

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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 kebutuhan-nya. 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*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

Seberapa besar pengaruh *electronic payment* terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan Rumusan Masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh *electronic payment* terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi bermanfaat mengenai pengaruh *electronic payment* terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo, serta dapat meningkatkan pengelolaan keuangan secara *electronic payment* terutama di kalangan mahasiswa. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang *electronic payment* dan pengeluaran konsumsi mahasiswa.

1.4.2 Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terkait peningkatan penggunaan *electronic payment* terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Bagi lembaga dapat memberikan masukan informatif tentang *electronic payment* berkaitan dengan pengeluaran konsumsi mahasiswa. Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah mahasiswa yang memakai produk *electronic payment* maupun yang mengetahui tentang *electronic payment*.

1.5.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian pada penelitian ini adalah *electronic payment* yang digunakan oleh mahasiswa untuk bertransaksi atau melakukan kegiatan konsumsi.

1.5.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah Universitas Muhammadiyah Palopo.

1.5.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah tiga bulan setelah seminar proposal.

1.5.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah Manajemen Keuangan, *electronic payment* dan Pengeluaran Konsumsi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Electronic Payment

2.1.1 Pengertian 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.

2.1.2 Jenis – jenis *Electronic Payment*

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. Mudahnya menggunakan uang elektronik dan metode pembayaran yang tersedia di beberapa *e-comerrece* 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)

2.1.2 Kelebihan menggunakan *e-payment*

1. Menghasilkan banyak penjualan

Sistem ini memungkinkan konsumen untuk membayar produk dan layanan secara online tanpa harus bertemu dengan pihak penjual. Oleh karena itu, Anda dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial di berbagai wilayah sehingga dapat menghasilkan lebih banyak penjualan.

2. Transaksi lebih mudah dan efisien

Sistem pembayaran ini jauh lebih efektif dan efisien daripada pembayaran tunai. Hanya dengan menggunakan *smartphone* atau aplikasi internet banking, konsumen dapat membayar barang yang mereka beli dengan cepat dan mudah. Selain itu, konsumen dapat membayar produk yang dibeli dari situs *e-commerce* kapan saja dan di mana saja selama perangkat yang mereka gunakan terhubung dengan koneksi internet.

3. Kontrol pengeluaran untuk pelanggan

Pengguna dapat memeriksa akun virtual dan melihat semua pengeluaran dan riwayat transaksi. Hal ini dapat memudahkan pengguna untuk mengontrol jumlah pengeluaran yang dilakukan setiap bulannya. (Fikri, 2021)

2.1.3 Kekurangan menggunakan *e-payment*

1. Kemungkinan terkena serangan hacker

Melihat semakin berkembangnya teknologi, saat ini penjahat juga ikut beralih menyerang sistem digital. Jika Anda tidak menggunakan sistem keamanan yang baik, risiko terjadinya *data breach* juga dapat terjadi di bisnis Anda. Oleh karena itu sistem pembayaran yang aman harus selalu Anda prioritaskan. Jika Anda menggunakan sistem *payment gateway*, pastikan mereka menyediakan sistem *fraud detection* untuk mencegah terjadinya kecurangan atau penipuan.

2. Kurangnya privasi

Semua informasi transaksi seperti data penerima, jumlah dana, serta waktu pembayaran akan tersimpan di database sistem pembayaran yang Anda gunakan. Hal ini menyebabkan kurangnya privasi pada sistem *e-payment*.

3. Membutuhkan akses internet

Pengguna membutuhkan koneksi internet untuk melakukan pembayaran online. Tanpa koneksi internet, pengguna tidak bisa menggunakan sistem *e-payment* ini. (Fikri, 2021)

2.1.4 Persyaratan menggunakan *e-payment*

1. Memiliki nomor handphone

2. Memiliki email

3. Mengisi formulir yang disediakan

Untuk penggunaan *paylater* sebagai berikut :

1. Memiliki E-KTP dan berusia lebih dari 17 Tahun
2. Memiliki penghasilan
3. Mengupload Foto tampak wajah depan dan berfoto dengan KTP
4. Akun *e-payment* harus terverifikasi oleh lembaga penyedia *e-payment* (Fikri,2021).

2.2 Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa

2.2.1 Pengertian 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).

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.

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).

2.2.2 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pengeluaran Konsumsi

Tingkat konsumsi seseorang individu dipengaruhi oleh berbagai hal. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang individu untuk melakukan tindakan konsumsi.

A. Faktor Ekonomi

1. Pendapatan

Untuk membeli barang konsumsi individu menggunakan uang dari penghasilan atau pendapatan. Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap besarnya pengeluaran konsumsi yang dilakukan. Pada umumnya semakin tinggi pendapatan individu/rumah tangga maka pengeluaran konsumsinya juga akan mengalami kenaikan.

2. Tingkat Harga

Apabila harga barang/jasa kebutuhan hidup meningkat maka konsumen harus mengeluarkan tambahan uang untuk bisa mendapatkan barang/jasa tersebut. Atau, konsumen dapat mengatasi dengan mengurangi jumlah barang/jasa yang dikonsumsi, karena kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil masyarakat berkurang.

3. Ketersediaan Barang dan Jasa

Meskipun konsumen memiliki uang untuk membeli barang konsumsi, ia tidak dapat mengkonsumsi barang/jasa yang dibutuhkan apabila barang/jasa tersebut tidak tersedia. Semakin banyak barang/jasa tersedia, maka pengeluaran konsumsi masyarakat/individu akan cenderung semakin besar.

4. Tingkat Bunga

Bunga bank yang tinggi akan mengurangi tingkat konsumsi karena orang lebih tertarik menabung di bank dengan bunga tetap tabungan atau deposito yang tinggi dibanding dengan membelanjakan banyak uang.

5. Perkiraan Masa Depan

Orang yang was-was tentang nasibnya di masa yang akan datang akan menekan konsumsi. Biasanya seperti orang yang mau pensiun, punya anak yang butuh biaya sekolah, ada yang sakit butuh banyak biaya perobatan, dan lain sebagainya (Firdayetti dan Ardianto, 2011).

B. Faktor Demografi

1. Komposisi Penduduk

Dalam suatu wilayah jika jumlah orang yang usia kerja produktif banyak maka konsumsinya akan tinggi. Bila yang tinggal di kota ada banyak maka konsumsi suatu daerah akan tinggi juga. Bila tingkat pendidikan sumber daya manusia di wilayah itu tinggi maka biasanya pengeluaran wilayah tersebut menjadi tinggi.

2. Jumlah Penduduk

Daerah yang memiliki jumlah penduduk banyak maka tingkat konsumsi masyarakat juga tinggi. Begitu pula sebaliknya, suatu daerah yang memiliki jumlah penduduk sedikit tingkat konsumsinya tergolong rendah.

3. Letak Demografis

Masyarakat di pedesaan dalam hal konsumsi akan lebih rendah dibandingkan dengan masyarakat di perkotaan. Masyarakat di pedesaan hanya mengeluarkan sebagian pendapatan untuk mengkonsumsi makanan saja, untuk nonmakanan masih rendah. Sedangkan masyarakat di perkotaan antara konsumsi makanan dan nonmakanan bisa dikatakan hampir sama. (Firdayetti dan Ardianto, 2011)

C. Penyebab Lain

1. Kebiasaan Adat Sosial Budaya

Kebiasaan di suatu wilayah dapat mempengaruhi tingkat konsumsi seseorang. Di daerah yang memegang teguh adat istiadat untuk hidup sederhana biasanya masyarakatnya akan memiliki tingkat konsumsi yang kecil. Sedangkan daerah

yang memiliki kebiasaan gemar pesta adat biasanya masyarakatnya memiliki pengeluaran konsumsi yang besar.

2. Gaya Hidup

Seseorang yang memiliki gaya hidup tinggi maka akan memiliki pengeluaran konsumsi yang tinggi pula.

Gaya hidup antara mahasiswa perempuan dengan mahasiswa laki-laki berbeda, hal ini yang menjadi sebab kenapa pengeluaran konsumsi mereka berbeda. Latar belakang keluarga dan adat istiadat yang berbeda membuat pengeluaran konsumsi mahasiswa yang tinggal di kos dengan mahasiswa yang tinggal di rumah bersama orang tua berbeda. Kebiasaan di rumah biasanya akan diterapkan juga dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa (Firdayetti dan Ardianto, 2011).

2.3 Teori-teori tentang Konsumsi

2.3.1 Teori 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)

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

(Rahardja & Manurung, 2002)

2.3.2 Kecenderungan Mengonsumsi Marjinal

Kecenderungan mengonsumsi marjinal (*Marginal Propensity to Consume*) disingkat MPC adalah konsep yang memberikan gambaran tentang berapa konsumsi akan bertambah bila pendapatan disposabel bertambah satu unit. Keynes menduga bahwa kecenderungan mengonsumsi marjinal (*Marginal Propensity to Consume*) jumlah yang dikonsumsi dalam setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu. Kecenderungan mengonsumsi marjinal adalah krusial bagi rekomendasi kebijakan Keynes untuk menurunkan pengangguran yang kian meluas. Kekuatan kebijakan fiskal, untuk mempengaruhi perekonomian seperti ditunjukkan oleh pengganda kebijakan fiskal muncul dari umpan balik antara pendapatan dan konsumsi (Gregory, 2003).

2.3.3 Kecenderungan mengonsumsi rata-rata

Kecenderungan mengonsumsi rata-rata (*Average Propensity to Consume*) disingkat APC adalah rasio antara konsumsi total dengan pendapatan disposabel total.

$$APC = \frac{C}{Yd}$$

Keynes menyatakan bahwa rasio konsumsi terhadap pendapatan, yang disebut kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*Average Propensity to Consume*), turun ketika pendapatan naik. Ia percaya bahwa tabungan adalah kemewahan, sehingga ia berharap orang kaya menabung dalam proporsi yang lebih tinggi dari pendapatan mereka ketimbang si miskin.

Perilaku konsumsi ditentukan oleh tingkat pengetahuan tentang ekonomi, sehingga pengetahuan ekonomi yang dimiliki masyarakat menjadi hal penting. Pengetahuan ekonomi dalam perekonomian suatu negara menjadi penting, karena dengan pengetahuan ekonomi berarti menunjukkan masyarakat suatu negara merupakan konsumen (atau produsen) yang cerdas, sehingga akan mendorong terhadap pertumbuhan produksi dalam negeri yang pada gilirannya akan mendorong terhadap pertumbuhan ekonomi. Penelitian yang menunjukkan pentingnya memiliki pengetahuan ekonomi, yaitu Prasastianta (2001) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan ekonomi yang dimiliki siswa mempengaruhi perilaku ekonomi yang rasional. Artinya seseorang yang memiliki pengetahuan ekonomi yang baik, dalam melakukan tindakan ekonomi akan bersikap rasional sehingga menjadi konsumen yang cerdas atau tidak konsumsif. Selanjutnya menjadi konsumen yang cerdas maka dapat mengendalikan tingkat konsumsi sesuai dengan tingkat pendapatannya.

2.3.4 Teori Konsumsi menurut Samuelson dan Nordhaus

Samuelson dan Nordhaus (2001) Konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan guna memenuhi pembelian barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan maupun untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumsi digolongkan menjadi dua yakni konsumsi rutin dan konsumsi yang sifatnya sementara. Konsumsi yang sifatnya rutin memiliki arti sebagai pengeluaran yang dilakukan untuk pembelian barang maupun jasa secara berulang ulang selama bertahun – tahun. Sedangkan arti konsumsi sifatnya sementara adalah setiap tambahan yang sifatnya tidak terduga dalam konsumsi rutin.

2.3.5 Teori Konsumsi menurut Muhamad Abdul Halim

Konsumsi adalah pengeluaran konsumsi rumah tangga mencakup pengeluaran yang dilakukan oleh rumah tangga untuk mendapatkan barang dan jasa sebagai kebutuhan hidup sehari-hari dalam suatu periode tertentu. kegiatan konsumsi dapat dilakukan oleh siapa saja, tanpa terbatas gender, usia, maupun status sosial dan jumlah kekayaan. Berikut adalah beberapa contoh aktivitas konsumsi atau pemanfaatan barang dan jasa yang sering dilakukan oleh banyak orang.

Seseorang yang membeli daging ayam untuk digunakan sebagai bahan sup atau kari. Seorang ibu yang membelikan baju lebaran untuk keluarganya menjelang hari raya. Seorang siswa yang membeli sepatu untuk digunakan saat sekolah. Seorang pria yang datang ke tukang cukur rambut ketika rambutnya dirasa telah gondrong. Seorang karyawan yang memesan layanan transportasi online untuk berangkat bekerja. Setiap orang memiliki pola konsumsi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor di sekitarnya, dalam buku Pola Konsumsi Masyarakat Nelayan Muslim dibawah ini

akan menganalisis pola konsumsi pada penduduk setempat sehingga dapat menemukan lima faktor di dalamnya (Arif, 2021).

2.4 Pendekatan Perilaku Konsumen

Menurut Prathama Rahardja dan Mandala Manurung (2002 : 50 - 51) Pendekatan perilaku konsumen dibagi menjadi 2 pendekatan yaitu :

1. Pendekatan kardinal adalah pendekatan yang berisi analisis konsumen dengan berdasar pada asumsi yang menyatakan bahwa, tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen bisa diukur dengan satuan tertentu, seperti jumlah dan harga. Artinya, tingkat kepuasan konsumen semakin besar seiring dengan semakin besar jumlah barang yang dikonsumsi. Konsumen yang relasional akan berusaha memaksimalkan kepuasannya dengan pendapatan yang lebih. Pendekatan kardinal sering disebut dengan daya guna marginal. Dalam pendekatan kardinal terdapat beberapa poin penting, antara lain :

- a) Satuan ukur bisa digunakan untuk mengukur kepuasan dari konsumen.
- b) Jumlah barang yang dikonsumsi berbanding lurus dengan kepuasan konsumen, artinya semakin banyak jumlah barang yang dikonsumsi maka semakin besar pula tingkat kepuasan konsumen tersebut.
- c) Dalam perilaku konsumen terjadi hukum Gossen, artinya ada sebuah penurunan yang terjadi pada tingkat kepuasan konsumen.
- d) Tingkat kepuasan sebanding lurus dengan harga suatu produk. Artinya ketika konsumen ingin mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi maka mereka harus rela mengeluarkan uang yang banyak, begitupun

sebaliknya ketika konsumen hanya ingin mengeluarkan sedikit uang maka tingkat kepuasannya pun tidak akan meningkat.

2. Pendekatan ordinal adalah sebuah pendekatan yang bertugas untuk mengukur kepuasan konsumen dengan angka ordinal/relatif. Dalam Pendekatan Ordinal, tidak perlu diukur untuk daya guna suatu barang, cukup untuk diketahui dan konsumen mampu membuat urutan tinggi rendahnya daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang. Tingkat kepuasan konsumen dapat dihitung dengan menggunakan kurva indeferens yang memiliki ciri-ciri yaitu sebagai berikut :

- a) Memiliki tingkat kemiringan yang negatif, artinya konsumen cenderung mengurangi konsumsinya terhadap benda satu ketika benda lainnya yang dikonsumsi jumlahnya meningkat.
- b) Kurva cenderung cembung ke arah titik asal, hal ini menunjukkan bahwa sebuah perbedaan antara jumlah proporsi yang harus konsumen korbakan untuk mengubah kombinasi dari jumlah masing-masing barang yang dikonsumsi atau bisa disebut *marginal rate of substitution*.

Haryani dan Herwanto (2015) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah bentuk perilaku membeli suatu produk tanpa pertimbangan rasional atau bukan berdasarkan atas kebutuhan, seperti membeli barang karena hadiah yang ditawarkan, atau membeli barang karena banyak orang yang menggunakan barang tersebut.

Dikria dan Mintarti (2016) mengartikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan membeli atau mengonsumsi suatu barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional, sehingga faktor keinginan lebih dipentingkan daripada kebutuhan.

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Dalam hal ini perilaku belanja yang tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Alasannya, antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Di kalangan remaja yang memiliki orangtua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, “mall” sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang berkembang. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.

Di era digital dewasa ini, peran uang elektronik (*e-money*) turut mempengaruhi perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat. *e-money* merupakan alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, digunakan

sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Penggunaan *e-money* pada dasarnya dapat mengakibatkan dampak positif dan negatif pada penggunaanya. Dampak positif yang dirasakan adalah kemudahan dalam melakukan transaksi dan resiko kehilangan akibat tindakan kejahatan seperti pencurian dan perampokan dapat dihindari. Di sisi lain penggunaan *e-money* juga berdampak negatif yaitu perilaku konsumtif. Ramadani (2016) menyebutkan bahwa pengeluaran konsumsi dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah perkembangan teknologi, yang mana perkembangan teknologi ini memicu arus transaksi non tunai. Ulayya dan Mujiasih (2020) menyebutkan semakin mudahnya transaksi jual-beli dengan *e-money* saat ini membuat masyarakat rentan dengan perilaku konsumtif, khususnya pada remaja, yang mana mereka harus mengontrol diri dari budaya konsumtif yang semakin berkembang. Selain itu, beberapa kajian juga menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan maupun perilaku konsumtif pada mahasiswa (Ramadani, 2016).

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti, tahun dan judul penelitian	Metode Penelitian	Variabel penelitian	Hasil penelitian
1	Luh Gede Kusuma Dewi (2021), Penggunaan <i>E-money</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri	Kuantitatif	Penggunaan <i>e-money</i> (X1), Perilaku, Kontrol Diri (X2) dan Konsumtif (Y)	Penggunaan <i>e-money</i> berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2	Entika Indrawati (2015), Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitasnegerisurabaya	Kuantitatif	Tingkat Pendapatan (X1), Pengetahuan Ekonomi (X2) dan Tingkat Konsumsi (Y)	Tingkat pendapatan dan pengetahuan ekonomi secara bersama berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. Hal ini berarti tingkat pendapatan dan pengetahuan ekonomi secara simultan memiliki pengaruh nyata terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya
3	Arsita Ika Adiyanti (2015), Pengaruh Kemampuan finansial, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik, Promosi, Dan Kepercayaan terhadap minat menggunakan	Kuantitatif	Kemampuan Finansial (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), Daya Tarik (X3), Promosi (X4), Kepercayaan	menunjukkan bahwa Kemampuan finansial, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i>

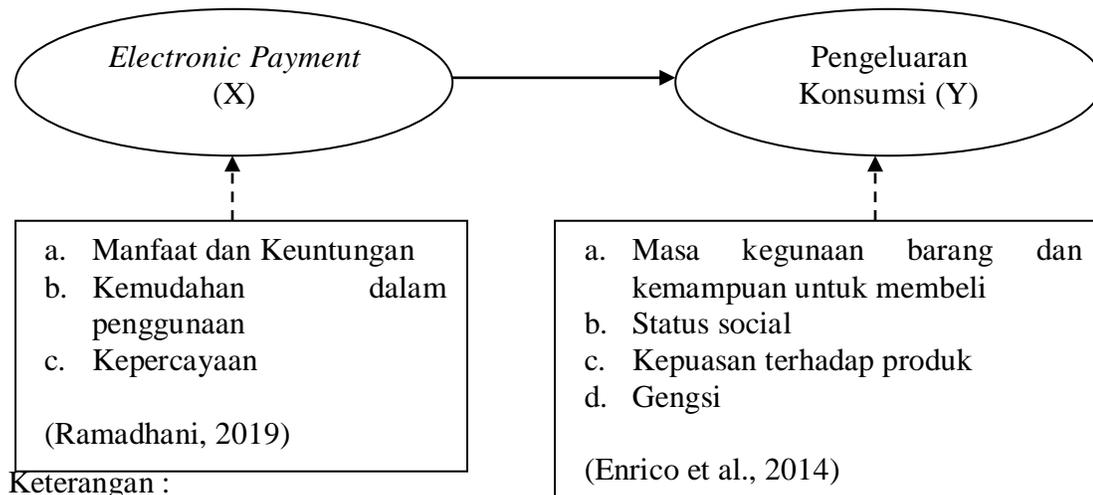
	layanan <i>E-money</i>		n (X5) dan Minat (Y)	
4	Habsari Candraditya (2013), Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)	Kuantitatif	Kesesuaian harga (X1), Persepsi Manfaat (X2), Pengetahuan Produk (X3), Pengetahuan Produk (X4) dan Minat (Y)	Hasil penelitian terhadap analisis faktor minat mahasiswa untuk menggunakan kartu Flazz BCA tidak hanya sebagai kartu identitas saja, namun juga digunakan sebagai alat pembayaran menunjukkan bahwa minat menggunakan tersebut dipengaruhi secara positif oleh variabel independen yang digunakan dalam penelitian namun tidak semuanya mempengaruhi variabel dependen penelitian secara signifikan
5	Siska Dwi Puspitasari (2021), Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19	Kuantitatif	Penggunaan digital payment (X), Perilaku Konsumsi (Y)	Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan digital payment (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam (Y)
6	Dien Ilham Genady (2018) Pengaruh kemudahan, kemamfaatan, dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang	Kuantitatif	Kemudahan (X1), kemamfaatan (X2), promosi uang elektronik (X3) dan	Menjelaskan bahwa kemudahan, kemamfaatan, dan promosi berpengaruh secara signifikan.

	elektronik		Keputusan Penggunaan (Y)	
7	Lia Handayani (2015) Analisis Preferensi Penggunaan Uang Elektronik Pada Kereta Api <i>Commuter</i> Jabodetabek	Kuantitatif	Preferensi Penggunaan Uang Elektronik (X)	Masyarakat lebih puas membeli tiket menggunakan uang elektronik dibanding dengan uang tunai
8	M. Sofyan Abidin (2015) Dampak Kebijakan <i>E-money</i> di Indonesia sebagai Alat Pembayaran Baru	Kuantitatif	Kebijakan <i>E-money</i> (X)	Terjadinya peningkatan yang signifikan terhadap jumlah APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu)
9	Arsita Ika Adiyanti (2015) Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan <i>Emoney</i> .	Kuantitatif	Pendapatan (X1), Manfaat (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), Daya Tarik Promosi (X4), Kepercayaan (X5) dan Minat (Y)	Menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan <i>e-money</i>
10	Setyo Ferry, Dede R dan Usep S. (2009) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat	Kuantitatif	Persepsi (X1) Manfaat (X2), Persepsi Kemudahan (X3), Fitur Layanan (X4),	Menunjukkan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money card</i>

	Menggunakan Emoney Card (Studi pengguna commuterline di Jakarta) pada di		Kepercayaan (X5) dan Minat (Y)	
--	--	--	--------------------------------	--

2.6 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran Pengaruh literasi keuangan, pendapatan orang tua dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku keuangan digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

-  : Variabel Penelitian
-  : Pengaruh
-  : Indikator Variabel
-  : Penjabaran Indikator

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_0 :Diduga bahwa *Electronic Payment* tidak berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.

H_a :Diduga bahwa *Electronic Payment* berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain 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.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

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.

3.3 Populasi dan Sampel

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 akan mengambil 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 perhitungkan 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.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari keuangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Palopo.

3.4.2 Sumber Data

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa berdasarkan daftar pernyataan yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu Pengaruh *Electronic Payment* terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Palopo.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini guna memperoleh data dan informasi yang mendukung permasalahan, maka penulis menggunakan data sebagai berikut.

3.5.1 Kuesioner (*Questionnaire*)

Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner diberikan yaitu pengumpulan data mengenai Pengaruh *Electronic Payment* Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa dengan mengajukan beberapa daftar pertanyaan. Peneliti memilih kuesioner untuk mengumpulkan data dengan mengajukan beberapa daftar pertanyaan tertulis yang telah disusun secara terstruktur dan diberikan kepada mahasiswa yang akan dijadikan sampel.

3.5.2 Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengadakan pencatatan dan mempelajari literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti baik untuk mendapatkan landasan teori maupun memperdalam wawasan peneliti. Metode dokumentasi juga dilakukan untuk mencari dan mencatat analisis jurnal-jurnal dan buku-buku yang mendukung dalam penelitian ini.

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.6.1 Variabel penelitian

Variabel merupakan konsep yang mempunyai variasi nilai-nilai, yaitu adanya variabel independen dan dependen.

3.6.1.1 Variabel Independen

Variabel Independen atau variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono,2014). Dalam penelitian ini, *Electronic Payment* merupakan variabel independen.

3.6.1.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2014). Dalam penelitian ini, Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa merupakan variabel dependen.

3.6.2 Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Konsep	Indikator	Pengukuran
1	<i>Electronic Payment</i>	<i>e-money</i> dalam penelitian ini adalah segala jenis layanan uang digital, tanpa membedakan apakah itu dompet digital atautkah hanya nilai uang digital, seperti misalnya mbanking, ovo, <i>Gopay</i> , shopeepay, isaku, dan lain sebagainya.	a. Manfaat dan Keuntungan b. Kemudahan dalam penggunaan c. Kepercayaan (Ramadhani,2019)	<i>Likert</i>
2	Pengeluaran Konsumsi	Dikria dan Mintarti (2016) mengartikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan membeli atau mengonsumsi suatu barang yang	a. Masa kegunaan barang dan kemampuan untuk membeli. b. Status sosial. c. Kepuasan	<i>Likert</i>

		sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional, sehingga faktor keinginan lebih dipentingkan daripada kebutuhan.	terhadap produk. d. Gengsi (Enrico et al., 2014)	
--	--	--	--	--

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan pada penelitian kali ini adalah kuesioner, yaitu teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis atau verbal yang dijawab responden. Kuesioner dalam penelitian ini dibuat melalui pernyataan-pernyataan yang sesuai dengan variabel yang akan diteliti.

3.8 Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel penelitian. Pengukuran statistik deskriptif yang digunakan mencakup nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi.

3.8.2 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 $< 0,30$

3.8.3 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 alatpengukur 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* $< 0,60$

3.8.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

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)

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kombinasi variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu (Ghazali, 2012). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variasi berdependen terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

3.8.6 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghazali, 2012).

- 1) Hipotesis diterima apabila nilai signifikan $t < 0,05$
- 2) Hipotesis ditolak apabila nilai signifikan $t > 0,05$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Universitas Muhammadiyah Palopo

Badan amal usaha Muhammadiyah Palopo yang bergerak dalam bidang pendidikan perguruan tinggi yang memiliki tiga kampus, yaitu STIE (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi) Muhammadiyah Palopo, Akbid (Akademi Kebidanan) Muhammadiyah Palopo dan STKIP (Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pengetahuan) Muhammadiyah Palopo. Berada dalam satu kawasan yang terletak di Binturu km. 3, Palopo.

Terbentuknya Universitas Muhammadiyah Palopo, berasal dari pemikiran pimpinan daerah Muhammadiyah Palopo di masa-masa sebelumnya. Dengan melihat segala kemampuan yang dimiliki oleh tiga perguruan tinggi dan dukungan dari sumber daya serta aspek-aspek yang lain sebagai motivasi untuk melebur ketiga perguruan tinggi menjadi satu yaitu Universitas Muhammadiyah Palopo. Maka, seluruh komponen pimpinan daerah Muhammadiyah dan semua unsur pimpinan perguruan tinggi Muhammadiyah Palopo melakukan kecap pembentukan panitia pendirian Universitas Muhammadiyah Palopo.

Ditinjau dari syarat ketiga kampus, maka terdapat beberapa aspek primer yang diharuskan buat memenuhi kondisi pada pendirian Universitas, yaitu aspek finansial, aspek aturan dan aspek sumberdaya manusia dan umum. Sesudah diverifikasi oleh Kemenristek-Dikti, maka ketiga aspek tadi memenuhi syarat seperti kelembagaan

serta legalitas aset, huma kampus yang bersertifikat hak milik atas nama Persyarikatan Muhammadiyah, tenaga dosen yang memenuhi kondisi serta jumlah program studi yang memadai.

Pada tanggal 18 Februari 2019, ketiga perguruan tinggi Muhammadiyah Palopo resmi melebur dan menjadi Universitas Muhammadiyah Palopo yang ditandai dengan terbitnya SK Nomor :112/KPT/I/2019. Bersamaan dengan terbitnya SK tersebut, Universitas Muhammadiyah Palopo juga resmi menambah beberapa program studi sarjana yaitu Farmasi, Ilmu Kelautan, Penyuluh Pertanian, dan program studi Pasca Sarjana Magister Manajemen.

Secara Keseluruhan Universitas Muhammadiyah Palopo memiliki 13 (tiga belas) program studi, yaitu :

- a. Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBi), Program studi : S1 Manajemen, S1 Akuntansi dan S1 Ekonomi Pembangunan.
- b. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pengetahuan (FKIP), Program studi : S1 Penjaskesrek, S1 Pendidikan Guru PAUD, S1 Bimbingan dan Konseling dan S1 Bahasa Inggris.
- c. Fakultas Kesehatan, Pertanian dan Kelautan (FKPK), Program studi : S1 Farmasi, S1 Kelautan, S1 Penyuluhan Pertanian dan D3 Kebidanan.
- d. Pascasarjana, Program studi S2 Magister Manajemen.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo terdiri dari beberapa program studi yaitu : Program studi Manajemen, Program studi Akuntansi dan Program studi Ekonomi Pembangunan.

Visi : “Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo menjadi fakultas yang menjunjung moralitas dan berjiwa *enterpreneur*”

Misi :

- a. Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang memiliki keunggulan dalam bidang pendidikan, penelitian, pengabdian pada masyarakat dan menjalin kerjasama.
- b. Menyelenggarakan pembinaan civitas akademika fakultas dalam kehidupan yang islami.
- c. Mengembangkan potensi kecakapan hidup bagi civitas akademika fakultas.
- d. Menyelenggarakan pendidikan tinggi dengan prinsip *good faculty governance*.

4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Sebelum menyajikan hasil hipotesis serta pembahasan, maka terlebih dahulu akan dipaparkan ciri responden yang bertujuan buat menyampaikan ilustrasi keadaan yang sudah dikumpulkan melalui kuesioner penelitian. Sampel diambil melalui penyebaran secara eksklusif menggunakan *google form* kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo yaitu sebanyak 70 orang.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan ada empat karakteristik responden yang akan dipaparkan sebagai berikut :

- a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dalam penelitian ini dibedakan menjadi jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Adapun data dan persentase mengenai jenis kelamin responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	40	57%
Laki-laki	30	43%
Jumlah	70	100%

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden merupakan perempuan, yakni sebesar 40 orang atau 57% sedangkan sisanya adalah laki-laki sebesar 30 orang atau 43%. Hal ini menunjukkan bahwa sampel yang diambil untuk penelitian ini lebih dominan perempuan daripada laki-laki.

Karakteristik responden berdasarkan program studi. Terdapat tiga program studi yang termasuk pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yaitu Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan. Berikut data dan persentase mengenai karakteristik berdasarkan program studi.

Tabel 4.2
Jumlah responden berdasarkan program studi

Program Studi	Jumlah	Persentase
Manajemen	40	57%
Akuntansi	20	28,5%
Ekonomi Pembangunan	10	14,5%
Jumlah	70	100%

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden dari program studi manajemen lebih dominan dengan jumlah responden sebanyak 40 orang atau 57%, kemudian program studi akuntansi dengan jumlah responden 20 orang atau 28,5% dan program studi ekonomi pembangunan dengan jumlah responden 10 orang atau 14,5%.

- b. Karakteristik responden berdasarkan jenis tinggal. Berdasarkan jenis tinggal, pada penelitian ini dibedakan menjadi jenis tinggal bersama keluarga dan jenis tinggal sendiri/kost. Berikut data dan persentase responden berdasarkan jenis tinggal.

Tabel 4.3
Jumlah responden berdasarkan jenis tinggal

Jenis Tinggal	Jumlah	Persentase
Bersama Keluarga	50	71%
Sendiri/ kost	20	29%
Jumlah	70	100%

Sumber : Data Diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah tinggal bersama keluarga, yaitu sebanyak 50 orang atau 71% sedangkan sisanya adalah yang tinggal sendiri atau kost sebanyak 20 orang atau 29%. Hal ini menunjukkan bahwa sampel yang diambil untuk penelitian ini lebih dominan tinggal bersama keluarga daripada tinggal sendiri/kost.

- c. Karakteristik jawaban responden, deskripsi atau penyajian data dari variabel yang dirangkum dalam tabel frekuensi adalah sebagai berikut :

1) *Electronic Payment*

Tabel 4.4
Jawaban responden untuk variabel *electronic payment*

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
X1.1	-	-	27	16	27	4,00
X1.2	-	-	12	20	38	4,37
X1.3	-	-	24	18	28	4,05
X1.4	-	-	17	23	30	4,18
X1.5	-	-	10	17	43	4,47

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagai berikut :

1. Untuk pernyataan X1.1 “Sistem pembayaran elektronik (*E-Payment*) memiliki fitur aplikasi yang sangat mudah digunakan saat melakukan transaksi pembayaran.” Sebanyak 27 responden menjawab netral, 16 responden menjawab setuju dan 27 responden menjawab sangat setuju.
2. Untuk pernyataan X1.2 “Penggunaan uang elektronik mudah dipahami” Sebanyak 12 responden menjawab netral, 20 responden menjawab setuju dan 38 responden menjawab sangat setuju.
3. Untuk pernyataan X1.3 “Informasi tentang uang elektronik mudah diingat.” Sebanyak 24 responden menjawab netral, 18 responden menjawab setuju dan 28 responden menjawab sangat setuju.

4. Untuk pernyataan X1.4 “Saya sudah terbiasa menggunakan uang elektronik dalam pembayaran.” Sebanyak 17 responden menjawab netral, 23 responden menjawab setuju dan 30 responden menjawab sangat setuju.
5. Untuk pernyataan X1.5 “Saya ingin terus menggunakan uang elektronik” Sebanyak 10 responden menjawab netral, 17 responden menjawab setuju dan 43 responden menjawab sangat setuju.

2)Pengeluaran Konsumsi

Tabel 4.5

Jawaban responden untuk variabel pengeluaran konsumsi

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
Y1.1	-	-	24	16	30	4,08
Y1.2	-	-	24	18	28	4,05
Y1.3	-	-	23	19	28	4,07
Y1.4	-	-	17	15	38	4,30
Y1.5	-	-	17	15	38	4,30

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagai berikut :

1. Untuk pernyataan Y1.1 “*Electronic Payment* membuat saya mudah mengatur pengeluaran saya.” Sebanyak 24 responden menjawab netral, 16 responden menjawab setuju dan 30 responden menjawab sangat setuju.
2. Untuk pernyataan Y1.2 “Saya memahami bahwa pengeluaran saya tidak boleh lebih dari pendapatan.” Sebanyak 24 responden menjawab netral, 18 responden menjawab setuju dan 28 responden menjawab sangat setuju.

3. Untuk pernyataan Y1.3 “Bersikap konsumtif akan mengantarkan saya pada perilaku hedon.” Sebanyak 23 responden menjawab netral, 19 responden menjawab setuju dan 28 responden menjawab sangat setuju.
4. Untuk pernyataan Y1.4 “Pengeluaran yang saya lakukan telah sesuai dengan tujuan keuangan saya.” Sebanyak 17 responden menjawab netral, 15 responden menjawab setuju dan 38 responden menjawab sangat setuju.
5. Untuk pernyataan Y1.5 “Pengeluaran saya prioritaskan untuk kebutuhan.” Sebanyak 17 responden menjawab netral, 15 responden menjawab setuju dan 38 responden menjawab sangat setuju.

4.1.3 Uji Validitas

Uji validitas dapat digunakan dalam mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Apabila pertanyaan yang diajukan pada kuesioner mampu mengungkapkan hasil kuesioner maka kuesioner tersebut bisa dikatakan baik dan dapat digunakan. Standar validasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan standar validitas $> 0,30$ sehingga jika pernyataan memiliki nilai r hitung $> r$ tabel maka butir pernyataan dianggap valid. Standar validitas yaitu menggunakan standar kebenaran $> 0,30$. Dalam penelitian ini uji kebenaran dilakukan kepada 70 responden.

1) *Electronic payment*

Tabel 4.6
Hasil uji validitas untuk variabel *electronic payment*

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,778	0,30	VALID
X1.2	0,575	0,30	VALID
X1.3	0,704	0,30	VALID
X1.4	0,589	0,30	VALID
X1.5	0,570	0,30	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 0,30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian untuk variabel literasi keuangan dinyatakan valid.

2) Pengeluaran konsumsi

Tabel 4.7
Hasil uji validitas untuk variabel lingkungan kerja

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1.1	0,729	0,30	VALID
Y1.2	0,689	0,30	VALID
Y1.3	0,692	0,30	VALID
Y1.4	0,688	0,30	VALID
Y1.5	0,688	0,30	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 0,30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian untuk variabel literasi keuangan dinyatakan valid.

4.1.4 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner penelitian. Kuesioner dapat dinyatakan reliable jika jawaban konsisten dari waktu. Variabel dapat dikatakan reliable apabila Cronbach Alpha (α) > 0,60. Dalam melakukan perhitungan serta pengukuran aplikasi yang digunakan ialah aplikasi SPSS.

Tabel 4.8 Uji realibilitas variabel *electronic payment*

<i>Cronbach Alpha</i>	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 4.9 Uji realibilitas variabel pengeluaran konsumsi

<i>Cronbach Alpha</i>	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.

4.1.5 Uji 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 4.10
Hasil uji regresi linier sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (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.

4.16 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	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.

4.2 Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini akan dijabarkan melalui hipotesis dari penelitian sesuai dengan analisis yang sudah dilakukan sebelumnya, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut:

Melalui uji hipotesis yang dilakukan yakni H_a diterima dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} 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.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya :

Electronic Payment berpengaruh signifikan terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palopo.

5.2 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 mengefisiensikan 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. Respresentatif 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. Universitas Sumatera Utara. Medan.

- Sari, Maida Devi.2021. Pengaruh Transaksi Pembayaran *Gopay* terhadap 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.