

PENGARUH *ELECTRONIC PAYMENT* TERHADAP PENGELUARAN KONSUMSI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO

Evi Mayasari¹⁾, Asriany²⁾, Duriani³⁾

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO

Intisari : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electroni payment* terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palopo. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo sebanyak 70 responden. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS21. Data yang diperoleh berdasarkan data primer yang diperoleh dari 70 responden yang diantaranya terdapat jurusan manajemen, jurusan ekonomi pembangunan dan jurusan akuntansi untuk fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwasanya, *electronic payment* berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palopo.

Kata Kunci : *Electronic Payment* dan Pengeluaran Konsumsi

Abstract : *This study aims to determine the effect of electronic payment on student consumption expenditure at Muhammadiyah University of Palopo. This research was conducted on 70 respondents of Palopo Muhammadiyah University students. In this research, the analysis used is simple linear regression analysis. The analytical tool used is SPSS21. The data obtained is based on primary data obtained from 70 respondents, including management majors, development economics majors and accounting majors for the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palopo. Based on the results of this study, it can be concluded that electronic payment has a significant effect on student consumption expenditure at Muhammadiyah University of Palopo.*

Keyword : *Electronic Payment and Student Consumption*

Pendahuluan

Pemerintah saat ini sedang gencar-gencarnya menjalankan Gerakan Nasional Nontunai (GNNT). Gerakan ini dimaksudkan untuk mengalihkan penggunaan uang tunai dalam segala lini pembayaran ke penggunaan uang elektronik. Hal senada juga disuarakan oleh Presiden Jokowi yang ingin meningkatkan penggunaan uang elektronik di Indonesia. Uang elektronik sebenarnya bukanlah barang baru, kemunculannya di tanah air dimulai pada 2007. Namun baru belakangan ini penggunaannya digembar-gemborkan. Di masyarakat sendiri penggunaannya sudah menjamur di sekitar kita. "Bisa karena terbiasa, terbiasa karena dipaksa". Mungkin itulah pepatah yang tepat untuk menggambarkan penggunaan uang elektronik di Indonesia. Berawal dari peraturan penggunaan uang elektronik untuk pembayaran tiket Kereta Rangkaian Listrik (KRL) atau dikenal juga dengan nama commuter line pada Juni 2013 hingga penetapan pembayaran tol nontunai pada 31 Oktober 2017 silam, pemerintah seakan memaksa penggunaan *e-money* di berbagai lini umum agar masyarakat terbiasa.

Alat pembayaran non tunai seperti *e-money* dalam sistem pembayaran oleh Bank Indonesia akan mampu mengoptimalkan daya beli masyarakat yang sekaligus akan berdampak pada meningkatnya perekonomian negara (Sofyan, 2015). Pada *e-money* tidak diperlukan otorisasi karena tidak diperlukan adanya rekening nasabah di bank sehingga mempercepat transaksi yang dilakukan. Meskipun dalam tahap pengembangan, penggunaan *e-money* memberi manfaat dan kelebihan dibandingkan alat pembayaran tunai dan nontunai lainnya. Oleh karena itu *e-money* mempunyai potensi menggeser peran kartu kredit sebagai salah satu alat pembayaran non-tunai yang sudah banyak digunakan. Sebab pembayaran yang bernilai kecil dapat dilakukan dengan mudah dan murah bagi konsumen maupun pedagang.

Pengeluaran untuk konsumsi merupakan nilai belanja yang dilakukan oleh seseorang untuk membeli berbagai jenis kebutuhannya dalam waktu tertentu. Pengeluaran konsumsi dipengaruhi oleh

beberapa faktor, salah satunya adalah perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi juga membuat sistem pembayaran mengalami perkembangan dari awalnya menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran hingga menjadi pembayaran non tunai. Perubahan uang sangat pesat mengikuti perkembangan teknologi, baik kertas maupun logam dengan electronic money (Adiyanti, 2015).

Pembayaran non tunai umumnya dilakukan tidak dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran tetapi dengan cara transfer antar bank maupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu, pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan fasilitas yang diberikan bank sebagai alat pembayaran, seperti dengan menggunakan kartu ATM, kartu debit dan uang elektronik (*e-money*). Ketika sistem pembayaran dituntut untuk selalu mengakomodir setiap kebutuhan masyarakat dalam hal pemindahan dana secara cepat, aman, dan efisien, maka inovasi-inovasi sistem pembayaran akan berkembang dengan sangat pesat disertai berbagai fasilitas kemudahan dalam melakukan transaksi.

Dengan adanya sistem pembayaran non tunai ini membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah untuk bertransaksi. Penggunaan kartu pembayaran elektronik ini merupakan pilihan bagi masyarakat, khususnya mahasiswa untuk menilai sebuah tawaran gaya hidup, menerima atau menolak sesuai dengan kebutuhannya. Alat pembayaran non tunai seperti kartu ATM, kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) juga dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien maupun lebih konsumtif.

Adanya penggunaan uang elektronik yang semakin meningkat dikalangan mahasiswa ini dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam berkonsumsi karena kemudahan dalam bertransaksi membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya. Penelitian mengambil subyek mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo (UMP) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). Pemilihan subyek mahasiswa, terlebih mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis dalam penelitian ini dianggap sangat sesuai dengan tujuan penelitian ini karena selain sebagai pengguna uang elektronik, mahasiswa tersebut juga

telah menempuh beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan keuangan sehingga mereka memiliki pengetahuan yang lebih mengenai uang elektronik (*e-money*).

Tinjauan Pustaka

Electronic Payment

Sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran merupakan sistem yang berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain. Media yang digunakan untuk pemindahan nilai uang tersebut sangat beragam, mulai dari penggunaan alat pembayaran yang sederhana sampai pada penggunaan sistem yang kompleks dan melibatkan berbagai lembaga berikut aturan mainnya (Bank Indonesia, 2011).

Publikasi yang diterbitkan oleh *Bank for International Settlements* (BIS) pada bulan Oktober 1996, uang elektronik didefinisikan sebagai instrumen pemeliharaan nilai atau prabayar di mana sejumlah tertentu disimpan pada media elektronik milik individu. Berbeda dengan kartu telepon yang merupakan kartu prabayar *single purpose*, *e-money* merupakan metode pembayaran yang memungkinkan berbagai jenis pembayaran (*multi purpose*). *Epayment* adalah bentuk pembayaran elektronik dimana nilai uang disimpan dalam media elektronik tertentu. *Epayment* sering disebut uang elektronik. Pengguna harus terlebih dahulu menyetor uang ke penerbit dan menyimpannya di media elektronik sebelum digunakan untuk tujuan transaksi apapun. Saat digunakan, nilai uang elektronik yang disimpan dalam media elektronik berkurang sebesar jumlah transaksi, dan setelah itu dimungkinkan untuk diisi ulang (*replenish*). Media elektronik yang menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa sirkuit mikro atau server.

Transaksi di era digital saat ini, masyarakat mulai banyak dibanjiri dengan berbagai macam produk dan layanan seperti yang lagi ramai digunakan saat ini yakni *paylater* yang dapat digunakan untuk membeli pakaian, makanan dan lain-lain. Penggunaan *electronic payment* yang sedang diminati mahasiswa

terkhususnya di Kota Palopo antara lain: *Gopay*, *OVO*, dan *ShopeePay*. Uang elektronik tersebut bisa menjadi sangat diminati karena ketersediaan aplikasi pendukung yang digunakan untuk memudahkan transaksi akan berlangsung. Mudah-mudahan menggunakan uang elektronik dan metode pembayaran yang tersedia di beberapa *e-commerce* yang besar. Penjelasan terkait masing-masing *electronic payment* antara lain.

1. *Gopay*

Gopay atau yang dulunya disebut dengan *GoWallet* merupakan layanan *e-money* dari salah satu produk atau aplikasi dompet digital yaitu *Gojek Indonesia*. *Gopay* digunakan untuk menyimpan *Gojek Credit* yang mana nantinya bisa dipakai untuk melakukan pembayaran atau transaksi – transaksi yang ada pada semua layanan aplikasi *Gojek* seperti (*GoRide*, *GoCar*, *GoSend*, *GoFood*, dan lain sebagainya).

Selain itu, *Gopay* juga bisa digunakan untuk melakukan transaksi di luar layanan aplikasi *Gojek*, seperti transaksi non tunai secara *offline* ataupun *online*, tapi dengan syarat *merchant* atau toko tersebut merupakan rekan usaha dari *Gojek* itu sendiri. Sama seperti *e-money* atau *e-wallet* lainnya, *Gopay* memberikan kemudahan untuk para penggunanya dalam mengisi saldo. Pembayaran di Toko atau restoran, *Gopay* juga bisa Anda gunakan untuk pembayaran *offline* (*in-store Payment*). Fitur ini bisa Anda gunakan di *merchant* atau toko yang sudah bekerja sama dengan *Gopay*. Anda bisa melakukan pembayaran atau transaksi dengan menggunakan metode *scan* kode QR atau *barcode*. Pembayaran di Toko *Online*, selain digunakan untuk pembayaran *offline store*, *Gopay* juga bisa Anda gunakan untuk bertransaksi atau melakukan pembayaran *online* (*Online Store Payment*). Fitur ini juga bisa digunakan hanya pada *merchant* atau toko yang sudah melakukan kerja sama dengan pihak *Gopay*. Transaksi keuangan lainnya, *Gopay* juga bisa digunakan untuk melakukan pembayaran atau transaksi untuk keuangan lainnya, seperti melakukan tarik tunai melalui akun rekening bank Anda dan juga bisa melakukan transfer ke sesama pengguna aplikasi

Gojek, tapi fitur ini bisa digunakan jika Anda melakukan *upgrade Gopay* (Sari, 2021)

2. OVO

OVO adalah sebuah aplikasi smart yang memberikan anda layanan pembayaran dan transaksi secara *online* (OVO *Cash*). Anda juga bisa berkesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kali Anda melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. Secara umum, OVO *Cash* dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat. Sedangkan OVO *Points* adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO *Cash* di *merchant-merchant* rekanan OVO. Untuk OVO *points* sendiri, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di *merchant* rekanan OVO. OVO menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa *cash* terlalu banyak. Salah satunya cukup dengan menunjukkan aplikasi OVO yang didalamnya terdapat saldo *cash* maupun *point* (Salwa,2019)

3. ShopeePay

Keuntungan pertama menggunakan *shopeepay* yakni kemudahan dalam berbelanja *online* di Shopee. Menggunakan fitur ini, belanja *online* yang memang sudah memudahkan kalian menjadi jauh lebih mudah lagi. Jika sebelumnya setelah selesai memilih barang belanjaan kalian harus mentransfer bank atau melalui alfamart sebagai metode pembayaran yang dipilih, nah dengan *Shopeepay* tidak perlu repot lagi melakukannya. Sebab pembayaran dilakukan melalui aplikasi Shopee. Ketika memilih metode pembayaran pada saat *check out*, hanya perlu memilih *Shopeepay*. Maka belanjaan akan langsung diproses oleh penjual. Tentunya barang kalian akan sampai lebih cepat. Tentunya yang terpenting kalian harus memastikan saldo *Shopeepay* mencukupi untuk membayar pesanan kalian.

Shopee selalu memberikan berbagai promo menarik yang sangat sulit untuk dilewatkan. Pada *event* promo yang disediakan pihak shopee, menggunakan fitur *Shopeepay* akan mendapatkan beberapa keuntungan, karena kelebihan lain yang akan didapatkan dengan menggunakan *Shopeepay* adalah mendapatkan semakin banyak promo menarik

dari Shopee yang sangat sayang untuk dilewatkan. Salah satu promo yang didapatkan berupa *cashback*. *Cashback* yang diberikan sangat bervariasi dan memang hanya didapatkan jika menggunakan transaksi pembayaran dengan *Shopeepay*. Dengan begitu tentunya kalian dapat membeli lebih banyak barang lainnya, keuntungan ini tentunya lebih menghemat pengeluaran. (Fikri, 2021)

Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa

Perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku manusia merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Hal ini dapat dicermati bahwa perilaku seseorang merupakan kombinasi dari kepribadian dan lingkungannya.

Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tidak termasuk konsumsi, karena barang dan jasa itu tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Barang dan jasa dalam proses produksi ini digunakan untuk memproduksi barang lain (Michael James, 2001).

Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau masyarakat. Adapun pengertian kemakmuran disini adalah semakin tinggi tingkat konsumsi seseorang maka semakin makmur, sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi seseorang berarti semakin miskin.

Konsumsi secara umum diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia (Todaro, 2002). Untuk dapat mengkonsumsi, seseorang harus mempunyai pendapatan, besar

kecilnya pendapatan seseorang sangat menentukan tingkat konsumsinya.

Kebutuhan manusia beraneka ragam dan berlangsung secara terus menerus, manusia merasa belum puas walaupun satu kebutuhan telah terpenuhi, karena biasanya akan diikuti oleh kebutuhan lain seperti kebutuhan sekunder. Kebutuhan manusia akan bertambah terus, baik macam, jumlah maupun mutunya. (Todaro, 2002).

Adapun jenis-jenis konsumsi menurut tingkatannya adalah: konsumsi barang-barang kebutuhan pokok disebut konsumsi primer, konsumsi sekunder dan konsumsi barang-barang mewah. Konsumsi pokok dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan primer, minimal yang harus dipenuhi untuk dapat hidup. Konsumsi yang harus dimiliki oleh seseorang untuk jenis konsumsi pokok adalah makanan, pakaian dan perumahan.

Konsumsi sekunder adalah kebutuhan yang kurang begitu penting untuk dipenuhi. Tanpa terpenuhi kebutuhan ini, manusia masih dapat hidup, misalnya kebutuhan akan meja, kursi, radio, buku-buku bacaan. Kebutuhan ini akan dipenuhi apabila kebutuhan pokok sudah terpenuhi. Oleh karena itu, kebutuhan ini sering disebut kebutuhan kedua atau kebutuhan sampingan.

Yang ketiga yakni konsumsi barang-barang mewah. Konsumsi ini dipenuhi apabila konsumsi kebutuhan pokok dan sekunder telah terpenuhi. Seseorang akan membutuhkan barang-barang mewah, misalnya mobil, berlian, barang-barang elektronik dan sebagainya jika mempunyai kelebihan yang maksimal. Keinginan untuk memenuhi barang-barang mewah ditentukan oleh penghasilan seseorang dan lingkungannya. Orang yang bertempat tinggal di lingkungan orang kaya, biasanya berhasrat atau berkeinginan memiliki barang-barang mewah seperti yang dimiliki orang di lingkungannya (Kadariah, 2002).

2.3 Teori Konsumsi Keynes

Keynes menjelaskan bahwa konsumsi saat ini (*current consumption*) sangat dipengaruhi oleh pendapatan disposabel saat ini (*current disposable income*). Menurut Keynes, ada batas konsumsi minimal yang tidak tergantung tingkat pendapatan.

Artinya, tingkat konsumsi tersebut harus dipenuhi, walaupun tingkat pendapatan sama dengan nol. Itulah yang disebut dengan konsumsi otonomus (*autonomous consumption*). Jika pendapatan *disposabel* meningkat, maka konsumsi juga akan meningkat. Hanya saja peningkatan konsumsi tersebut tidak sebesar peningkatan pendapatan disposabel (Rahardja & Manurung, 2002).

$$C = C_0 + b Y_d$$

Keterangan :

C = konsumsi

C_0 = konsumsi *otonomus*

b = *marginal propensity to consume* (MPC)

d = pendapatan *disposable* $0 \leq b \leq 1$

(Rahardja & Manurung, 2002)

Metode Penelitian

Desain Penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian yang berkaitan dengan subjek yang diteliti. Hasil pengujian dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan penelitian, mendukung atau menolak hipotesis yang dikembangkan dari telaah teoritis. Penelitian kuantitatif dilakukan pada sampel yang diambil berdasarkan kriteria, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan di dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh *electronic payment* terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Palopo.

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Palopo (UMP). Penentuan pemilihan Universitas Muhammadiyah Palopo (UMP) sebagai tempat penelitian adalah karena peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana perilaku keuangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Palopo (UMP) sebagai

bentuk perilaku konsumtif. Alasan lainnya karena peneliti merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo, sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data. Waktu penelitian dilaksanakan setelah seminar proposal yaitu antara bulan maret sampai mei 2022.

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti teliti atau kaji. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Palopo yang berjumlah 1.572 mahasiswa terdiri dari prodi akuntansi, manajemen dan ekonomi pembangunan.

Sugiyono (2014) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Penelitian yang menggunakan metode sampel dari tiga prodi sampel yang ditentukan yaitu prodi manajemen angkatan 2018 sebanyak 244 mahasiswa. Besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan metode *slovin* sebagai berikut :

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Proses kelonggaran ketidaktelitian (presisi) yang diinginkan untuk diambil yaitu 10% atau 0,1

Jumlah sampel yang didapat hasil dari perhitungan yang menggunakan rumus *slovin* dengan batas toleransi kesalahan yaitu 10%

Perhitungan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{244}{1+244(0,1)^2} = 70$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 70 orang

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus Slovin, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 70 responden yang merupakan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Palopo.

Analisis Data

Uji Validitas

Hartono (2010:120) Uji validitas digunakan untuk menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Setelah data dikumpulkan, maka pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor-skor setiap item pertanyaan dengan skor total dan uji validitas ini dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner tersebut dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

- 1) Data dikatakan valid apabila nilainya $> 0,30$
- 2) Data dikatakan tidak valid apabila nilainya $< 0,30$

Uji Reliabilitas

Efendi (1989:140) Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Realibilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut realibel.

- 1) Data dikatakan realibel apabila nilai *cronbach alpha* $> 0,60$
- 2) Data dikatakan tidak realibel apabila nilai *cronbach alpha* $< 0,60$

Analisis Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2017:260) analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependent dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independent atau tidak. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent dengan variabel dependent. Analisis regresi ini digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependent, bila variabel independent dimanipulasi atau dirubah-rubah atau dinaik-turunkan. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Pengeluaran Konsumsi

X = *Electronic Payment*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

(Sugiyono, 2014)

Hasil Penelitian

Uji Validitas

1) *Electronic payment*

Tabel 1

Hasil uji validitas untuk variabel *electronic payment*

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,778	0,361	VALID
X1.2	0,575	0,361	VALID
X1.3	0,704	0,361	VALID
X1.4	0,589	0,361	VALID
X1.5	0,570	0,361	VALID

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan data diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan menghasilkan nilai R hitung yang lebih besar dari nilai R tabel yakni 0,206. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian untuk variabel literasi keuangan dinyatakan valid.

2) Pengeluaran konsumsi

Tabel 2

Hasil uji validitas untuk variabel lingkungan kerja

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1.1	0,729	0,361	VALID
Y1.2	0,689	0,361	VALID
Y1.3	0,692	0,361	VALID
Y1.4	0,688	0,361	VALID
Y1.5	0,688	0,361	VALID

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan data diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan menghasilkan nilai R hitung yang lebih besar dari nilai R tabel yakni 0,206. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian untuk variabel literasi keuangan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji realibilitas variabel *electronic payment*

Cronbach Alpha	N of Item
0,653	5

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2022)

Nilai *Cronbach Alpha* dari instrumen variabel *electronic payment* adalah sebesar. Nilai *Cronbach Alpha* dari instrumen ini > 0,60. Dengan demikian instrumen penelitian untuk variabel *electronic payment* dinyatakan reliabel.

Tabel 4 Uji realibilitas variabel pengeluaran konsumsi

Cronbach Alpha	N of Item
0,733	5

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2022)

Nilai *Cronbach Alpha* dari instrumen variabel pengeluaran konsumsi adalah sebesar. Nilai *Cronbach Alpha* dari instrumen ini > 0,60. Dengan demikian instrumen penelitian untuk variabel pengeluaran konsumsi dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana digunakan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel *electronic payment* (X) terhadap pengeluaran konsumsi (Y). Secara umum persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX + e$$

Ket:

Y = Pengeluaran konsumsi

X = *Electronic payment*

α = Konstanta

b = Koefisien regresi

Tabel 5
Hasil uji regresi linier sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	d. Error	Beta		
(Constant)	7.031	2.383		2.950	0.004
total_x	0.654	0.112	0.577	5.827	0.000

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan data pada tabel 4.14 dapat dilihat persamaan regresi linear berganda untuk dua prediktor pada variabel *electronic payment* adalah :

$$Y = \alpha + bX + e$$

Maka diperoleh nilai $Y = 7,031 + 0,654X + e$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas, diperoleh persamaan garis regresi yang memberikan informasi bahwa :

$\alpha = 7,031$ artinya apabila tidak ada perhatian terhadap *electronic payment*, atau nilainya konstan, maka besarnya pengeluaran konsumsi mahasiswa sebesar 7,031.

$b = 0,654$ artinya apabila *electronic payment* naik satu satuan maka pengeluaran konsumsi mahasiswa akan naik sebesar 0,654.

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	0.577 ^a	0.333	0.323	2.45120

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2022)

$$D = R^2 \times 100\%$$

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *adjusted R square* adalah 0,323 atau sama dengan 32,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel lingkungan kerja dan karakteristik individu berpengaruh terhadap kinerja karyawan sebesar 32,3%. Sedangkan sisanya ($100 - 32,3 = 67,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

Pembahasan

Melalui uji hipotesis yang dilakukan yakni H_a diterima dikarenakan nilai thitung lebih besar daripada nilai ttabel ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa *epayment* berpengaruh secara signifikan terhadap pengeluaran konsumsi. Berdasarkan pada kuesioner yang dibagikan yakni pada pernyataan pertama “Sistem pembayaran elektronik (*E-Payment*) memiliki fitur aplikasi yang sangat mudah digunakan saat melakukan transaksi pembayaran” sebanyak 27 responden menjawab sangat setuju, 16 orang menjawab setuju dan 27 menjawab netral, ini berarti banyak dari mahasiswa yang menggunakan *epayment* sebagai media pembayaran karena mudah digunakan dan bisa melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja asal ada sinyal internet yang terhubung. Lalu pada pernyataan ke empat yakni “Saya sudah terbiasa menggunakan uang elektronik dalam pembayaran” sebanyak 30 responden menjawab sangat setuju, 23 responden menjawab setuju dan 17 responden menjawab netral ini berarti mahasiswa sudah terbiasa menggunakan *epayment* untuk belanja kebutuhan sehari-hari atau untuk keperluan lainnya, karena kemudahan dan pesatnya perkembangan teknologi yang terjadi, sehingga tidak butuh waktu lama untuk mengembangkan *electronic payment* dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siska Dwi Puspitasari (2021), yakni *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi, hal ini dapat terjadi karena mudah dan praktisnya penggunaan *digital payment*. Efek dari mudahnya penggunaan pembayaran *digital* ini tentu membuat penggunaan uang kertas semakin berkurang dan orang-orang hanya melihat uang dalam bentuk angka *digital* bukan lagi sebagaimana penggunaan uang sebagai alat tukar yang konvensional. Menurut Robert Kiyosaki dalam bukunya yang berjudul “Rich Dad Poor Dad” ia menjelaskan bahwa orang yang menggunakan kartu kredit untuk transaksi akan lebih konsumtif karena yang digunakan untuk membayar adalah kartu bukan uang sehingga secara psikologi orang yang belanja dengan kartu kredit akan sangat

mudah untuk mengeluarkan uang dalam jumlah besar berbeda dengan penggunaan uang kertas yang konvensional, orang-orang akan merasakan setiap lembar uang tersebut sehingga membuat mereka tidak mudah untuk mengeluarkan uang dalam jumlah yang besar. Untuk itu sebaiknya kemudahan penggunaan *electronic payment* digunakan untuk menabung atau investasi agar kita tidak termasuk orang yang menggunakan *electronic payment* untuk hal-hal yang bermanfaat seperti investasi atau menabung.

Penutup

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya : *Electronic Payment* berpengaruh signifikan terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palopo.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo Mahasiswa dalam melakukan transaksi menggunakan pembayaran elektronik tidak harus terpaku pada hal-hal konsumsi tertentu saja yaitu pada *marketplace*, namun dapat digunakan lebih lanjut seperti pada investasi atau menabung untuk keperluan masa depan. Dikarenakan hal ini dapat mengefisienkan waktu, usaha, dan biaya yang dikeluarkan serta lebih terjaga keamanan dalam bertransaksi.
2. Peneliti lain
 - a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi efisiensi sistem pembayaran yaitu diantaranya promosi dan iklan ataupun menambah indikator dalam efisiensi selain waktu, tenaga, dan biaya.
 - b. Representatif responden yang diharapkan memiliki jangkauan lebih luas dan besar lagi.

Daftar Rujukan

Abidin, Muhammad Sofyan. 2016. Dampak Kebijakan e-money di Indonesia sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru, (Jurnal Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya)

- Adiyanti, Arsita I, (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-money* . Malang: Universitas Brawijaya.
- Bank Indonesia, (2011). Sistem Pembayaran di Indonesia. <http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/Default.aspx> (3 Januari 2021).
- Dikria, O. dan S. U. Mintarti.2016. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 9(2): 128–139
- Enrico, A., R. Aron, dan W. Oktavia. 2014. The Factors That Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications* 4(1): 99–104.
- Entika Indrawati. 2015. Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitasnegerisurabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan UNESA*.214-226.
- Fikri, Azka. 2021. Pengaruh Penggunaan ShopeePAY sebagai Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU. Universitas Sumatera Selatan. Medan.
- Firdayetti dan Ardianto. 2011. Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumsi di Indonesia Menggunakan *Error Correction Model*(ECM) Periode tahun 1994.1-2005.4
- Genady, Dien Ilham. 2018. Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Uang Elektronik di Masyarakat (studi kasus di Provinsi DKI Jakarta). (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,2018) Handayani, Lia. 2015. Analisis Preferensi Penggunaan Uang Elektronik

- Pada Kereta Api Commuter Jabodetabek. Universitas Brawijaya. Malang.
- Ghazali, Imam (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- H. Candraditya, and I. Idris, "ANALISIS PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 0, pp. 97-107, Jul. 2013.
- Haryani, I. dan J. Herwanto.2015. Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau* 11(1): 5–11.
- Hidayati, Siti, Ida Nuryanti, Gus Frmansyah, Aulia Fadli, Isnu Yuwana Darmawan, (2006). *Kajian: Operasional E-money*. Kajian Bank Indonesia. (12 September 2018).
- Kadariah.2002. Analisis Pendapatan Nasional. Jakarta : Bina Aksara.
- Kiyosaki, T, Robert. 2021. "Rich Dad Poor Dad". Jakarta : Gramedia Pusat Utama.
- Luh Gede Kusuma Dewi (2021), Penggunaan *E-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Ganesha*.Volume 5, Nomor 1.1-19.
- Mankiw, Gregory (2003). *Teori Makro Ekonomi*. Terjemahan, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Michael James, (2001). *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Ghalia, Jakarta.
- Prathama Rahardja & Mandala Manurung, (2003). *Teori Ekonomi Makro Suatu Pengantar*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Prasastianta, D. E. 2011. Pengaruh Minat Pada Pelajaran Ekonomi, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Pengetahuan Ekonomi dan Rasionalitas Ekonomi Terhadap Perilaku Ekonomi.(Tesis, Magister Pendidikan Ekonomi tidak dipublikasikan).Universitas Negeri Malang.
- Ramadhani, R. H. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.Skripsi. Univsersitas Sumatera Utara. Medan.
- Sari, Maida Devi.2021. Pengaruh Transaksi Pembayaran Gopayterhadap Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Medan Tembung. Universitas Sumatera Selatan. Medan
- Siska Dwi Puspitasari & Rachma Indrarini (2021), Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. Volume 4 nomor 2.*Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*.
- Salwa.2019. Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa. Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Todaro. 2002. *Ekonomi dalam Pandangan Modern (Terjemahan)*.Jakarta: Bina Aksara
- Ulayya, S. dan E. Mujiasih. 2020. Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Komsumtif Pengguna E-money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro: *Jurnal Empati* 9(4): 271–279.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440 - 456.