

ANALISIS PERILAKU KONSUMSI PENGGUNA APLIKASI E-MONEY PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Rofiqoh Daliyah

S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
rofiqohdaliyah16080324026@mhs.unesa.ac.id

Finisica Dwijayati Patrikha

S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
finisicapatrikha@unesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi pengguna aplikasi *e-money* pada kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana mahasiswa aktif jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Surabaya menjadi informan pada penelitian ini. Teknik sampling yang digunakan yaitu menggunakan snowball sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara dan angket. Analisis data menggunakan reduksi data, tabulasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil yang didapatkan setelah melakukan penelitian, bahwa gaya hidup setiap mahasiswa dalam berkonsumsi berbeda-beda dan perilaku konsumtif yang mendominasi perilaku konsumsi dalam menggunakan aplikasi *e-money*. Gaya hidup para mahasiswa dalam berkonsumsi menggunakan aplikasi *e-money* sebagai alat transaksi yaitu mahasiswa mempunyai perilaku yang konsumtif sebanyak 81,8%, perilaku rasional sebanyak 77,3%, perilaku hedonis sebanyak 72,3%, dan perilaku irasional sebanyak 59,1%. Perilaku konsumtif, membeli produk jika promo, mengikuti tren, mengikuti teman. Perilaku rasional, memperhatikan pembelian sesuai dengan kebutuhan. Perilaku hedonis, membeli produk bermerk. Perilaku irasional, membeli jika belum membutuhkan barang tersebut dan hanya berdasarkan keinginannya.

Kata Kunci : perilaku konsumsi, gaya hidup, aplikasi *e-money*

Abstract

This study aims to determine how the consumption behavior of e-money application users among students. This study uses a qualitative method in which active students majoring in economic education in Surabaya State University become informants in this study. The sampling technique used is using snowball sampling. Data collected through interviews and questionnaires. Data analysis uses data reduction, tabulation, data presentation, and drawing conclusions. The results obtained after conducting research, that the lifestyle of each student in different consumption and consumptive behavior that dominates consumption behavior in using e-money applications. The lifestyle of students in consuming using e-money applications as a transaction tool that is students have a consumptive behavior of 81, 8%, rational behavior 77.3%, hedonic behavior 72.3%, and irrational behavior 59.1%. Consumptive behavior, buying a product if it's a promo, following a trend, following a friend. Rational behavior, paying attention to purchases as needed. Hedonic behavior, buying branded products. Irrational behavior, buying if you do not need the item and only based on their wishes.

Keywords:. consumption behavior, lifestyle, e-money application

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi kini mampu untuk memberikan kemudahan bagi orang-orang di era modern saat ini. Khususnya dalam bidang teknologi membuat masyarakat sudah menikmati manfaat teknologi. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran membuat pergeseran peranan uang tunai. Sistem yang memudahkan pembayaran secara langsung. Pergeseran tersebut dirasakan karena perkembangan teknologi informasi membuat bentuk pembayaran yang awalnya tunai kini menjadi non-tunai yang lebih efisien dan ekonomis, karena melalui teknologi membuat

konsumen dapat melakukan transaksi dengan mudah. Indonesia adalah salah satu negara yang mengadopsi teknologi baru seperti *fintech*. *Fintech* muncul karena perubahan gaya hidup masyarakat saat ini yang didominasi oleh pengguna internet. Berkembangnya bisnis *fintech* juga ikut mempengaruhi munculnya perusahaan yang bergerak dalam sektor keuangan digital. Salah satu produk *fintech* adalah uang elektronik (*e-money*).

Semakin berkembangnya penggunaan *e-money* di Indonesia, maka pembayaran non tunai tidak hanya

dalam bentuk kartu tetapi berbentuk lainnya seperti yang dapat tersimpan di *smartphone*. Penerbit uang elektronik tidak hanya bank saja tetapi juga lembaga selain bank seperti perusahaan telekomunikasi, perusahaan keuangan, maupun perusahaan transportasi. Salah satu produk *fintech* yang banyak digunakan untuk transaksi adalah aplikasi *e-money*. Aplikasi *e-money* merupakan alat pembayaran non tunai, dimana uang yang dipunya konsumen disetorkan terlebih dahulu oleh pemegang aplikasi *e-money* kepada pihak penerbit dan disimpan di suatu media secara elektronik serta dapat dipindahkan guna transaksi pembayaran. Dengan diciptakannya aplikasi *e-money* supaya dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi (Indriastuti dan Wicaksono, 2014). Dengan banyaknya aplikasi *e-money* yang beredar membuat para pengguna mempunyai perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan transaksi secara digital. Penggunaan aplikasi *e-money* yang paling diminati oleh masyarakat selain aplikasi non bank dan dapat digunakan melalui *smartphone* seperti OVO, GoPay, Dana, LinkAja, Doku, I-saku, dan sakuku. (<https://www.idntimes.com/>).

Menurut lembaga survei digital, Provetic, transaksi non-tunai memiliki peluang tumbuh yang besar di Indonesia. Penilaian ini didasarkan pada hasil survei yang digelar Provetic secara online pada 20-27 Februari 2018 terhadap 662 responden. Mayoritas responden berasal dari kategori usia dewasa muda atau milenial, yaitu 66 persen mulai umur 20 sampai 30 tahun, dengan proporsi gender 57 persen perempuan dan sisanya laki-laki. Berdasarkan hasil survei, 90 persen responden menyatakan mereka menggunakan transaksi non-tunai dengan melalui aplikasi *e-money* (<https://www.liputan6.com/>). Kini sistem pembayaran melalui aplikasi *e-money* memiliki pengaruh dalam kegiatan konsumsi masyarakat khususnya di era milenial yaitu pada kalangan mahasiswa karena dalam kegiatan membelanjakan produk dalam memenuhi kebutuhannya.

Seseorang akan membeli jenis kebutuhannya untuk waktu tertentu berdasarkan nilai belanja yang dikeluarkan merupakan pengeluaran untuk konsumsi. Perilaku konsumsi yang tidak menentu dirasakan oleh masyarakat khususnya mahasiswa karena dilihat bahwa pengguna *e-money* semakin banyak dan diminati membuat mahasiswa semakin mudah dalam melakukan transaksi. Menurut Samuelson & Nordhaus (dalam Tama, 2014:14) konsumsi adalah konsumen membeli produk guna supaya dapat memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan. Menurut Pujoalwanto (2014:151) konsumsi merupakan seseorang yang menggunakan produk dengan bertujuan untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Menurut Mankiw (2013) konsumsi merupakan pembelanjaan produk yang dilakukan oleh para pelaku rumah tangga, produk disini dapat berupa jasa dan barang. Dapat disimpulkan bahwa konsumsi adalah kegiatan seseorang dalam memakai ataupun pengeluaran yang dilakukan seseorang untuk membeli produk berupa jasa atau barang supaya dapat terpenuhinya kebutuhan.

Mahasiswa juga sama dengan masyarakat lainnya, mahasiswa juga melakukan kegiatan konsumsi supaya terpenuhinya kebutuhan. Hal ini yang membuat kegiatan

konsumsi pada mahasiswa berbeda-beda. Besarnya konsumsi mahasiswa dapat mempengaruhi perilaku konsumsi dalam waktu jangka panjang. Mahasiswa termasuk pada golongan ditahap yang berkembang dimana usianya mulai dari 18 sampai dengan 25 tahun. Pada tahap perkembangan ini mahasiswa dapat digolongkan sebagai remaja akhir sampai dengan dewasa awal dilihat dari perkembangan mahasiswa itu sendiri (Yusuf, 2012: 27). Selain itu, sebagai remaja yang mandiri, mahasiswa dapat mengatur kebutuhannya dalam berkonsumsi dan pendapatan yang bersumber dari orang tua ataupun penghasilan yang diperoleh dari bekerja, sehingga pada kegiatan ekonomi mahasiswa terkadang mempunyai sikap yang tidak rasional.

Mahasiswa berhadapan dengan lingkungan dimana lingkungan tersebut dapat berubah secara cepat dalam bidang apa pun itu. Transaksi yang dilakukan biasanya secara langsung dengan melalui uang tunai namun untuk saat ini dengan akses informasi dan teknologi dapat diperoleh secara cepat, bahkan transaksi saat ini hanya melalui aplikasi digital saja. Hal ini mengakibatkan perubahan nilai serta pola atau gaya hidup masyarakat Indonesia, sehingga memberikan kemudahan pada masyarakat dalam menentukan gaya hidup yang diinginkan. Menurut Sumarwan (dalam Listyorini 2012:14) menjelaskan bahwa gaya hidup sering kali digambarkan dengan kegiatan yang sedang dilakukan oleh seseorang seperti minat dan menggambarkan perilaku seseorang dengan bagaimana mereka bisa memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Sedangkan Kotler dan Keller (2016:192) mengemukakan bahwa pengertian gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.

Kebutuhan konsumsi mahasiswa terkadang hanya berpusat pada bidang pendidikan saja, seperti kebutuhan adanya biaya print untuk tugas, fotokopi untuk tugas maupun yang lainnya, biaya internet guna menunjang tugas ataupun kegiatan pendidikan lainnya. Kegiatan konsumsi non pangan pada mahasiswa dapat dikelompokkan yaitu dengan biaya internet ataupun pulsa sebagai komunikasi dan mengerjakan tugas, biaya transportasi. Khusus mahasiswa perantauan yang tinggal di kost dan jauh dari keluarga, pola konsumsi mereka jelas berbeda lagi. Oleh karena itu mahasiswa yang bertempat tinggal di kost dengan mempunyai pengeluaran yang banyak dan rutin, contohnya dengan biaya untuk kehidupan sehari-hari yaitu biaya listrik, biaya air, maupun makan sehari-hari. Hal tersebut yang membuat gaya hidup mahasiswa dalam berperilaku konsumsi berbeda-beda.

Perilaku konsumsi pada setiap orang pasti berbeda dengan perilaku konsumsi orang lain. Hal ini, disebabkan perilaku konsumsi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal disini berasal dari diri konsumen sendiri, seperti selera konsumen, pendapatan setiap konsumen, kebiasaan yang dilakukan konsumen, serta motivasi. Sedangkan faktor eksternal kebalikan dari faktor internal yaitu berasal dari lingkungan sekitar konsumen atau berasal dari diri luar konsumen itu sendiri, seperti

kebudayaan lingkungan sekitar, harga produk, status sosial, mode barang ataupun barang pengganti.

Sebagian besar mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi mempunyai ilmu murni dan pendidikan yang tidak didapati oleh jurusan lainnya. Perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi sering kali berperilaku kurang rasional dalam berkonsumsi. Dalam hal ini yang membuat mahasiswa jurusan pendidikan kurang memperhatikan perilakunya dalam berkonsumsi sedangkan ilmu yang didapatnya selaras dengan perekonomian saat ini. Sebagian besar mahasiswa lebih mengutamakan kebutuhan yang lainnya dibandingkan kebutuhan primernya seperti kebutuhan perkuliahan. Dengan hadirnya pembayaran non tunai seperti adanya aplikasi e-money dapat meningkatkan efisiensi dalam mengatur pola hidup perilaku konsumsi mahasiswa.

Universitas Negeri Surabaya berhasil mencetak mahasiswanya untuk menjadi lulusan sebagai praktisi dan sebagai pendidik. Untuk itu universitas negeri Surabaya mempunyai kelebihan dibandingkan universitas lainnya yang berada di Surabaya. Ilmu yang didapatkan di fakultas ekonomi tidak hanya berupa ilmu ekonomi secara murni saja tetapi terdapat tambahan yaitu dari segi pendidikannya. Oleh karena itu diharapkan mahasiswa fakultas ekonomi dapat menyesuaikan perilaku konsumsinya dengan ilmu yang telah didapatkannya. Agar mahasiswa tidak memiliki perilaku konsumsi yang negatif.

Dengan hadirnya pembayaran non tunai seperti adanya aplikasi e-money dapat meningkatkan efisiensi dalam mengatur pola hidup perilaku konsumsi mahasiswa. Adanya aplikasi e-money yang ada semakin banyak dan berkembang membuat perilaku konsumsi pengguna terutama mahasiswa memiliki pola perilaku konsumsi yang berbeda-beda. Semakin banyak e-money yang beredar di kalangan mahasiswa dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa karena dengan adanya e-money membuat transaksi menjadi lebih efisien dan lebih mudah dalam membelanjakan uangnya untuk kegiatan ekonomi (Ramadani, 2016: 2). Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di jurusan pendidikan ekonomi pada fakultas ekonomi universitas negeri Surabaya.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu "Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi e-money?". Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa dalam kelompok perilaku konsumtif, perilaku hedonis, perilaku rasional, perilaku irasional. Dengan membatasi mahasiswa aktif jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Surabaya, yang mempunyai minimal dua aplikasi e-money pada *smartphone*, dan sudah melakukan minimal tiga kali transaksi melalui digital. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa dalam menggunakan aplikasi e-money, apakah termasuk ke dalam kelompok perilaku konsumtif, perilaku hedonis, perilaku irasional, dan perilaku rasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan supaya dapat mengetahui tujuan dalam pola berperilaku konsumsi mahasiswa khususnya mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri Surabaya dalam menggunakan aplikasi *e-money*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian eksploratori serta melalui pendekatan kualitatif. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena dengan metode kualitatif peneliti memperoleh gambaran deskriptif mengenai permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti. Penelitian kualitatif dipilih untuk dapat mengumpulkan data dan memperoleh data secara deskriptif sehingga bisa digunakan dalam menganalisis pola perilaku konsumsi pengguna *e-money* pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Dalam penelitian ini data yang diperoleh melalui wawancara, dan angket. Untuk menemukan hasil penelitian maka ada beberapa cara ataupun langkah-langkah yang harus dilakukan oleh peneliti seperti pengumpulan data, analisis data, penyusunan laporan dan penarikan kesimpulan. Wawancara dilakukan pada bulan Februari 2020 dan angket dilakukan pada bulan April 2020. Angket yang digunakan berupa angket dikotomi, angket dilakukan selamapen peliti belum merasa cukup dalam pengumpulan data. Jika peneliti merasa cukup dalam pengumpulan data, maka angket akan ditutup. Dalam melakukan proses tersebut berguna untuk bisa mendapatkan hasil data secara objektif.

Dalam penentuan sampel pertama dipilih seseorang atau bisa lebih dengan dua orang tetapi jika peneliti merasa data yang diinginkannya kurang lengkap maka peneliti dapat mencari orang lain yang dapat melengkapi data dengan menggunakan data yang telah diberikan oleh orang sebelumnya (Sugiyono 2019). Teknik sampling, peneliti menggunakan *snowball sampling* dengan menggunakan wawancara mandalam. Peneliti dapat menentukan responden berdasarkan permasalahan yang akan diteliti mengenai perilaku konsumsi pengguna e-money pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Pengambilan subjek dilakukan pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri Surabaya jurusan pendidikan ekonomi yang masih aktif dimana dibagi menjadi empat Program Studi yaitu pendidikan ekonomi, pendidikan akuntansi, pendidikan administrasi perkantoran, dan pendidikan tata niaga. Populasinya adalah mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi yang masih aktif. Peneliti mengambil sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu pernah menggunakan e-money selain non bank minimal sebanyak 3 kali transaksi dan mempunyai lebih dari 2 aplikasi e-money yang ada di *smartphone*, guna untuk memperkuat masalah penelitian. Sampel diambil berdasarkan angket dan wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti.

Sumber data yang dipilih yaitu data sekunder dan data primer. Pada penelitian ini data primer yang digunakan yaitu melalui angket atau kuesioner, dan wawancara secara langsung pada pengguna e-money. Data sekunder dalam penelitian ini bisa berbentuk literasi baik jurnal maupun buku. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur disini dilakukan agar mendapatkan data mengenai karakteristik perilaku konsumsi mahasiswa

yang menggunakan aplikasi *e-money*. Peneliti memilih angket sebagai data pelengkap untuk wawancara, angket dikotomi dilakukan agar mendapatkan data mahasiswa yang sudah diwawancara cenderung dalam kelompok perilaku konsumsi apa.

Dengan menggunakan penelitian kualitatif, maka hasil dari analisis data berupa deskriptif yaitu uraian kata-kata tertulis dari data dan informasi yang diperoleh peneliti yang nantinya dirangkai dalam satuan kalimat yang padu dan sistematis. Langkah-langkah melakukan analisis data adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data merupakan cara memilih hal-hal yang dapat memfokuskan topik penelitian dengan mencari pola dan tema serta perlu membuang hal-hal yang tidak sesuai. Oleh sebab itu data yang sudah direduksi dapat memberikan kejelasan serta mempermudah peneliti untuk dapat mengumpulkan data selanjutnya. Reduksi data dibagi menjadi 2 yaitu:

a) *Editing*

Dilakukan dengan memeriksa angket yang sudah terkumpul melalui responden, dengan mengurangi kesalahan saat kuisioner.

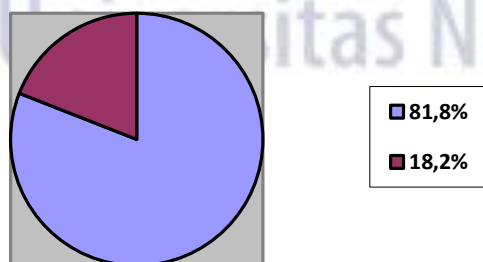
b) *Coding*

Coding disini dengan memberikan kode pada jawaban responden dengan tujuan supaya mempermudah peneliti.

2. Tabulasi merupakan langkah yang dilakukan melalui data yang dimasukkan kedalam tabel yang sudah ditentukan oleh peneliti supaya dapat menghitung jumlah kasus dengan berbagai kategori.
3. Penyajian data. Pada penyajian data dapat berupa bentuk bagan, hubungan antar kategori, uraian singkat mengenai hasil jawaban responden atau dapat bisa berupa bagan, *flowcart* dan sejenisnya. Peneliti menyajikan data menggunakan uraian singkat.
4. Penarikan kesimpulan. Pada kesimpulan ini dapat berubah karena jika bukti yang ditemukan belum kuat dan belum mendukung pengumpulan data berikutnya atau masih bersifat sementara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Menggunakan Aplikasi *E-Money* Dalam Bertransaksi



Berdasarkan hasil wawancara beserta dengan angket yang telah dilakukan terhadap para mahasiswa,

pola perilaku konsumsi mahasiswa yang awalnya transaksi secara langsung dengan menggunakan uang tunai dan sekarang transaksi bisa dilakukan melalui digital membuat mahasiswa lebih konsumtif dalam berbelanja. Hal ini dikarenakan dengan banyaknya promo yang ditawarkan oleh aplikasi *e-money* dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Data menunjukkan bahwa 81,8% mahasiswa yang menggunakan aplikasi *e-money* mempunyai perilaku konsumtif, karena berdasarkan angket yang disebar 81,8% mahasiswa menjawab ya mengenai pembelian yang dilakukan karena adanya promo. Perilaku konsumtif disini adalah perilaku yang dilakukan untuk mengkonsumsi produk yang sebenarnya kurang diperlukan. Gaya hidup mahasiswa yang menyesuaikan dengan tren serta mengikuti teman dalam berbelanja membuat individu menjadi konsumtif dalam berbelanja. Mahasiswa yang mempunyai perilaku konsumtif maka ia akan mengesampingkan kebutuhannya dan ingin memenuhi keinginannya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa mahasiswa yang mengesampingkan kebutuhan akan membeli barang yang sedang di inginkannya jika barang tersebut sedang promo.

GH.03.12	
Apakah anda sering bertransaksi melalui aplikasi e-money karena adanya diskon atau promo?	Iya, jika ada promo cashback atau potongan harga saya selalu beli, apalagi jika barang tersebut merupakan barang kesukaan saya

GH.03.13	
Apakah anda memperhatikan kebutuhan yang lebih utama dalam bertransaksi melalui aplikasi e-money?	Iya, terkadang saya lebih mengutamakan kebutuhan tetapi terkadang saya juga mengesampingkan kebutuhan karena pada aplikasi e-money banyak promo barang yang sedang saya inginkan

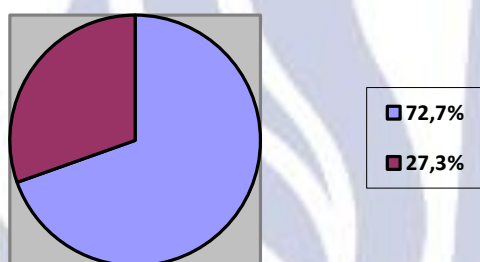
Gaya hidup mahasiswa juga bergantung dengan konsumsi ia saat berbelanja, jika gaya hidup mahasiswa tersebut mudah untuk berbelanja dan belum memenuhi kebutuhannya, maka gaya hidup mahasiswa tersebut akan menjadi konsumtif. Mahasiswa yang mempunyai gaya hidup mengikuti perkembangan tren, maka ia tidak akan ketinggalan tren untuk saat ini. Oleh karena itu ia akan mengupdate produk yang ia rasa sudah ketinggalan tren, hal tersebut menyebabkan mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif.

Berdasarkan isi angket yang sudah disebar oleh peneliti bahwa mahasiswa cenderung membeli dengan mengikuti teman, adanya promo, serta mengikuti tren. Mahasiswa memilih aplikasi *e-money* untuk bertransaksi berdasarkan banyaknya promo yang ditawarkan oleh aplikasi *e-money*, serta harga yang ditawarkan aplikasi *e-money* lebih murah dan adanya banyak *cashback* disetiap

transaksi. Hal ini yang menyebabkan mahasiswa mempunyai perilaku cenderung konsumtif.

Dengan membiasakan dirinya untuk membeli produk berdasarkan keinginannya maka akan cenderung konsumtif. Untuk itu dalam memenuhi kebutuhannya mahasiswa saat ini melakukan hal yang menyimpang seperti halnya beranggapan bahwa yang terpenting adalah kebutuhannya sendiri dapat terpenuhi. Para mahasiswa yang berperilaku konsumtif mengakibatkan kecenderungan materialistik, karena membeli barang guna untuk dapat memiliki barang dengan tidak memperhatikan kebutuhannya dan dilakukan untuk mendorong keinginan supaya dapat memenuhi hasrat kesenangan semata. Mahasiswa yang konsumtif akan cenderung berperilaku hedonis karena karakteristik seseorang yang berperilaku hedonis adalah cenderung impulsif, cenderung menjadi pengikut, lebih irasional, cenderung konsumtif

Perilaku Hedonis Mahasiswa Dalam Menggunakan Aplikasi E-Money Dalam Bertransaksi



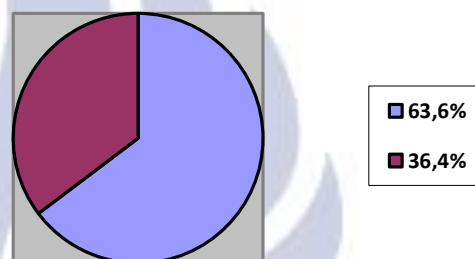
Berdasarkan hasil wawancara beserta angket yang telah dilakukan terhadap para mahasiswa. Pola perilaku konsumsi mahasiswa yang hedonis membuat dirinya cinta akan barang-barang yang bermerek. Hal ini ditunjukkan melalui data angket yang sudah disebar oleh peneliti, bahwa 72,7% mahasiswa tertarik dengan membeli barang-barang merek untuk memenuhi keinginannya. Barang-barang merek dibeli karena untuk memenuhi barang koleksi yang dipunyainya. Gaya hidup yang hedonis membuat mahasiswa cinta akan barang bermerek, membeli barang bermerek tanpa memperhitungkan harga. Berdasarkan isi angket yang sudah disebar oleh peneliti bahwa para pengguna aplikasi e-money lebih menyukai untuk membeli barang *fashion*.

Berdasarkan hasil wawancara pada mahasiswa bahwa mereka berbelanja barang koleksi dengan brand terkenal guna memenuhi koleksi yang dipunyainya supaya bisa menunjukkan ke teman-temanya bahwa mereka mempunyai barang brand.

PH.12.10	
Apakah dalam berbelanja anda sering membeli barang-barang brand tertentu melalui pembayaran dengan aplikasi e-money?	Iya, karena saya mempunyai koleksi tas brand. Pake e-money itu menguntungkan karna ada promo jadi saya bisa membeli tas-tas brand saya supaya bisa dipakai

	untuk kuliah ataupun untuk koleksi saya
--	---

Pada wawancara dengan mahasiswa yang mempunyai perilaku konsumsi hedonis, mereka mempunyai keinginan yang harus dipenuhi dalam mengoleksi barang branded. Pada angket yang sudah disebar bahwa adanya promo dan mengikuti tren merupakan faktor dalam perilaku hedonis berkonsumsi. Jika seseorang membeli barang bermerek karna adanya promo dan dilakukan secara berulang-ulang maka menjadikannya berperilaku hedonis. Para mahasiswa yang menggunakan aplikasi *e-money* untuk bertransaksi adalah mayoritas perempuan.

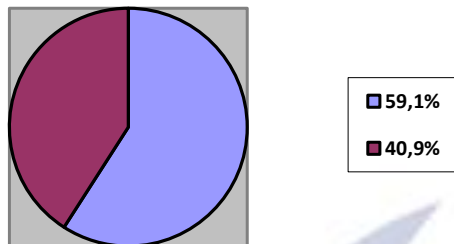


Berdasarkan data yaitu 63,6% pengguna aplikasi *e-money* adalah perempuan. Dengan fitur aplikasi *e-money* yang dapat mempermudah pembelinya untuk melakukan transaksi digital dengan cepat dan aman, membuat mahasiswa dengan mayoritas pengguna perempuan melakukan transaksi secara digital. Seringnya intensitas bertransaksi secara digital guna untuk membeli barang koleksi khususnya barang bermerek membuat mahasiswa menjadi hedonis. Adanya *cashback* yang membuat dorongan mahasiswa untuk berbelanja produk-produk bermerek. Perkembangan tren yang membuat barang *fashion* terus *update* setiap saat, sehingga mahasiswa melakukan pembelian tersebut secara digital. Aplikasi *e-money* juga bisa digunakan untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan onlineshop sebagai perantara tanpa mengunjungi outlet tokonya secara langsung.

Berdasarkan angket yang sudah disebar peneliti bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan aplikasi *e-money* untuk bertransaksi barang koleksinya yang merupakan barang-barang branded. Mahasiswa yang mempunyai pola hidup berperilaku hedonis hanya beranggapan bahwa sesuatu yang baik bila sesuai dengan kesenangannya saja yang diperolehnya. Mahasiswa yang mempunyai perilaku konsumtif akan menjadikannya mempunyai perilaku hedonis karena perilaku hedonis mengajarkan bagaimana membeli barang-barang yang bermerek tanpa memperhatikan kebutuhan konsumen itu sendiri dan hanya untuk kesenangannya saja. Bagi mahasiswa yang mempunyai perilaku hedonis bahwa tidak penting atautkah tidaknya barang tersebut yang terpenting adalah dapat memenuhi hasratnya dalam membeli barang-barang bermerek. Mahasiswa cenderung

berorientasi bergaya hidup glamor dan suka bersenang-senang.

Perilaku Irasional Mahasiswa Dalam Menggunakan Aplikasi *E-Money* Dalam Bertransaksi

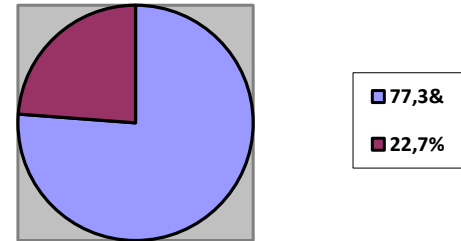


Para mahasiswa mengungkapkan bahwa dengan adanya aplikasi *e-money* membuat transaksi lebih mudah, cepat, dan aman. Adanya aplikasi *e-money* dengan promo yang ditawarkan seperti adanya *cashback* membuat mahasiswa untuk membeli produk yang awalnya tidak ingin beli kemudian ingin membelinya. Pada hasil angket yang telah disebar bahwa 59,1% mahasiswa melakukan pembelian seperti membeli tisu gratis atau beli satu ataupun membeli kue dengan promosi beli satu gratis satu. Hal tersebut yang membuat mahasiswa mempunyai perilaku konsumsi yang irasional, karena membeli disaat ia belum membutuhkan barang tersebut dan hanya berdasarkan keinginannya saja. Mahasiswa dapat dikatakan sebagai remaja yang sudah mandiri dengan mengatur kebutuhan sesuai kegiatan berkonsumsi dan pendapatan yang bersumber dari orang tua ataupun penghasilan yang diperoleh dari bekerja, sehingga dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi sering kali tidak rasional.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti bahwa mahasiswa cenderung membeli barang yang sedang promo meskipun belum membutuhkannya, seperti membeli produk beli dua gratis satu. Oleh sebab itu mahasiswa cenderung berperilaku irasional dalam kegiatan berkonsumsi.

PI.14.21	
Apakah anda pernah membeli barang promo meski saat ini belum anda butuhkan?	Iya, biasanya jika saya ke mall tujuan awalnya membeli buku tetapi waktu lewat Watson saya lihat ada promo lipstick padahal lipstick saya masi ada tetapi saya beli saja karena mumpung ada promo

Perilaku Konsumsi Rasional Mahasiswa Dalam Menggunakan Aplikasi *E-Money* Dalam Bertransaksi

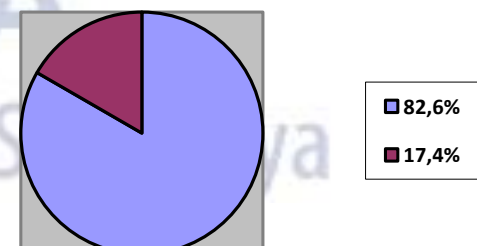


Mahasiswa memperoleh pendidikan yang telah didapatkannya saat di kampus dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari baik di lingkungan kampus maupun di lingkungan tempat tinggal mereka. Mahasiswa akan melakukan kegiatan konsumsinya sesuai dengan kebiasaan maupun keteladanan yang diperoleh baik dalam lingkungan pendidikan maupun lingkungan sekitar mereka. Adanya pendidikan ekonomi dalam kampus maupun diluar lingkungan kampus mahasiswa dapat berperilaku sesuai dengan rasionalitas ekonomi mereka. Berdasarkan hasil wawancara dan angket, bahwa 77,3% mahasiswa mempunyai perilaku rasional dalam berkonsumsi untuk dapat memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa terdapat mahasiswa yang hanya menggunakan aplikasi *e-money* untuk melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan primernya saja.

PR.04.07	
Apakah anda menggunakan aplikasi e-money hanya untuk memenuhi kebutuhan primer anda?	Iya, karena saya tidak seberapa membutuhkan aplikasi e-money jadi saya membutuhkannya hanya untuk kebutuhan primer saya

Berperilaku rasional dalam berkonsumsi terjadi apabila seseorang mampu mempertimbangkan semua aspek atau pilihan yang memberinya utilitas paling tinggi dalam melakukan konsumsi. Dalam hasil wawancara yang dilakukan bahwa mahasiswa menggunakan aplikasi *e-money* hanya untuk memenuhi kebutuhan primernya saja.



Berdasarkan hasil angket yang disebar peneliti bahwa 82,6% mahasiswa masih memperhatikan kebutuhannya dibandingkan kepentingannya dalam melakukan pembelanjaan. Oleh karena itu mahasiswa memiliki sikap rasional dalam kegiatan berkonsumsi. Perilaku rasional pada mahasiswa terwujud ketika

mereka dapat memilah kebutuhan dan keinginan dalam berkonsumsi secara optimal disertai pengambilan keputusan yang tepat. Pada angket yang dilakukan bahwa mahasiswa memperhitungkan kebutuhannya terlebih dahulu seperti, jika sedang sakit dan harga obat yang semula mudah didapatkan kemudian menjadi langka dan mahal, maka mahasiswa akan membeli obat tersebut karena ia sedang membutuhkannya untuk kesehatan. Mahasiswa yang mempunyai perilaku rasional dapat memilah kebutuhan dan keinginan secara tepat disertai pertimbangan dengan pemikiran yang lebih rasional sebelum melakukan konsumsi.

KESIMPULAN

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan mengenai perilaku konsumsi mahasiswa dalam melakukan transaksi melalui aplikasi e-money bahwa setiap mahasiswa mempunyai perilaku konsumsi yang berbeda-beda dalam setiap melakukan transaksi. Perilaku konsumsi mahasiswa yang dominan adalah perilaku konsumtif, hal ini ditunjukkan bahwa 81,8% mahasiswa cenderung untuk berperilaku dengan mengkonsumsi produk yang kurang diperlukan. Mahasiswa yang memiliki kegiatan konsumsi rasional sebanyak 77,3%, perilaku hedonis 72,3%, dan perilaku irasional sebanyak 59,1%.

Perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi dalam menggunakan aplikasi e-money untuk bertransaksi didominasi dengan perilaku konsumtif. Promosi pada aplikasi e-money seperti adanya cashback, potongan harga, dan masa berlaku yang tidak terbatas sebagai stimulus, konsumen khususnya mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Surabaya sebagai organisme, dan reaksi konsumen seperti bertransaksi menggunakan aplikasi e-money sebagai respons.

Aplikasi e-money mampu menciptakan stimulus seperti promosi yang membuat mahasiswa tergiur untuk berbelanja, mudah digunakan, bisa menghemat waktu dalam berbelanja. Hal tersebut membuat mahasiswa sering melakukan pembelian melalui aplikasi e-money. Dengan terbiasanya mahasiswa untuk bertransaksi melalui aplikasi e-money baik untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, hal ini yang menjadikan mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif. Seringnya berbelanja dengan mengutamakan keinginannya dan mengesampingkan kebutuhannya yang membuat mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif. Seperti adanya *cashback* 25% dalam produk *fashion*, sedangkan pada produk peralatan mandi hanya *caschback* sebesar 10%. Maka mahasiswa akan membeli keinginannya terlebih dahulu dan mengesampingkan kebutuhannya, dikarenakan tergiur adanya promosi.

DAFTAR RUJUKAN

Basuki, P. (2014). *Perekonomian Indonesia*. Graha Ilmu.

Laila, R. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>

Transaksi Nontunai Punya Peluang Pertumbuhan Besar, (2018).

<https://www.liputan6.com/teknoread/3394706/transaksi-nontunai-punya-peluang-pertumbuhan-besar>

Mankiw, N. G. (2013). *Pengantar Ekonomi Makro*. Salemba Empat.

Maya, I., & Rizki, H. (2014). Influencers E-Money in Banking Sector. *Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 4(2), 10–17.

Philip, K., & Kevin Lane, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Prentice Hall.

Sari, L. (2012). Analisis faktor- faktor gaya hidup dan pengaruhnya terhadap pembelian rumah sehat sederhana. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 12–24.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syamsu, Y. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Remaja Rosdakarya.

Tama Taufik Ridony. (2014). Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. In *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.4324/9781315853178>

7 Pilihan Aplikasi E-Money di Indonesia, Kamu Paling Suka yang Mana, (2019). <https://www.idntimes.com/tech/trend/nena-zakiah-1/macam-aplikasi-emoney-di-indonesia/7>