, maka pengelolaan keuangan mahasiswa juga akan meningkat.</p> <p>3) Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa berarti semakin baik pendapatan, maka pengelolaan keuangan mahasiswa juga akan meningkat.</p>	perilaku konsumtif mahasiswa dan subjek penelitiannya menggunakan mahasiswa.	Dampaknya penggunaan <i>e-money</i> terhadap perubahan perilaku Konsumsi mahasiswa. Subjek pada penelitian saya hanya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

2.4 Kerangka Konseptual



Berdasarkan bagan diatas, peneliti akan meneliti dampak penggunaan *e-money* sebagai alat transaksi yang digunakan oleh mahasiswa FEBI UINSA dengan menggunakan kajian teori perilaku konsumen dalam ilmu ekonomi mikro. Peneliti berusaha untuk mengetahui dampak perubahan perilaku konsumsi irasional dan konsumtif mahasiswa FEBI UINSA dalam menyeimbangkan tingkat konsumsi mahasiswa berdasarkan kebutuhan dan keinginannya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Menurut Moleong, definisi penelitian kualitatif ialah penelitian yang dipakai atau digunakan untuk memahami fenomena atau peristiwa yang terjadi atau dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku dan tindakan secara deskriptif. Sedangkan, menurut Saryono, penelitian kualitatif didefinisikan sebagai penelitian yang dipakai atau digunakan untuk menyelidiki suatu permasalahan atau kasus, menemukan, menggambarkan, menjelaskan suatu permasalahan atau kasus yang akan diteliti oleh peneliti dari pengaruh sosial yang ada di lingkungan sekitar lokasi penelitian dan yang tidak dapat diukur, dijelaskan, serta digambarkan secara kuantitatif atau angka (Harahap Nursaphia, 2020).

Pada penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan metode *Grounded Theory Methodology*. *Grounded Theory Methodology* yaitu metodologi yang digunakan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk mengembangkan sebuah teori secara mendasar dan sistematis. Teori penelitian tersebut dibangun dan dikembangkan oleh peneliti berdasarkan data tentang suatu fenomena atau peristiwa yang akan menjadi fokus penelitian ini. Selain itu, peneliti membangun dan mengembangkan teori

secara induktif yang akan digunakan pada penelitian, serta fenomena yang ada di lapangan (Harahap Nursaphia, 2020).

Dalam penelitian kualitatif *Grounded Theory Methodology* ini, peneliti akan menemukan dan mengembangkan teori di lapangan berdasarkan masalah yang muncul dalam penelitian. Namun, teori juga dapat berubah setelah peneliti turun ke lapangan, karena terdapat kemungkinan bahwa teori tersebut dapat disempurnakan atau dipersempit sehingga persoalan atau permasalahan yang ada di penelitian dapat lebih terfokuskan (Harahap Nursaphia, 2020).

Berdasarkan pengertian dan penjelasan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perubahan perilaku konsumsi yang terjadi pada mahasiswa FEBI UINSA saat menggunakan *e-money* dan mengetahui dampak kemudahan dalam penggunaan *e-money* terhadap peningkatan pengeluaran konsumsi mahasiswa FEBI UINSA tersebut.

3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian

Tempat atau lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu mahasiswa aktif jenjang S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2019 – 2022 yang menggunakan *e-money* dan bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini. Sedangkan, objek penelitian ini adalah

jumlah transaksi menggunakan *e-money*, pengetahuan tentang *e-money*, kemudahan transaksi menggunakan *e-money*, pengeluaran konsumsi mahasiswa, dan perubahan perilaku konsumsi mahasiswa dengan adanya sistem pembayaran *e-money*.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data penelitian ini yaitu data kualitatif, yang dimana data-data yang dikumpulkan peneliti lebih cenderung dalam bentuk deskripsi atau kata-kata daripada numerik (angka). Data tersebut biasanya meliputi catatan observasi peneliti, fotografi, dan dokumen pribadi.

3.4.2 Sumber Data

a) Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang didapatkan peneliti dari sumber asli di lokasi penelitian secara langsung. Data primer biasanya berupa hasil observasi lapangan dari kegiatan penelitian. Dalam pengumpulan datanya, peneliti menyebarkan kuesioner google formulir yang berisi pertanyaan untuk mahasiswa FEBI UINSA yang menggunakan *e-money* terkait penelitian yang dilakukan yaitu mengenai dampak penggunaan *e-money* terhadap perubahan perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UINSA. Penelitian tersebut bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan dan akurat dengan masalah penelitian ini.

b) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang dapat memberikan informasi terkait penelitian dari berbagai sumber tertulis seperti literatur buku, artikel online dari website, dan tulisan ilmiah yang didapatkan dari penelitian kepustakaan atau jurnal yang berhubungan dengan topik permasalahan yang akan diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, dokumentasi.

a) Teknik Observasi

Menurut Edwards dan Talbott, dalam melakukan observasi penelitian, maka observasi penelitian dihubungkan dengan perumusan masalah penelitian, membuat perbandingan masalah yang telah dirumuskan dengan permasalahan nyata yang ada di lapangan, pemahaman permasalahan penelitian dilakukan secara detail guna menemukan strategi untuk pengambilan data. Pada observasi penelitian ini, peneliti melakukan pembuatan kuesioner pertanyaan yang terkait dengan gambaran informasi tentang penelitian yang diperoleh oleh peneliti, serta menentukan sasaran observasinya (Harahap Nursaphia, 2020).

Pada penelitian ini, tahap pertama, peneliti melakukan observasi terlebih dulu di lokasi penelitian yaitu FEBI UINSA. Namun, sebelum melakukan observasi, peneliti membuat daftar pertanyaan apa saja yang

diperlukan untuk penelitiannya dan digunakan untuk dicantumkan pada kuesioner yang akan disebarakan oleh peneliti di tahap ketiga.

b) Teknik Wawancara

Teknik wawancara yaitu suatu proses pengumpulan data dalam bentuk tanya jawab dengan tatap muka antara peneliti dengan pihak informan. Teknik wawancara memiliki beberapa bentuk yaitu (Abdussamad Zuchri, 2021):

1) Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan oleh peneliti dan informan yang tidak menggunakan pedoman wawancara sistematis dalam pengumpulan datanya, namun hanya berupa permasalahan pokok yang akan ditanyakan oleh peneliti kepada informan.

2) Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan oleh peneliti dan informan dengan tujuan untuk menemukan permasalahan yang dimana pihak informan akan diwawancarai tentang pendapat maupun ide-ide terkait penelitian.

3) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur yaitu wawancara dalam bentuk tanya jawab yang terstruktur, dimana peneliti sudah mempersiapkan pertanyaan yang sama untuk semua informan yang akan diwawancarai.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur yang dimana peneliti akan melakukan wawancara kepada mahasiswa FEBI UINSA tidak menggunakan pedoman wawancara yang sistematis dan peneliti hanya mengajukan pertanyaan yang terkait dengan pokok permasalahan penelitiannya. Berikut nama-nama mahasiswa FEBI UINSA yang telah diwawancarai oleh peneliti:

Tabel 3.1 Daftar nama-nama mahasiswa FEBI UINSA

No.	Nama	Prodi	Angkatan
1.	Firda Auliyah Anggraeni	Ilmu Ekonomi	2019
2.	Adhin Berliana C.	Ilmu Ekonomi	2019
3.	Frisca Yunita Sari	Ilmu Ekonomi	2019
4.	Safira Putri Rahmadana	Ilmu Ekonomi	2019
5.	Rizqon Abdillah	Ilmu Ekonomi	2019
6.	Wafiqotus Zahroh	Manajemen	2020
7.	Abdurrozaq	Manajemen	2021
8.	Irsyad Maulana	Manajemen	2022
9.	Ahmad Rizqi Maulana	Manajemen	2022
10.	Nurul Hidayah	Manajemen	2022
11.	Ria Sofiana Anggraini	Akuntansi	2022
12.	Muhammad Erifadli S.	Akuntansi	2022
13.	Nurul Hadi Jayanti	Akuntansi	2022
14.	Hanif Dzaky Rahmatulloh	Akuntansi	2022
15.	Muhammad Baharudin Y. H.	Akuntansi	2022
16.	Jovita Adies Ayuni Putri	Manajemen Zakat dan Waqaf	2022
17.	Nafisatur Rodhiyah	Manajemen Zakat dan Waqaf	2022
18.	Siti Zulfatun Mahmudah	Manajemen Zakat dan Waqaf	2022
19.	Mirza Adawiyah	Manajemen Zakat dan Waqaf	2019
20.	Nuriya Afdillah	Manajemen Zakat dan Waqaf	2020

21.	Nazila Huriu'uin	Ekonomi Syariah	2022
22.	Haidah Khakimah	Ekonomi Syariah	2022
23.	Shinta Khumairoul Izzah	Ekonomi Syariah	2022
24.	Nanda Mar'atus Sholikhah	Ekonomi Syariah	2022
25.	Nurul Aulia Herlina Angganita	Ekonomi Syariah	2022

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

c) Teknik Kuesioner

Kuesioner yaitu metode pengumpulan data melalui pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada informan untuk dijawab. Skala *likert* yaitu alat yang biasanya digunakan oleh para peneliti untuk mengetahui dan menghitung respon kesetujuan dan ketidaksetujuan informan terkait permasalahan penelitian. Artinya, pertanyaan kuesioner yang disusun oleh peneliti memiliki kategori positif dan negatif sehingga jawaban-jawaban informan dari semua pertanyaan yang menggunakan skala *likert* memiliki tingkat jawaban seperti sangat setuju atau sangat tidak setuju (Duli Nikolaus, 2019).

Dalam mendukung pengumpulan data tersebut, maka peneliti harus memberikan skor sebagai berikut (Duli Nikolaus, 2019):

Tabel 3.2 Jumlah skor untuk setiap pertanyaan di google formulir

Kategori Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Buku karya (Duli Nikolaus, 2019)

Pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner melalui google formulir dengan skala *likert*. Kuesioner tersebut disebarakan secara *online*

melalui aplikasi *Whatsapp* dan status *Instastory* di Instagram kepada mahasiswa FEBI UINSA mulai dari Angkatan 2019 hingga tahun 2022.

d) Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data penelitian kualitatif melalui penglihatan atau pengamatan dan menganalisis semua dokumen yang telah dibuat oleh subjek penelitian sendiri atau orang lain yang berkaitan tentang subjek penelitian (Anggito Albi, 2018).

Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data terakhir yang berupa hasil foto mahasiswa FEBI UINSA dalam melakukan transaksi *e-money* sebagai subyek penelitian ini dan hasil foto peneliti melakukan observasi di lokasi penelitian yaitu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data kualitatif terdapat beberapa langkah-langkah yang harus dilakukan yaitu:

1) Reduksi Data

Reduksi data yaitu kegiatan merangkum hasil penelitian, memilih, serta mengkategorikan dan memfokuskan bagian data yang penting, pokok, dan utama dalam penelitian, agar data yang direduksi dapat memberikan sebuah gambaran atau rancangan penelitian yang lebih jelas, mempermudah dan memperlancar peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Umrati, 2020). Proses mereduksi data tersebut dilakukan oleh peneliti

secara berkala atau terus-menerus pada saat melakukan penelitian agar dapat menghasilkan sebuah catatan inti dari data yang telah diperoleh peneliti dari hasil penggalian data.

Proses reduksi data penelitian ini akan dilakukan jika data primer dan data sekunder yang dibutuhkan oleh peneliti terkumpul. Data primer yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu jawaban kuesioner di google formulir yang telah disebar oleh peneliti melalui sosial media. Sedangkan, data sekunder dalam penelitian ini yaitu data jumlah pengguna transaksi *e-money* yang diperoleh dari *website* resmi Bank Indonesia.

Setelah, data primer dan data sekunder terkumpul, dilakukan pemilahan data, dan mengkategorikan data, serta memfokuskan data sesuai yang dibutuhkan oleh peneliti, lalu peneliti membuat rangkuman dalam sebuah analisis. Hasil rangkuman atau reduksi data pada penelitian ini yaitu adanya kemudahan dalam penggunaan *e-money* sangat berdampak bagi mahasiswa FEBI UINSA terutama pada perubahan perilaku konsumsinya menjadi konsumtif dan irasional dalam berbelanja. Selain itu, seluruh mahasiswa FEBI UINSA telah mempelajari teori perilaku konsumen. Namun, ternyata mahasiswa tersebut tidak mengaplikasikan teori tersebut sehingga perubahan perilaku konsumsi menjadi konsumtif tetap terjadi.

2) Penyajian Data

Setelah tahap pertama dilakukan, maka tahap kedua yang dilakukan pada teknik analisis data kualitatif yaitu penyajian data. Penyajian data

adalah kumpulan-kumpulan informasi yang tersusun sehingga terdapat adanya penarikan kesimpulan, karena data-datanya diperoleh saat proses penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif pada bagian penyajian data biasanya berupa teks yang bersifat deskriptif atau naratif. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat melihat gambaran keseluruhan yang dilaksanakan. Selain itu, dalam tahap ini, peneliti berusaha untuk mengklasifikasikan atau mengelompokkan, serta menyajikan data yang sesuai dengan pokok permasalahan (Umrati, 2020).

Penyajian data dalam penelitian ini disajikan dengan uraian singkat mengenai hasil jawaban responden berupa diagram persentase yang akan dicantumkan dan dianalisis oleh peneliti di bab pembahasan selanjutnya yang meliputi hasil persentase jumlah pengguna *e-money* menurut gender di FEBI UINSA, perbandingan jumlah persentase mahasiswa dalam melakukan transaksi *e-money* dalam sehari lebih dari lima kali dengan jumlah persentase mahasiswa yang melakukan transaksi *e-money* kurang dari tiga kali sehari, data perbandingan jumlah mahasiswa pengguna *e-money* yang membeli barang berdasarkan keinginan atau faktor gengsi dengan jumlah mahasiswa pengguna *e-money* yang membeli barang berdasarkan faktor adanya *voucher* diskon.

Selain itu, terdapat pula peringkat data jumlah persentase mahasiswa pengguna *e-money* yang mengutamakan membeli kebutuhan kuliah dengan jumlah persentase mahasiswa yang mengutamakan membeli kebutuhan konsumsi sehari-hari seperti halnya membeli makanan atau minuman, dan

jumlah persentase mahasiswa yang mengutamakan membeli barang karena adanya faktor gengsi.

3) Kesimpulan

Kesimpulan yaitu tahap akhir penelitian yang menjelaskan perbandingan pernyataan dari objek penelitian dengan makna penelitian yang berdasarkan dengan konsep-konsep dasar penelitian (Hafni Sahir Syafrida, 2021).

Bagian kesimpulan penelitian ini, juga dicantumkan pada bagian bab akhir. Kesimpulan tersebut berisi hasil simpulan analisis penelitian ini yang terdiri dari simpulan berdasarkan data hasil kuesioner yang menyatakan perbandingan jumlah pengguna transaksi *e-money* menurut gender, hasil persentase tingkat jumlah pengguna *e-money* di FEBI UINSA dan simpulan analisis jumlah persentase tingkat konsumsi mahasiswa yang berdasarkan perilaku konsumtif dengan perilaku irasional, serta simpulan analisis hasil perbandingan tingkat konsumsi mahasiswa mulai dari memenuhi konsumsi kebutuhan sehari-hari, konsumsi kebutuhan kuliah, hingga konsumsi yang berdasarkan faktor gengsi dengan teman sebaya.

3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Penelitian kualitatif terdapat beberapa macam uji keabsahan data yaitu yang pertama, uji Kredibilitas. Kedua, uji Transferability. Ketiga, Dependability. Keempat, uji Konfirmability. Sedangkan, penelitian ini menggunakan uji Kredibilitas (Abdussamad Zuchri, 2021).

Uji Kredibilitas yaitu pengujian data yang dilakukan dengan berbagai macam teknik yaitu teknik perpanjangan pengamatan, teknik peningkatan ketekunan dalam penelitian, teknik triangulasi, teknik diskusi dengan teman sekawan, teknik analisis kasus negatif, dan teknik *member check*.

Proses uji Kredibilitas ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi data. Teknik triangulasi data yaitu teknik yang mengutamakan efektivitas proses dan hasil yang diinginkan oleh peneliti seperti halnya peneliti melakukan wawancara mendalam dan observasi partisipasi untuk pengumpulan data. Hal ini bertujuan agar tidak ada perbedaan pandangan atau pendapat antara informan dengan catatan observasi penelitian. Teknik triangulasi data terdapat 3 macam yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Penelitian ini menggunakan uji Kredibilitas dengan teknik triangulasi teknik (Abdussamad Zuchri, 2021).

Teknik triangulasi teknik yaitu pengecekan data pada uji Kredibilitas dengan cara mengecek seluruh data yang diperoleh kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Proses pengecekan data tersebut dilakukan dengan observasi, lalu wawancara tidak terstruktur, dokumentasi dan kuesioner (Abdussamad Zuchri, 2021).

Proses triangulasi teknik penelitian ini dilakukan dengan cara yaitu:

1. Observasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya tanggal 10 Februari 2023. Observasi dilakukan dengan cara

peneliti melihat mahasiswa FEBI, UINSA mengeluarkan uang paling banyak dalam membayar minuman dengan QRIS.

2. Lalu, melakukan wawancara tidak terstruktur dengan mahasiswa FEBI, UINSA pada tanggal 13 Februari 2023.
3. Dokumentasi berupa foto pada saat melakukan observasi dan wawancara di FEBI, UINSA. Dokumentasi pada saat wawancara dilakukan tanggal 13 Februari 2023 dan dokumentasi pada saat observasi tanggal 10 Februari 2023.
4. Menyebarkan kuesioner secara *online* kepada seluruh mahasiswa FEBI, UINSA Angkatan 2019 hingga 2022 pada tanggal 09 Februari 2023 hingga 01 Maret 2023.

Selain itu, data penelitian dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas dengan *Bivariate Correlation Pearson* dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor total butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dalam instrument penelitian dikatakan valid, apabila memiliki korelasi terhadap skor total dari butir pertanyaan tersebut. Sebuah butir pertanyaan dikatakan valid, apabila memiliki nilai korelasi $\geq 0,30$ (Purwanto, 2018).

Sedangkan, uji reabilitas dilakukan untuk menguji reabilitas suatu data. Data penelitian yang berkualitas merupakan data yang dapat dipercaya. Data yang dapat dipercaya dapat dibuktikan dengan tingkat reabilitasnya (Purwanto, 2018).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

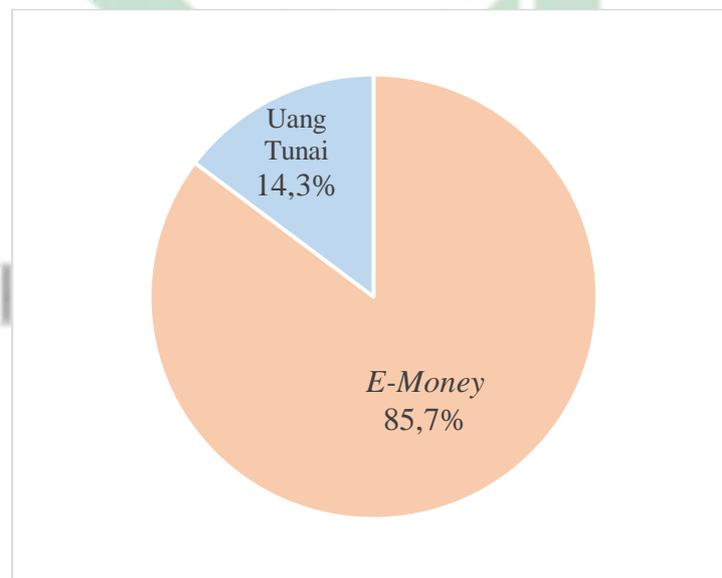
BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Informan

E-money merupakan alat pembayaran digital yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini, terutama generasi milenial. Mahasiswa FEBI UINSA merupakan salah satu generasi milenial yang saat ini menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran, karena adanya kemudahan dalam setiap proses bertransaksi dan lebih praktis.

4.1.1 Informan Berdasarkan Jumlah Pengguna Uang Tunai dan Non Tunai



Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.1 Jumlah Mahasiswa Pengguna *E-Money* dan Uang Tunai

Dalam penelitian kualitatif, responden biasa disebut dengan informan. Informan pada penelitian ini yaitu mahasiswa FEBI UINSA. Berdasarkan Gambar 4.1 menunjukkan hasil kuesioner dari 315 informan terdapat 256 mahasiswa yang menggunakan *e-money* dalam setiap melakukan pembayaran dengan persentase 85,7 persen. Sedangkan, 45 mahasiswa lainnya menggunakan uang tunai dengan persentase 14,3 persen. Angka tersebut menyatakan bahwa mahasiswa saat ini lebih cenderung menggunakan *e-money* dalam setiap melakukan transaksi daripada menggunakan uang tunai.

4.1.2 Informan Berdasarkan Gender



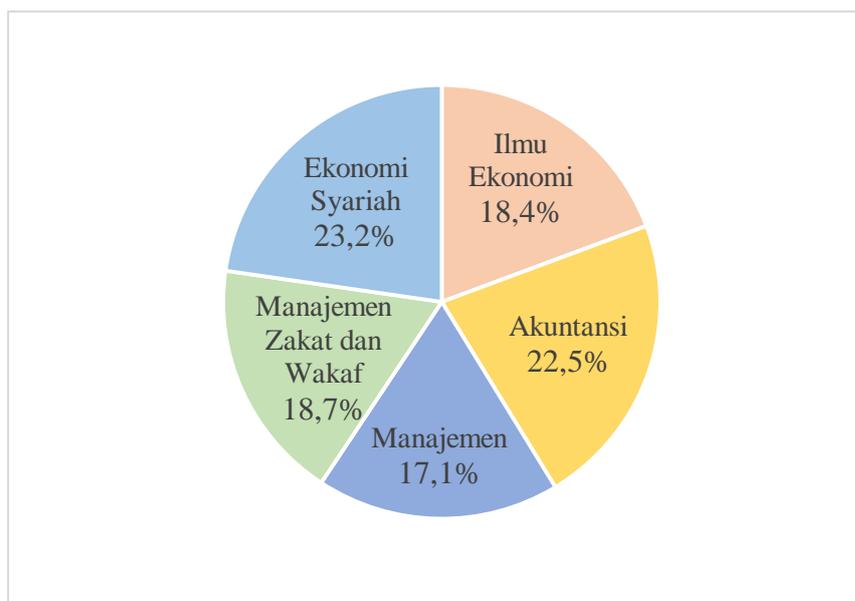
Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.2 Jumlah Mahasiswa Pengguna *E-Money* Berdasarkan Gender

Berdasarkan Gambar 4.2 menunjukkan hasil kuesioner dari 315 informan terdapat 221 mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan dan 94 mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini dikarenakan mahasiswa perempuan lebih sering

menyediakan saldo *e-money* sehingga mahasiswa perempuan banyak yang menggunakan *e-money* dalam setiap bertransaksi daripada mahasiswa laki-laki.

4.1.3 Informan berdasarkan Prodi

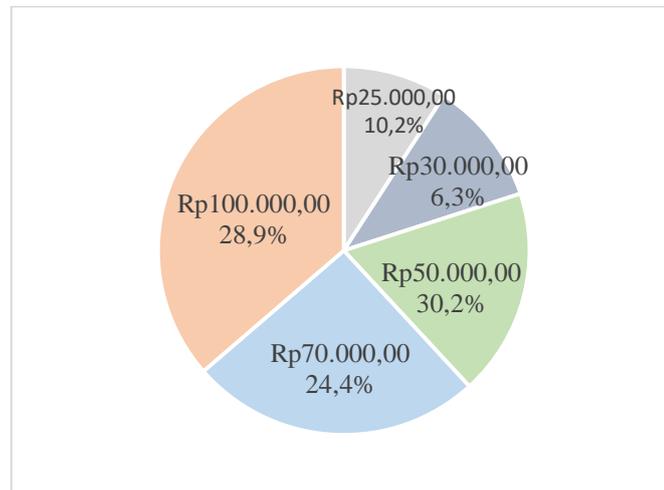


Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.3 Jumlah Mahasiswa Pengguna *E-Money* Berdasarkan Prodi

Berdasarkan Gambar 4.3 menunjukkan hasil kuesioner dari 315 informan terdapat 58 mahasiswa prodi ilmu ekonomi, 71 mahasiswa prodi akuntansi, 54 mahasiswa prodi manajemen, 59 mahasiswa prodi manajemen zakat dan wakaf (mazawa), 73 mahasiswa ekonomi syariah.

4.1.4 Jumlah Transaksi Mahasiswa dalam Sehari



Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.4 Jumlah Transaksi Mahasiswa dalam Sehari

Berdasarkan Gambar 4.4 menunjukkan bahwa dari 315 informan terdapat 91 mahasiswa yang memiliki pengeluaran *e-money* per hari Rp100.000,00. 77 mahasiswa yang memiliki pengeluaran *e-money* per hari Rp70.000,00. 95 mahasiswa yang memiliki pengeluaran *e-money* per hari Rp50.000,00. 20 mahasiswa yang memiliki pengeluaran *e-money* per hari Rp30.000,00. 32 mahasiswa yang memiliki pengeluaran *e-money* per hari Rp25.000,00.

Tabel 4.1 Hasil Wawancara Mahasiswa FEBI UINSA dalam Berbelanja
Menggunakan *E-Money*

Nama Mahasiswa	Prodi	Angkatan	Jumlah Uang	Barang yang Dibeli
Firda Auliyah Anggraeni	Ilmu Ekonomi	2019	Rp70.000,00	Baju, kosmetik, makanan, dan minuman
Adhin Berliana C.	Ilmu Ekonomi	2019	Rp50.000,00	Kosmetik dan makanan
Frisca Yunita Sari	Ilmu Ekonomi	2019	Rp100.000,00	Kosmetik, <i>Case</i> <i>Handphone</i> , makanan
Safira Putri Rahmadana	Ilmu Ekonomi	2019	Rp 25.000,00	Makanan dan membayar uang print
Rizqon Abdillah	Ilmu Ekonomi	2019	Rp50.000,00	Jaket, baju, dan buku kuliah

Wafiqotus Zahroh	Manajemen	2020	Rp50.000,00	Kerudung, baju, dan kosmetik
Abdurrozaq	Manajemen	2021	Rp25.000,00	Makanan dan baju
Irsyad Maulana	Manajemen	2022	Rp50.000,00	Kopi
Ahmad Rizqi Maulana	Manajemen	2022	Rp70.000,00	Paketan internet dan buku kuliah
Nurul Hidayah	Manajemen	2022	Rp100.000,00	Baju dan kosmetik
Ria Sofiana Anggraini	Akuntansi	2022	Rp70.000,00	Kosmetik dan buku kuliah
Muhammad Erifadli S.	Akuntansi	2022	Rp100.000,00	<i>Game mobile legend</i> dan makanan
Nurul Hadi Jayanti	Akuntansi	2022	Rp70.000,00	Makanan, kosmetik, dan buku kuliah

Hanif Dzaky Rahmatulloh	Akuntansi	2022	Rp70.000,00	Paketan internet dan buku kuliah
Muhammad Baharudin Y.H.	Akuntansi	2022	Rp100.000,00	Makanan, kopi, dan jaket
Jovita Adies Ayuni Putri	Manajemen Zakat dan Waqaf	2022	Rp100.000,00	Makanan, buku kuliah, dan kerudung
Nafisatur Rodhiyah	Manajemen Zakat dan Waqaf	2022	Rp30.000,00	Makanan dan minuman
Siti Zulfatun Mahmudah	Manajemen Zakat dan Waqaf	2022	Rp50.000,00	Kosmetik
Mirza Adawiyah	Manajemen Zakat dan Waqaf	2019	Rp50.000,00	Makanan dan baju
Nuriyah Afdillah	Manajemen Zakat dan Waqaf	2020	Rp70.000,00	Kosmetik, baju, dan kerudung

Nazila Huriu'uin	Ekonomi Syariah	2022	Rp30.000,00	Buku kuliah
Haidah Khakimah	Ekonomi Syariah	2022	Rp70.000,00	Paketan internet dan kosmetik
Shinta Khumairoul Izzah	Ekonomi Syariah	2022	Rp25.000,00	Buku kuliah dan membayar uang print
Nanda Mar'atus Sholikhah	Ekonomi Syariah	2022	Rp100.000,00	Baju dan kosmetik
Nurul Aulia Herlina Angganita	Ekonomi Syariah	2022	Rp70.000,00	Baju

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

4.1.5 Informan Berdasarkan Angkatan

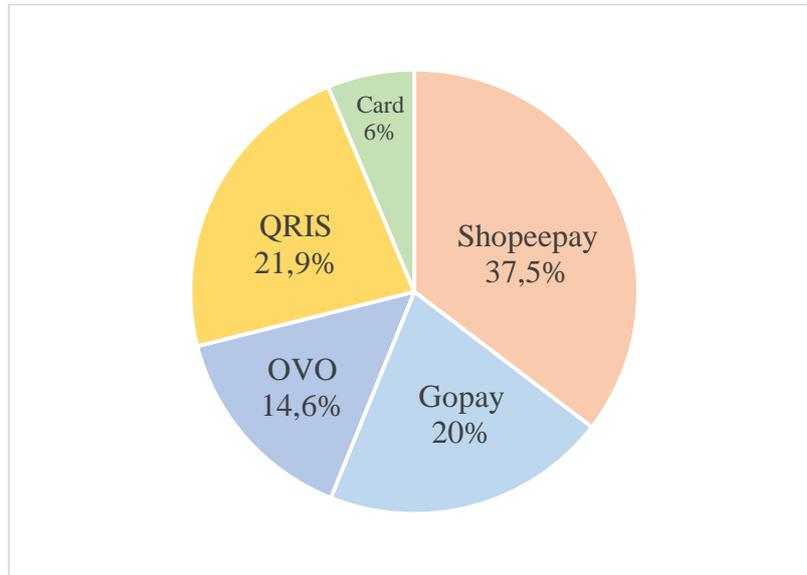


Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.5 Jumlah Mahasiswa Pengguna *E-Money* Berdasarkan Angkatan

Berdasarkan Gambar 4.5 menunjukkan bahwa dari 315 informan terdapat informan dari Angkatan tahun 2019 sebanyak 66 mahasiswa dengan persentase 21 persen. Angkatan tahun 2020 sebanyak 97 mahasiswa dengan persentase 30,8 persen. Angkatan tahun 2021 sebanyak 91 mahasiswa dengan persentase 28,9 persen. Angkatan tahun 2022 sebanyak 61 mahasiswa dengan persentase 19,4 persen.

4.1.5 Informan Berdasarkan Pengguna Jenis *E-Money*



Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.6 Jumlah Mahasiswa Pengguna *E-Money* Berdasarkan Jenisnya

Berdasarkan Gambar 4.6 menunjukkan bahwa dari 315 informan terdapat informan dari 118 mahasiswa yang menggunakan *e-money* ShopeePay, 63 mahasiswa yang menggunakan *e-money* Gopay, 46 mahasiswa yang menggunakan *e-money* OVO, dan 69 mahasiswa yang menggunakan *e-money* berbasis kode QR yaitu QRIS, serta 19 mahasiswa yang menggunakan *e-money* jenis *card based*.

4.2 Analisis Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

		Correlations						
		Responden	S.1	S.2	S.3	S.4	S.5	TOTAL
Responden	Pearson Correlation	1	,356**	-,254**	,401**	,482**	,362**	,445**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	312	312	312	312	312	312	312
S.1	Pearson Correlation	,356**	1	-,387**	,588**	,677**	,545**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	312	312	312	312	312	312	312
S.2	Pearson Correlation	-,254**	-,387**	1	-,562**	-,430**	-,247**	-,291**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	312	312	312	312	312	312	312
S.3	Pearson Correlation	,401**	,588**	-,562**	1	,762**	,582**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	312	312	312	312	312	312	312
S.4	Pearson Correlation	,482**	,677**	-,430**	,762**	1	,693**	,923**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	312	312	312	312	312	312	312
S.5	Pearson Correlation	,362**	,545**	-,247**	,582**	,693**	1	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	312	312	312	312	312	312	312
TOTAL	Pearson Correlation	,445**	,761**	-,291**	,809**	,923**	,829**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	312	312	312	312	312	312	312

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menyatakan bahwa korelasi setiap butir pertanyaan dengan total skor memiliki nilai $\geq 0,30$ berarti semua butir pertanyaan pada penelitian ini adalah butir yang valid.

4.2.2 Uji Reabilitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.644	5

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan hasil uji reabilitas penelitian ini bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ yaitu 0,644.

4.3 Analisis Hasil Penelitian

4.3.1 Dampak Penggunaan Transaksi *E-Money* pada Perubahan Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI UINSA

A. Dampak Positif Penggunaan Transaksi *E-Money* pada Perubahan Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI UINSA

1) Transaksi lebih mudah, praktis, dan cepat

Semakin canggihnya teknologi mempengaruhi pola kehidupan masyarakat saat ini yang dimana seluruh aktivitas masyarakat zaman sekarang berkaitan dengan penggunaan teknologi, terutama aktivitas generasi milenial saat ini. Mahasiswa FEBI UINSA angkatan 2019 – 2022 juga merupakan generasi muda saat ini yang aktif menggunakan *smartphone*, hal ini terlihat dari setiap aktivitas yang dilakukan selalu berkaitan dengan *handphone* yang mengetahui dan menggunakan *e-money* berupa *aplikasi e-wallet* dan QRIS sebagai alat pembayaran. *E-money* bagi mahasiswa FEBI UINSA dianggap sebagai suatu alat pembayaran non tunai yang praktis dan mudah. Hal ini terlihat dari hasil penelitian pada Gambar 4.1 yang menunjukkan 85,3 persen mahasiswa FEBI UINSA sebagai pengguna *e-money*.

Dan didukung dengan ada pernyataan mahasiswa FEBI UINSA melalui wawancara *online* yang bernama Firda Auliyah Anggraeni Angkatan tahun 2019 menyatakan bahwa dengan adanya alat pembayaran *e-money*, mahasiswa lebih mudah dalam bertransaksi, tidak memerlukan waktu yang lama, dan praktis karena hanya menggunakan *handphone*.

Selain itu, juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin canggihnya teknologi dan mudahnya dalam bertransaksi secara langsung akan mempengaruhi langsung perilaku seorang konsumen, terutama kalangan generasi milenial seperti mahasiswa. Semakin sering menggunakan *e-money*, maka akan semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi yang dilakukan oleh seorang mahasiswa (Yaumil Achir Ainun & Madanika Trias, 2021).

2) Tidak perlu membawa atau menyimpan uang kembalian

Sejak adanya, *e-money* masyarakat Indonesia lebih sering membawa *handphone* daripada membawa uang tunai pada saat berbelanja, karena masyarakat tidak perlu membawa atau menyimpan uang kembalian. Kemudahan dan kepraktisan tersebut menyebabkan sebagian generasi milenial seperti mahasiswa lebih memilih menggunakan *e-money*.

Dan didukung dengan ada pernyataan mahasiswa FEBI UINSA melalui wawancara *online* yang bernama Safira Putri Rahmadana Angkatan tahun 2019 menyatakan bahwa dengan adanya alat pembayaran *e-money* dapat mempermudah transaksi mahasiswa saat ini sehingga mahasiswa tidak perlu membawa uang tunai atau menyimpan uang kembalian.

Selain itu, juga didukung dengan adanya penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *e-money* menjadi sangat *trend* saat ini di berbagai kalangan, karena keefektifan dalam penggunaannya pada saat bertransaksi yaitu pengguna *e-money* tidak perlu membawa uang tunai dan tidak perlu menyimpan uang kembalian (Abdillah Rasyid Bilal Muhammad, 2022).

B. Dampak Negatif Penggunaan Transaksi *E-Money* pada Perubahan Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI UINSA

1) Adanya *voucher* promo dan *cashback*

Sebagian besar mahasiswa perempuan dan laki-laki FEBI UINSA sering melakukan transaksi *e-money*. Hal ini dapat dilihat dari persentase sebesar 70 persen atau 221 mahasiswa perempuan menggunakan *e-money* dan 30 persen atau 94 mahasiswa laki-laki menggunakan *e-money*. Perbedaan dalam menggunakan *e-money* antara mahasiswa perempuan dan laki-laki FEBI UINSA, karena adanya perubahan perilaku konsumsi yang terjadi pada mahasiswa FEBI UINSA yaitu menjadi konsumtif dan irasional.

Perubahan perilaku konsumtif adalah kecenderungan konsumen dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan dan didasarkan untuk memenuhi keinginannya bukan kebutuhannya, melainkan hanya faktor gengsi seperti halnya mahasiswa laki-laki FEBI UINSA menggunakan *e-money* didasarkan karena transaksi *e-money* lebih praktis dan adanya faktor gengsi dengan teman sebaya. Sedangkan, perilaku irasional adalah perilaku konsumen yang tidak berdasarkan pertimbangan atau rencana secara rasional, tetapi karena adanya faktor lainnya seperti halnya faktor diskon, faktor hadiah, dan faktor iklan dari sosial media seperti halnya mahasiswa perempuan FEBI UINSA lebih cenderung menggunakan *e-money* karena adanya *voucher* promo dan *cashback* yang ditawarkan oleh pihak penerbit *e-money*.

Didukung dengan adanya pernyataan mahasiswa perempuan FEBI UINSA melalui wawancara *offline* yang bernama Wafiqotuz Zahroh dari prodi Manajemen Angkatan tahun 2020 menyatakan bahwa mahasiswa perempuan lebih memilih menggunakan *e-money* setiap melakukan transaksi, karena untuk mendapatkan diskon dan *cashback*. Adanya *voucher* dan *cashback* tersebut menyebabkan mahasiswa perempuan melakukan berbelanja terus-menerus sehingga secara langsung, mahasiswa FEBI UINSA berperilaku irasional dalam berbelanja menggunakan *e-money*. Selain itu, juga didukung pernyataan dari mahasiswa laki-laki FEBI UINSA melalui wawancara *offline* yang bernama Irsyad Maulana dari prodi Manajemen Angkatan tahun 2022 menyatakan bahwa mahasiswa laki-laki cenderung mengutamakan gengsi dalam setiap bertransaksi menggunakan *e-money* pada saat nongkrong dengan teman sebayanya sehingga hal tersebut juga secara langsung berdampak pada mahasiswa FEBI UINSA yaitu berperilaku konsumtif dalam bertransaksi menggunakan *e-money*.

Selain itu, juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa mahasiswa zaman sekarang mudah terpengaruh dengan adanya *voucher* promo dan *cashback* sehingga secara langsung mahasiswa menjadi berperilaku konsumtif dan boros. Seharusnya mahasiswa memiliki kemampuan berpikir kritis dan kreatif dalam mengelola keuangan. Namun, faktanya banyak mahasiswa yang terjebak dalam perilaku konsumtif yang disebabkan karena adanya faktor gengsi dengan teman sebaya untuk menunjang harga diri dalam pergaulan tanpa menyeimbangkan tingkat konsumsi berdasarkan kebutuhan dengan tingkat konsumsi berdasarkan keinginannya (Inayah, 2022).

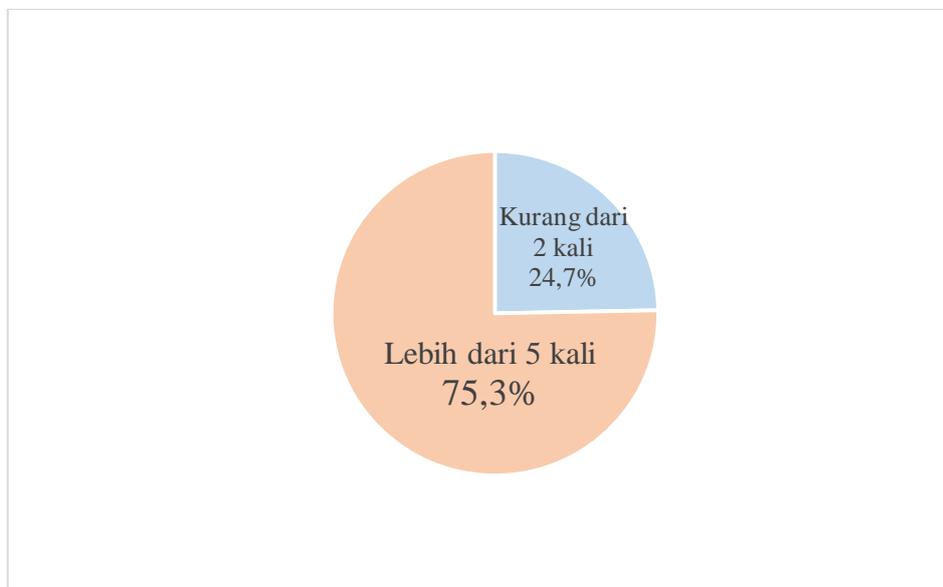
2) Tidak dapat menyeimbangkan tingkat konsumsinya

Dalam penggunaan *e-money*, sebagian besar mahasiswa FEBI UINSA menggunakan *e-money* jenis *e-wallet* seperti Shopeepay, Gopay, OVO, dan *e-money* berbasis kode QR (QRIS), *e-money* berbasis kartu (*card based*) seperti *debit card*. Mahasiswa sebagai pengguna Shopeepay ditunjukkan sebesar 35,5 persen atau 118 mahasiswa. Mahasiswa sebagai pengguna Gopay sebesar 20,7 persen atau 63 mahasiswa. Mahasiswa sebagai pengguna OVO sebesar 15 persen atau 46 mahasiswa. Mahasiswa sebagai pengguna *e-money* berbasis kode QR yaitu QRIS sebesar 22,7 persen atau 69 mahasiswa yang menggunakan *e-money* berbasis kode QR yaitu QRIS. Mahasiswa sebagai pengguna *e-money* berbasis *card based* sebesar 6,3 persen atau 19 mahasiswa.

Pada jumlah mahasiswa yang menggunakan *e-money* jenis-jenis tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa FEBI UINSA sering menggunakan *e-money* sebagai alat transaksi pembayaran menyebabkan seorang mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif sehingga mahasiswa tidak dapat menyeimbangkan tingkat konsumsi.

Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumsi yang cenderung mengutamakan memenuhi kebutuhan yang berdasarkan keinginannya dan tidak dipertimbangkan secara rasional. Fenomena konsumtif yang terjadi di kalangan mahasiswa FEBI UINSA saat ini terlihat dari jumlah transaksi *e-money* yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut dalam sehari sebanyak 5 kali dengan persentase

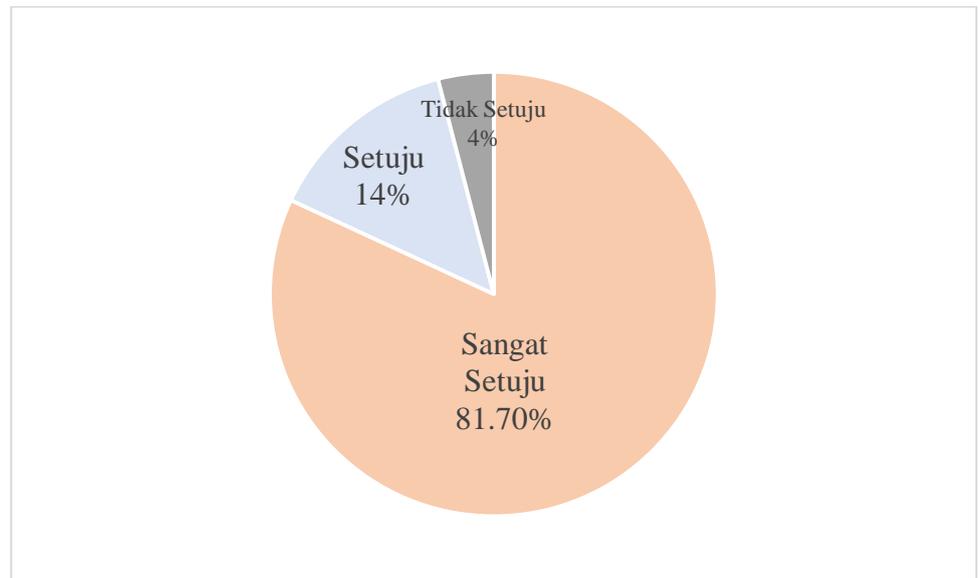
sebesar 75,30 persen atau 226 mahasiswa yang melakukan transaksi *e-money* sebanyak 5 kali dalam sehari.



Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.7 Jumlah Penggunaan *E-Money* Dalam Sehari

Perilaku konsumtif tersebut menyebabkan mahasiswa FEBI UINSA tidak dapat menyeimbangkan tingkat konsumsinya yang berdasarkan keinginan dengan tingkat konsumsi yang berdasarkan kebutuhan, dan tingkat konsumsi berdasarkan kebutuhan kuliah. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa mahasiswa FEBI UINSA lebih mengutamakan memenuhi konsumsi berdasarkan kebutuhan sebesar 81,7 persen, dan memenuhi konsumsi berdasarkan keinginannya sebesar 86,7 persen daripada memenuhi tingkat konsumsi berdasarkan kebutuhan kuliah sebesar 13,3 persen.



Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.8 Konsumsi Mahasiswa Berdasarkan Kebutuhan



Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.9 Konsumsi Berdasarkan Keinginan dan Kebutuhan Kuliah

Dalam penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen dengan pendekatan ordinal yang dimana teori tersebut menyatakan bahwa tingkat kepuasan seorang konsumen tidak dapat diukur, namun, hanya dapat diukur secara ordinal atau di-rangking. Pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa mahasiswa FEBI UINSA me-rangking tingkat konsumsinya, yang pertama, mulai dari memenuhi tingkat konsumsi berdasarkan kebutuhan sehari-harinya seperti halnya membeli makanan dan minuman. Yang kedua, memenuhi kebutuhan yang berdasarkan keinginannya seperti halnya membeli baju, jaket, dan kosmetik bagi mahasiswa perempuan, serta nongkrong di kafe. Yang ketiga, memenuhi kebutuhan kuliah seperti nge-print *e-book* untuk belajar, membeli buku untuk penunjang kuliah.

Dan didukung dengan adanya pernyataan mahasiswa FEBI UINSA melalui wawancara *offline* yang bernama Frisca Yunita Sari Angkatan tahun 2019 menyatakan bahwa dalam memenuhi dan menyeimbangkan tingkat konsumsinya, maka lebih mengutamakan untuk memenuhi konsumsi berdasarkan kebutuhan seperti halnya membeli makanan, minuman, membayar token listrik, membayar air PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum), lalu memenuhi konsumsi berdasarkan keinginan seperti halnya membeli kosmetik, baju, tas, dan *case handphone*. Dan memenuhi konsumsi berdasarkan kebutuhan kuliah seperti halnya membeli buku, membayar biaya print tugas untuk penunjang kuliah.

4.3.2 Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI UINSA dalam Mengaplikasikan Teori Perilaku Konsumen untuk Memenuhi dan Menyeimbangkan Tingkat Konsumsi antara Kebutuhan Kuliah dan Kebutuhan yang Berdasarkan karena Keinginannya

Perubahan perilaku konsumsi mahasiswa FEBI UINSA dalam menggunakan *e-money* yaitu menjadi konsumtif dan irasional. Perubahan perilaku konsumsi tersebut menyebabkan terjadinya ketidakseimbangan dalam memenuhi konsumsi antara kebutuhan kuliah dan kebutuhan yang berdasarkan karena keinginannya. Sebagian besar mahasiswa FEBI UINSA lebih mengutamakan untuk memenuhi konsumsi berdasarkan keinginannya daripada konsumsi berdasarkan kebutuhan kuliahnya.

Hal tersebut didukung dengan wawancara *offline* dengan salah satu mahasiswa FEBI UINSA yang bernama Abdur Rozaq dari prodi Manajemen angkatan tahun 2021 yang menyatakan bahwa konsumsi berdasarkan keinginan merupakan konsumsi yang harus terpenuhi dahulu, karena terdapat faktor gengsi dalam pergaulan saat ini sehingga mahasiswa zaman sekarang lebih mengutamakan memenuhi kebutuhan yang berdasarkan keinginannya. Contohnya konsumsi berdasarkan keinginan yaitu seperti membeli jaket, baju, topi, dan sepatu.

Dan didukung dengan data hasil penelitian yang menyatakan bahwa sebesar 81,7 persen mahasiswa FEBI UINSA sangat setuju dalam

memenuhi konsumsi yang berdasarkan keinginannya daripada konsumsi berdasarkan kebutuhan kuliahnya sebesar 13,3 persen pada Gambar 4.9.

Selain itu, menurut mahasiswa FEBI UINSA yang bernama Nurul Hidayah dari prodi Manajemen angkatan tahun 2022 menyatakan bahwa mahasiswa FEBI UINSA masih berperilaku konsumtif dan tidak irasional dalam berbelanja, karena mahasiswa FEBI UINSA sudah mempelajari teori perilaku konsumen pada waktu semester dua, namun masih belum menerapkan teori perilaku konsumen tersebut dalam kehidupan sehari-harinya sehingga mahasiswa FEBI UINSA tidak dapat menyeimbangkan tingkat konsumsinya.

Dan didukung juga dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa mahasiswa yang belajar ilmu ekonomi, namun ternyata masih konsumtif. Hal ini disebabkan karena sebagian mahasiswa masih belum menerapkan teori ilmu ekonomi tersebut di kehidupan sehari-hari sehingga tidak dapat mengelola keuangannya dengan baik (Marten Yogaswara *et al.*, 2023).

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa dalam merangking tingkat konsumsi mahasiswa FEBI UINSA yaitu mahasiswa FEBI UINSA lebih mengutamakan memenuhi tingkat konsumsi yang berdasarkan keinginannya daripada kebutuhan kuliahnya, karena mahasiswa zaman sekarang lebih mengutamakan rasa gengsi dengan teman sebaya dalam pergaulan sehingga mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif.

Selain itu, mahasiswa FEBI UINSA masih berperilaku konsumtif dan irasional, karena mahasiswa tersebut masih belum menerapkan teori perilaku konsumen di kehidupan sehari-hari sehingga mahasiswa FEBI UINSA tidak dapat menyeimbangkan tingkat konsumsinya antara konsumsi berdasarkan keinginan dengan konsumsi berdasarkan kebutuhan kuliah.

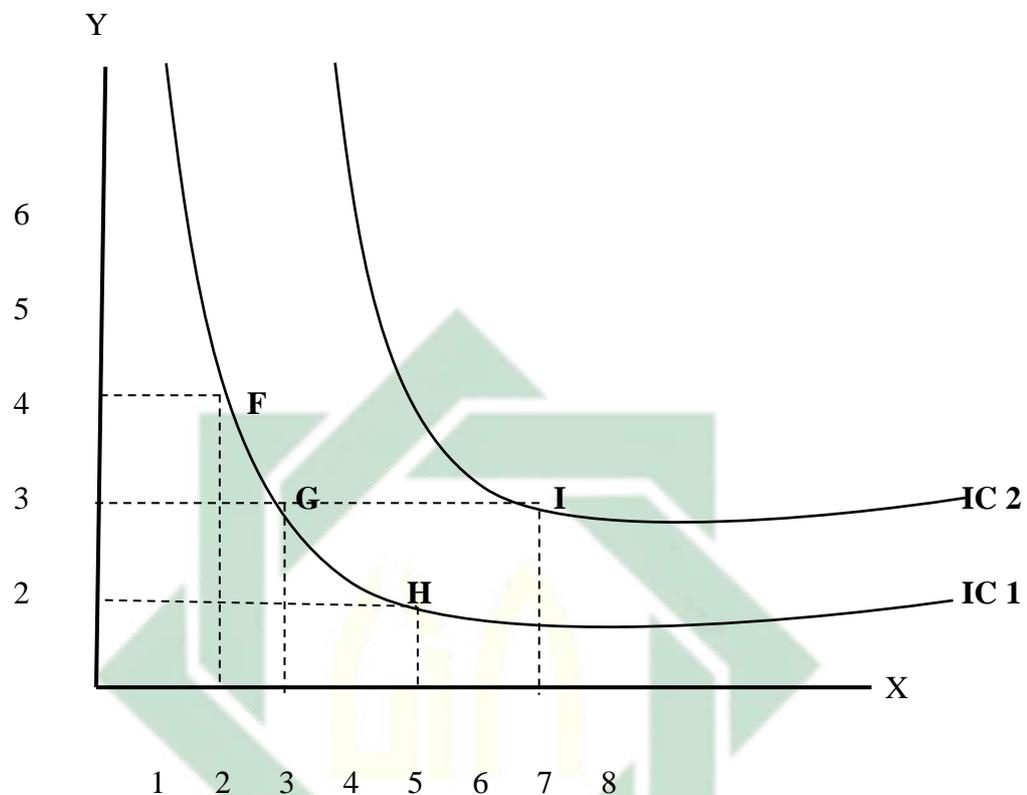
4.4 Hasil Analisis Kurva Indiferen

Mahasiswa FEBI UINSA membeli buku kuliah untuk memenuhi konsumsi berdasarkan kebutuhan kuliah (X) dan baju yang diinginkan untuk memenuhi konsumsi berdasarkan keinginannya (Y). Untuk mendapatkan tingkat kepuasan yang sama dari mengkonsumsi kedua kombinasi barang tersebut, maka mahasiswa memiliki asumsi kombinasi jumlah barang yang dikonsumsi oleh mahasiswa.

Tabel 4.3 Soal Kurva Indiferen

Kombinasi Barang	Buku Kuliah (X)	Baju (Y)
F	2	4
G	3	3
H	5	2
I	7	3

Sumber: Data Olahan Penulis, 2023



Sumber: Data Olahan Penulis, 2023

Gambar 4.10 Kurva Indeferen

Hasil analisis kurva indiferen :

1. Memiliki *slope* negatif yang ditunjukkan pada kombinasi barang F dan G. Pada kombinasi barang F menjelaskan bahwa konsumen pada awalnya mengkonsumsi 2 baju dan 4 buku kuliah. Namun, seiring berjalannya waktu konsumen tersebut ingin menambah jumlah bajunya, maka konsumen harus mengurangi tingkat konsumsi pembelian buku kuliah terlebih dahulu agar menghasilkan kepuasan yang sama dalam mengkonsumsi 2 kombinasi barang tersebut. Konsumen memutuskan

untuk menambah 1 baju dan mengurangi tingkat konsumsi kuliah sebesar 1 buku kuliah sehingga konsumen membuat kombinasi barang G yang dimana konsumen mengkonsumsi 3 baju dan 3 buku kuliah, serta begitu seterusnya pada kombinasi barang H.

4. Garis kurva indiferen tidak saling berpotongan, Hal tersebut dibuktikan pada gambar kurva diatas, yang dimana titik kombinasi barang F dan G memberikan konsumen tingkat kepuasan yang sama, serta titik G dan H juga memberikan konsumen tingkat kepuasan yang sama. Pada kurva ini terdapat prinsip *transitivity* yang dimana apabila kombinasi barang G lebih disukai daripada kombinasi barang I, maka kurva tersebut tidak akan saling berpotongan.
5. Garis kurva berbentuk cembung terhadap titik 0 (titik nol). Kurva cembung tersebut berdasarkan pada perhitungan MRS yang terus menurun atau berkurang. MRS (*Marginal Rate of Substitutions*) yaitu perhitungan kurva yang menggambarkan seorang konsumen mengurangi tingkat konsumsi yang lainnya untuk menambah tingkat konsumsi satu barang dalam garis kurva indiferen yang sama.

$$\begin{aligned}
 \text{MRS titik F ke G} &= - \frac{\Delta Y}{\Delta X} \\
 &= - \frac{4-3}{2-3} \\
 &= - \frac{1}{-1} \\
 &= 1
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{MRS titik G ke H} &= - \frac{\Delta Y}{\Delta X} \\
 &= - \frac{3-2}{3-5} \\
 &= - \frac{1}{-2} \\
 &= 0,5
 \end{aligned}$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kombinasi barang F lebih disukai daripada kombinasi barang H. Hal ini dikarenakan konsumsi dua kombinasi barang tersebut bersifat konsisten dan *transitivity of choice* yang berarti jika kombinasi barang $F > G > H$, maka ini berarti kombinasi barang F lebih disukai oleh mahasiswa daripada kombinasi barang G. Dan kombinasi barang G lebih disukai daripada kombinasi barang H sehingga kombinasi barang F lebih disukai daripada kombinasi barang H yang dilambangkan dengan $F > H$.

Asumsi baru yang dihasilkan penelitian ini yaitu:

Perilaku konsumtif mahasiswa mempunyai dampak positif dan negatif. Dampak positifnya yaitu mahasiswa akan merasa puas setelah memenuhi semua keinginannya dan mahasiswa dapat menambah pengalaman, maksudnya yaitu mahasiswa bisa merasakan atau mencoba barang baru sehingga hal tersebut bisa menambah pengalaman mahasiswa. Sedangkan, dampak negatifnya yaitu uang saku bulanan mahasiswa yang diberikan oleh orang tuanya menjadi tidak cukup untuk membayar uang kuliah dan memenuhi kebutuhan kuliah seperti halnya membeli buku untuk penunjang kuliah.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan hasil penelitian dan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat dampak positif dan negatif penggunaan sistem transaksi *e-money* pada perubahan konsumsi mahasiswa FEBI UINSA dan terdapat penyebab mahasiswa FEBI UINSA masih berperilaku konsumtif dan irasional dalam berbelanja. Berikut kesimpulannya yaitu :

1. Penggunaan transaksi *e-money* yaitu memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah dengan adanya *e-money*, maka proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat, praktis, dan tidak perlu membawa atau menyimpan uang kembalian. Dampak negatifnya adalah penyebab mahasiswa FEBI UINSA masih berperilaku konsumtif dan irasional dalam berbelanja, karena mahasiswa tersebut tergiur dengan adanya *voucher* promo dan *cashback* yang ditawarkan.
2. Selain itu, penyebab mahasiswa FEBI UINSA masih berperilaku konsumtif dan irasional dalam berbelanja, karena mahasiswa tersebut masih belum menerapkan teori perilaku konsumen di kehidupan sehari-hari sehingga mahasiswa FEBI UINSA tidak dapat menyeimbangkan tingkat konsumsinya antara konsumsi berdasarkan keinginan dengan konsumsi berdasarkan kebutuhan kuliah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, pembahasan, dan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan dijelaskan diatas, maka terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti untuk menyempurnakan hasil penelitian selanjutnya yaitu:

1. Bagi mahasiswa FEBI UINSA sebagai pengguna *e-money*, dalam meminimalisir perilaku konsumtif saat berbelanja menggunakan *e-money*, maka mahasiswa FEBI UINSA diharapkan lebih mempertimbangkan fungsi setiap membeli sesuatu, mengkonsumsi suatu barang sesuai dengan kebutuhan, dan lebih mendahulukan mengkonsumsi barang yang penting seperti halnya membeli buku untuk penunjang kuliah daripada memenuhi kebutuhan yang berdasarkan keinginannya seperti membeli jaket, baju, dan tas.
2. Bagi peneliti lain, sebaiknya menggunakan subjek dan objek penelitian yang berbeda dari penelitian ini agar dapat memperluas informan atau responden dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Rasyid Bilal Muhammad. (2022). Pengaruh Penggunaan *Debit Card* dan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 157–186. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Abdussamad Zuchri. (2021). *Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif* (1st ed.). Syakir Media Press.
- Anggito Albi. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Deffi Lestari Ella, Ed.; 1st ed.). CV. Jejak .
- Arent, Y., Aritonang, L., Arisman, A., Akuntansi, J., Multi, S., & Palembang, D. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Kasus pada Pengguna Go-Pay). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang* , 2–16.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Uang Beredar (Milyar Rupiah). <https://www.bps.go.id/indicator/13/123/2/uang-beredar.html>
- Badri, M. (2020). Inovbiz. In *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* (Vol. 8). www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP
- Bank Indonesia. (2020). Apa itu Uang Elektronik ? <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19.
- Duli Nikolaus. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penelitian Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS (Pertama)*. Penerbit Bumi Aksara.
- Hafni Sahir Syafrida. (2021). *Metodologi Penelitian* (Koryati Tri, Ed.; 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Harahap Nursaphia. (2020). *Buku Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Ichsannudin. (2021). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Ika Febrilia, S. P. P. I. D. (2020). Minat Penggunaan *Cashless Payment System* - Dompot Digital pada Mahasiswa FE UNJ. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* , 11, 1–19.
- Inayah, L. (2022). Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Money* pada Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(02), 196–198.

- Indrarini, W. A. R. dan R. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) Berbasis *Server* Sebagai Alat Transaksi terhadap Penciptaan Gerakan *Less Cash Society* pada Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4, 197–206.
- Jasman, J., Fitria, A., Thaheransyah, T., & Sugita, S. (2022). Penerapan Layanan Bimbingan Kelompok untuk Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa Tentang Perilaku Konsumtif. *Islamic Counseling : Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 6(1), 123. <https://doi.org/10.29240/jbk.v6i1.4171>
- Kristina Dewi, N. L. P., & Agus Wahyudi. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, dan Pendapatan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa UNMAS. *Jurnal EMAS*, 2(3), 79–86.
- Kusuma, V. T. (2020). Pengaruh Dompot Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa di Universitas Raharja. *Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT*, 16(2). www.kominfo.go.id
- Mahardika Indra. (2021). *Mikro Ekonomi Sebuah Pengantar* (1st ed.). Penerbit QUADRANT.
- Mangiring Hengki. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas* (Karim Abdul & Simarmata Janner, Eds.). Penerbit Yayasan Kita Menulis .
- Manik Tumpal. (2019). *Analysis of The Effect of Digitalization of Electronic Money Transaction on Cashless Society and Electronic Money Infratructure as a Moderating Variable*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 2(2).
- Marten Yogaswara, S., Kusniawati, A., & Ramafrizal, Y. S. (2023). Pengaruh Pemahaman Literasi Ekonomi terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNPAS (Survei pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 dan 2021 FKIP UNPAS). *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(1), 198–207. <https://www.jpnn.com>
- Maulana, I., Merseyside, J., Manulang, B., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. In *Majalah Ilmiah Bijak* (Vol. 17, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Mufidah, Z. A. (2022). *Electronic Money Sebagai Alat Transaksi dalam Pandangan Islam*. *Jurnal Ilmu Al Qur'an Dan Tafsir* .
- Mutia Vadilla. (2021). *Mikro Ekonomi (Sebuah Pengantar)* (R. Rintho, Ed.). Media Sains Indonesia .
- Nabila, V. S., & Aslami, N. (2022). Implementasi Penggunaan *E-Money* pada *Ecommerce* di Masa Pandemi Sebagai Pendukung *Less Cash Society*. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1719–1729.

- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826.
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reabilitas untuk Penelitian Ekonomi Syariah* (Saifudin Ahmad, Ed.; 1st ed.). Staia Press.
- Ramadaey Bangsa. (2023). *The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use Shopeepay QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University*. In *Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 3, Issue 1). Januari.
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena *Cashless Society* di Era Milenial dalam Perspektif Islam. In *Journal of Sharia Economics* (Vol. 2).
- Rorin Mauludin Insana, D., & Susanti Johan, R. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 17, Issue 2).
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen dalam Menggunakan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen KINERJA*, 17(2), 238–247.
- Sariguna Posma. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro* (Basyrul Muhammad, Ed.; Pertama). Penerbit Global Aksara Pers.
- Setiawan Firman. (2020). *Buku Ajar Teori Ekonomi Mikro* (Abdillah Kudrat, Ed.). Duta Media Publisihing .
- Sinaga Roeskani. (2021). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Teori dan Konsep)*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Solihat, N., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi.
- Susanti, T., & Rahmidani, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Menggunakan Go-pay pada Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 5(2), 318. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i2.12871>
- Syaparuddin. (2017). *Ilmu Ekonomi Mikro Islam : Peduli Masalah vs Tidak Peduli Masalah* (Jumriani, Ed.; Cetakan 1). TrustMedia Publishing.
- Tama, T. A., Astuty, S., & Samsir, A. (2021). Analisis Determinan Perputaran Uang di Indonesia. *Jurnal Universitas Negeri Makassar*, 5–10.
- Thamrin, H. (2021). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11, 1–14.
- Triandaru Sigit. (2021). *Ekonomika Mikro Pengantar* (1st ed.). Gosyen Publisihing.

- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara *Self Control* dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Money* pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271–279.
- Umrati. (2020). Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan (Claudia Suzana, Ed.). Penerbit Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4194>
- Wibawa Indra. (2019). Era Bisnis *Online Underdog vs Incumbent* Bisnis. Penerbit Pena Kopi Hitam .
- Widya Abiba Riska, & Indrarini Rachma. (2021). Pengaruh Penggunaan *E-Money* Berbasis *Server* Sebagai Alat Transaksi terhadap Penciptaan Gerakan *Less Cash Society* pada Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4, 197–206.
- Wikipedia. (2021, July 10). Perilaku Konsumen.
- Yaumil Achir Ainun, & Madanika Trias. (2021). Pengaruh Penggunaan *Debit Card*, *Credit Card*, *E-Money*, dan *E-Wallet* terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal FEB UNMUL*, 13(3), 568–562.
- Yuliana, I. N., Manajemen, A. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung. *Jurnal Prosiding Manajemen*, 2.
- Yusnita M. (2020). Pola Perilaku Konsumen dan Produsen (Yuli, Ed.; Edisi Digital). ALPRIN .

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A