

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teori

1. Uang Elektronik

a. Pengertian Uang Elektronik

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, termasuk pada sistem pembayaran memberikan inovasi sehingga dapat membantu masyarakat dalam bertransaksi menjadi lebih mudah dan efisien, salah satu inovasi sistem pembayaran di Indonesia yaitu uang elektronik atau *electronic money (e-money)*. Menurut Firmansyah dan Dacholfany (2018, hlm. 80) uang elektronik merupakan uang berbentuk non fisik yang telah disetorkan kepada penerbit uang elektronik kemudian nilai uangnya disimpan dalam suatu media berupa media elektronik dan diakui secara sah sebagai alat pembayaran yang digunakan dalam melakukan transaksi. Uang elektronik memiliki fungsi sebagai alat pembayaran yang berbentuk uang non fisik kepada pedagang yang telah bekerja sama dengan penerbit uang elektronik, nilai uang elektronik akan tersimpan pada media server atau chip yang berasal dari penyetoran nilai uang yang dilakukan oleh pengguna uang elektronik (Usman, 2017, hlm. 140).

Pengertian uang elektronik menurut Bank of International Settlements (1996, hlm. 1) menjelaskan bahwa "*E-money products are defined here as "stored-value" or "prepaid" products in which a record of the funds or "value" available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer's possession.*" Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik, menjelaskan uang elektronik secara rinci sebagai berikut:

Uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- b. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip; dan
- c. nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

Berdasarkan pengertian mengenai uang elektronik, dapat disimpulkan bahwa uang elektronik merupakan alat pembayaran berbentuk non fisik produk *store value* atau *prepaid* yang tersimpan dalam suatu media elektronik server atau kartu chip dengan nilai uang yang telah disetorlan kepada penerbit dan dapat digunakan pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran secara non tunai kepada pedagang yang telah bekerja sama dengan penerbit uang elektronik.

b. Uang Elektronik Dalam Pandangan Islam

Uang elektronik syariah diatur oleh Majelis Ulama Indonesia dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nasional NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik. Menurut Tarantang, Kurniawan dan Firdaus (2020, hlm. 8-9) uang elektronik pada dasarnya memiliki fungsi yang sama dengan uang tunai yaitu sebagai alat pembayaran yang sah atas transaksi jual beli barang atau jasa. Dalam perspektif syariah hukum uang elektronik adalah halal. Kehalalan uang elektronik berlandaskan kepada kaidah sebagai berikut:

- 1) Setiap transaksi dalam muamalah pada dasarnya diperbolehkan kecuali jika terdapat dalil yang mengharamkannya, sehingga hukumnya berubah menjadi haram. Uang elektronik harus memenuhi kriteria dan ketentuan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah
- 2) Adanya tuntutan kebutuhan manusia terhadap uang elektronik, dan pertimbangan kemaslahatan yang ada di dalam uang elektronik.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nasional NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah menyebutkan “Uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah”. Firmansyah dan Dacholfany (2018, hlm. 244-246) menjelaskan prinsip-prinsip syariah dalam penyelenggaraan transaksi uang elektronik yaitu sebagai berikut:

- 1) Tidak Mengandung *Masyir* (unsur perjudian, untung-untungan, atau spekulatif yang tinggi)

Uang elektronik tidak boleh mengandung unsur *masyir* atau perjudian, oleh karena itu penyelenggaraan uang elektronik didasarkan kepada kemaslahatan dan kebutuhan terhadap uang elektronik sehingga transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien.

2) Tidak Menimbulkan *Riba*

Transaksi uang elektronik merupakan transaksi tukar-menukar atau jual beli barang ribawi, yaitu menukar nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik dalam bentuk rupiah. Jenis riba yang terjadi dalam transaksi uang elektronik yaitu

- a) *Riba al-fadl* yaitu tambahan atas salah satu atau dua barang yang dipertukarkan dalam pertukaran barang ribawi atau sejenis, sehingga dalam pertukaran nilai uang tunai dengan uang elektronik harus memiliki jumlah yang sama baik dalam kualitas maupun kuantitas nilai uangnya, jika nilai uang dalam uang tunai dan elektronik berbeda maka termasuk dalam *riba al-fadl*.
- b) *Riba al-nasiah* yaitu penundaan penyerahan salah satu atau dua barang yang dipertukarkan dalam jual beli barang ribawi yang sejenis, sehingga dalam pertukaran antara nilai uang tunai dan uang elektronik harus dilakukan secara tunai (*taqabudh*), jika tidak secara tunai atau dilakukan penangguhan pembayaran maka termasuk dalam *riba al-nasiah*.

3) Tidak Mendorong *Israf* (Pengeluaran yang Berlebihan)

Uang elektronik pada dasarnya digunakan sebagai alat pembayaran retail atau mikro, agar terhindar dari *Israf* (pengeluaran yang berlebihan) dalam konsumsi maka penggunaan uang elektronik perlu dilakukan pembatasan jumlah nilai uang elektronik dan batas maksimal total nilai transaksi uang elektronik dalam periode tertentu.

4) Tidak Digunakan untuk Transaksi objek Haram atau Maksiat

Uang elektronik sebagai alat pembayaran dengan menggunakan prinsip Syariah, maka uang elektronik tidak boleh digunakan untuk pembayaran transaksi objek yang mengandung unsur haram dan maksiat, yaitu barang yang dilarang digunakan atau dimanfaatkan menurut hukum Islam.

c. Jenis Uang Elektronik

Uang elektronik memiliki beberapa jenis yang dapat digunakan oleh pengguna sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Firmansyah dan Dacholfany

(2018, hlm. 83-84) uang elektronik berdasarkan pencatatan data identitas pengguna uang elektronik sebagai berikut:

1) *Registered*

Pengguna dengan pencatatan data uang elektronik *registered*, yaitu pengguna yang sudah mendaftarkan identitasnya dan sudah tercatat pada penerbit, sehingga nilai uang yang tersimpan pada uang elektronik yang telah *registered* sebesar Rp2.000.000,00. Pengguna uang elektronik *registered* juga dapat menikmati fasilitas yang lebih banyak dibandingkan pengguna *unregistered*, fasilitas yang disediakan diantaranya yaitu registrasi pemegang, pengisian kembali nilai uang elektronik (*top up*), melakukan pembayaran transaksi, dapat melakukan pembayaran berbagai jenis tagihan dengan menggunakan uang elektronik, melakukan perpindahan dana uang elektronik, melakukan penarikan nilai uang elektronik secara tunai, menerima penyaluran dana yang bersumber dari bantuan pemerintah, dan fasilitas lain yang telah disetujui oleh Bank Indonesia.

2) *Unregistered*

Pengguna dengan pencatatan data uang elektronik *unregistered* yaitu pengguna yang tidak mendaftarkan data identitasnya kepada penerbit uang elektronik sehingga data pengguna tidak tercatat di penerbit. Pengguna uang elektronik *unregistered* mendapatkan fasilitas yang dapat digunakan yaitu pengisian kembali nilai uang elektronik (*top up*), melakukan transaksi pembayaran, melakukan pembayaran tagihan dan fasilitas lain yang disetujui oleh Bank Indonesia dengan nilai maksimal uang elektronik yang dapat tersimpan dalam media elektronik sebesar Rp1.000.000,00.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik, terdapat 2 jenis uang elektronik berdasarkan lingkup penyelenggaraannya yaitu:

1) *Closed Loop*

Uang elektronik *closed loop* atau uang elektronik dengan sistem pembayaran tertutup merupakan alat pembayaran yang terbatas sehingga hanya dapat digunakan kepada *merchant* penyedia barang dan jasa yang merupakan penerbit uang elektronik.

2) *Open Loop*

Uang elektronik *open loop* atau uang elektronik dengan sistem pembayaran terbuka merupakan alat pembayaran yang dapat digunakan kepada berbagai *merchant* penyedia barang dan jasa selain penerbit uang elektronik.

Uang elektronik berdasarkan media penyimpanan menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik, terbagi menjadi 2 yaitu:

1) *Server Based*

Uang elektronik *server based* atau berbasis server nilai uang elektronik pengguna tersimpan dalam *server* atau *database* penerbit, sehingga transaksi dapat dilakukan secara *online* dengan membutuhkan media *smartphone*.

2) *Chip Based*

Uang elektronik *chip based* atau berbasis chip nilai uang elektronik pengguna tersimpan dalam media *chip* yang terdapat pada sebuah kartu yang dikelola oleh penerbit, sehingga transaksi uang elektronik dengan jenis ini dapat dilakukan secara *offline*.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa uang elektronik terbagi dalam beberapa 3 jenis, yang pertama berdasarkan pencatatan identitas pengguna terbagi menjadi dua yaitu pengguna uang elektronik *registred* yaitu data pengguna tercatat pada penerbit dengan fasilitas yang ditawarkan oleh penerbit lebih banyak dan pengguna uang elektronik *unregistred* yaitu data pengguna tidak tercatat sehingga fasilitas yang dapat digunakan terbatas, yang kedua berdasarkan lingkup penyelenggaraannya yaitu uang elektronik *closed loop* yang hanya dapat digunakan kepada *merchant* penyedia barang dan jasa yang merupakan penerbit dari uang elektronik tersebut dan uang elektronik *open loop* dapat digunakan kepada berbagai *merchant* penyedia barang dan jasa selain penerbit uang elektronik, dan jenis uang elektronik yang terakhir yaitu berdasarkan media penyimpanan yaitu *server based* yang nilai uangnya tersimpan pada media server sehingga transaksinya dapat dilakukan secara *online* dan *chip based* yang nilai uangnya tersimpan pada satu *chip* pada terdapat pada kartu sehingga transaksi dilakukan secara *offline*.

d. Pihak-pihak Penyelenggara Uang Elektronik

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik terdapat pihak yang mendukung penyelenggaraan uang elektronik di Indonesia di antaranya yaitu:

1) Penerbit

Penerbit merupakan pihak yang menerbitkan uang elektronik.

2) *Acquirer*

Acquirer adalah pihak yang melakukan kerjasama dengan jasa penyedia barang atau jasa sehingga mampu memproses transaksi uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak selain *acquirer* yang bersangkutan dan bertanggung jawab terhadap penyelesaian pembayaran kepada penyedia barang atau jasa.

3) Prinsipal

Prinsipal adalah pihak yang memiliki tanggung jawab atas penerusan data transaksi uang elektronik melalui jaringan, pelaksanaan perhitungan hak dan kewajiban, penyelesaian pembayaran, dan penetapan mekanisme dan prosedur bisnis, antar anggotanya yang berperan sebagai penerbit atau *Acquirer* dalam transaksi uang elektronik.

4) Penyelenggara *Switching*

Penyelenggara *Switching* adalah pihak yang menyelenggarakan kegiatan penyediaan infrastruktur yang berfungsi sebagai pusat atau penghubung penerusan data transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik.

5) Penyelenggara Kliring

Penyelenggara Kliring adalah pihak yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing masing penerbit atau *Acquirer* setelah pelaksanaan transaksi Uang Elektronik.

6) Penyelenggara Penyelesaian Akhir

Penyelenggara penyelesaian akhir adalah pihak yang melakukan dan bertanggung jawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit atau *acquirer* berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.

7) Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran

Penyelenggara jasa sistem pembayaran adalah penyelenggara jasa sistem pembayaran sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Bank Indonesia yang mengatur mengenai penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

8) Penyelenggara Penunjang

Penyelenggara penunjang adalah penyelenggara penunjang sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Bank Indonesia yang mengatur mengenai penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

9) Pengguna

Pengguna adalah pihak yang menggunakan Uang Elektronik.

10) Penyedia Barang dan/atau Jasa

Penyedia Barang dan/atau Jasa adalah pihak yang menjual barang dan/atau jasa yang menerima pembayaran dari Pengguna.

Berdasarkan pendapat yang telah dijelaskan bahwa terdapat 10 pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan uang elektronik dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik dan setiap pihak memiliki tanggung jawab dan peranan yang berbeda dalam terselenggaranya uang elektronik di Indonesia.

e. Dampak Uang Elektronik

Uang elektronik sebagai salah satu alat pembayaran non tunai yang digunakan masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran menjadi lebih praktis dan efisien. Hendarsyah (2016, hlm. 9) dalam jurnal penelitiannya menyebutkan beberapa dampak positif yang menjadi manfaat dari penggunaan uang elektronik dibandingkan dengan alat pembayaran lainnya diantaranya yaitu:

- 1) Pembayaran menggunakan uang elektronik menjadi lebih praktis, cepat, fleksibel dan nyaman dibandingkan uang tunai, khususnya pada pembayaran nilai transaksi yang relatif kecil dengan intensitas penggunaan yang tinggi seperti pembayaran parkir, tol, *fast food*, dsb.
- 2) Berbagai sarana dalam pengisian kembali nilai uang elektronik telah disediakan oleh penyedia layanan uang elektronik, sehingga apabila nilai uang pada kartu uang elektronik telah habis tidak perlu membeli kartu baru.

- 3) Tidak ada biaya transaksi yang dibebankan kepada pengguna sehingga meningkatkan kepuasan saat menggunakan uang elektronik.
- 4) Penyedia jasa uang elektronik mendapatkan penghasilan dari penggunaan uang elektronik.
- 5) Penggunaan uang elektronik yang mudah dan dapat ditemukan dimana saja.
- 6) Terdapat perlindungan hak konsumen saat menggunakan uang elektronik.
- 7) Uang elektronik dapat lebih menghemat waktu dalam melakukan pembayaran dibandingkan pembayaran menggunakan alat pembayaran menggunakan kartu (kartu ATM dan kartu kredit) karena pada uang elektronik tidak diperlukan verifikasi tambahan seperti penggunaan kode pin atau tanda tangan.
- 8) Uang elektronik dapat membantu dalam berhemat, karena nilai yang dibayarkan adalah sesuai nilai transaksi sehingga tidak ada uang kembalian yang diberikan secara tunai dan mengelola pengeluaran secara lebih baik.
- 9) Terdapat penawaran potongan harga (diskon), *cashback* dan promo-promo menarik yang ditawarkan kepada pengguna saat melakukan pembayaran menggunakan uang elektronik.
- 10) Dengan menggunakan uang elektronik, maka telah membantu mensukseskan program pemerintah *less cash society* dalam mengurangi penggunaan uang tunai di Indonesia.

Berdasarkan pendapat di atas telah disebutkan bahwa uang elektronik memiliki manfaat yang positif bagi pengguna, penyedia layanan, dan juga pemerintah, tetapi pada implementasinya uang elektronik juga memiliki kelemahan sehingga menimbulkan dampak yang negatif pada penggunaan uang elektronik yaitu:

- 1) Nilai uang yang tersimpan dalam media uang elektronik berbasis kartu dapat digunakan oleh siapa saja. Pada saat pengguna uang elektronik mengalami kehilangan atau kerusakan pada produk e-money maka pengguna tidak dapat melakukan blokir sehingga nilai uang yang masih tersimpan dalam media dapat digunakan dan disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, hal ini dikarenakan nilai uang elektronik yang bersifat prabayar sehingga seluruhnya menjadi tanggung jawab pengguna (Wahyudi dan Parsa, 2018, hlm. 73).

- 2) Penggunaan uang elektronik menyebabkan penggunanya menjadi lebih boros, karena saat menggunakan uang elektronik sehingga pengeluaran pengguna menjadi tidak terkendali dibandingkan saat menggunakan uang tunai, karena saat melakukan transaksi uang elektronik merasa seperti tidak mengeluarkan uang (Uluwiyah, 2018, hlm. 61).

Berdasarkan penjelasan pendapat ahli di atas bahwa uang elektronik sebagai inovasi dari sistem pembayaran memiliki dampak positif yang memberikan manfaat bagi kehidupan sehari-hari dan dampak negatif yang menjadi kelemahan sistem pembayaran uang elektronik, namun sebagai pengguna uang elektronik kita harus mampu menggunakan uang elektronik dengan memaksimalkan manfaatnya dan menghindari kelemahan yang dapat ditimbulkan oleh uang elektronik.

f. Indikator Penggunaan Uang Elektronik

Dalam pendekatan TAM, terdapat dua spesifik variabel yang menjadi faktor penentu dalam penerimaan penggunaan teknologi yaitu *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (kemanfaatan) (Davis dalam Firdauzi, 2016, hlm. 14). Faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan)

Menurut Davis dalam Utami dan Kusumawati (2017, hlm. 32) *perceived ease of use* atau kemudahan penggunaan adalah tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Davis dalam Yogananda dan Dirgantara (2017, hlm. 4) menyebutkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *perceived ease of use* atau kemudahan penggunaan yaitu mudah dipelajari, mudah didapatkan dan mudah dioperasikan.

- 2) *Perceived Usefulness* (Kemanfaatan)

Menurut Davis dalam Utami dan Kusumawati (2017, hlm. 32) *perceived usefulness* atau kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Davis dalam Yogananda dan Dirgantara (2017, hlm. 4) menyebutkan

indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *perceived usefulness* atau kemanfaatan dalam produk uang elektronik yaitu mempermudah transaksi pembayaran, mempercepat transaksi pembayaran, memberi keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi, memberikan rasa aman ketika melakukan pembayaran, dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan penjelasan Davis dalam Yogananda dan Dirgantara (2017, hlm.

4) indikator yang digunakan untuk mengukur penggunaan uang elektronik yang dijelaskan sebagai berikut:

1) Mudah dipelajari

Mudah dipelajari merupakan suatu kondisi dimana seorang konsumen percaya bahwa penggunaan terhadap sesuatu dapat dengan mudah untuk dipelajari (Sibuea, Oktavianthy dan Rangkuti, 2021, hlm. 637).

2) Mudah didapatkan

Uang elektronik dapat digunakan pada *merchant* yang sudah bekerjasama dengan bank atau penerbit uang elektronik. Selain itu, pengisian ulang saldo uang elektronik dapat dilakukan sangat mudah melalui bank, ATM, dan *minimarket* (Genady, 2018, hlm. 26).

3) Mudah digunakan

Uang elektronik merupakan salah satu alat pembayaran. Seseorang yang akan menggunakan uang elektronik, maka pastikan uang elektronik tersebut memiliki saldo yang cukup. Cara penggunaan uang elektronik pun mudah hanya dengan menempelkan (tap) kartu ke mesin *Electronic Data Capture* (EDC) bagi uang elektronik berbasis chip, dan bagi uang elektronik berbasisi server cukup mengatur layanan sesuai yang diinginkan (Genady, 2018, hlm. 26).

4) Mempermudah transaksi pembayaran

Uang elektronik bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi, terutama untuk transaksi berskala kecil. Keuntungan-keuntungan yang ditawarkan uang elektronik menjadi suatu hal

positif yang berdampak pada keputusan untuk menggunakan fasilitas uang elektronik tersebut (Genady, 2018, hlm. 9).

5) Mempercepat transaksi pembayaran

Dengan kecepatan dan efektifitas uang elektronik, individu mampu melakukan transaksi pembayaran dengan cepat dan efektif, tanpa perlu usaha yang lebih untuk bertransaksi sehingga dapat melakukan kegiatan lainnya selagi proses transaksi berjalan (Genady, 2018, hlm. 31).

6) Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

Manfaat penggunaan teknologi informasi didapat dari kepercayaan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa teknologi informasi tersebut akan memberikan dampak positif atau keuntungan dalam pekerjaannya (Ramadhani dalam Dewi, Herawati dan Adiputra, 2021, hlm.6-7).

7) Memberikan rasa aman ketika melakukan pembayaran

Keamanan dalam penggunaan uang elektronik, adalah pengguna merasa dilindungi baik dari kesalahan penerbit yang mengakibatkan kartu uang elektronik tidak bisa digunakan, atau merasa dilindungi dari kerusakan dan pencurian kartu uang elektronik. Dengan demikian, penyedia uang elektronik mampu memberikan rasa aman kepada pengguna saat melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik (Utami dan Kusumawati, 2017, hlm. 32).

8) Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran

Efisiensi yang diberikan dari uang elektronik antara lain pengguna tidak perlu repot mengeluarkan sejumlah uang tunai untuk proses pembayaran, hanya dengan menyerahkan uang elektroniknya dan secara langsung nominal uang elektronik yang ada akan berkurang sesuai dengan nominal yang seharusnya dibayarkan serta tercatat tanpa perlu repot untuk memberikan kembalian (Genady, 2018, hlm. 30-31).

2. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Konsumsi merupakan menggunakan suatu barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun saat konsumen mengkonsumsi suatu barang tidak didasari kebutuhan dan tidak rasional maka konsumen cenderung memiliki perilaku konsumtif. Menurut Warsidi (2010, hlm. 10) bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan dengan mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau tidak diperlukan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan.

Sumartono dalam Dikria dan Mintarti (2016, hlm. 147) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Dikria dan Mintarti (2016, hlm. 148) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana karena individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Dalam ajaran agama islam menjelaskan perilaku konsumtif atau berlebihan merupakan perilaku yang dilarang untuk dilakukan oleh umat manusia, dan dianjurkan untuk melakukan konsumsi sesuai dengan kebutuhan. Dalam Al-Qur'an disebutkan:

يٰٓبَنِيَّ اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya:

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (Q.S Al-Araf: 31)

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang membeli barang dan jasa secara berlebihan dan

tidak didasarkan atas pertimbangan rasional yang mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan terpengaruh hadiah yang ditawarkan atau karena banyak orang yang menggunakan barang atau jasa tersebut.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Enrico, Aron dan Oktavia (2014, hlm. 2) menunjukkan beberapa faktor yang mampu mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu:

1) Memenuhi Keinginan

Setiap manusia memiliki keinginan yang ingin didapatkan, mereka akan berusaha memenuhi keinginannya dengan berbagai cara. Keinginan merupakan faktor utama dalam mempengaruhi perilaku konsumtif, individu yang memiliki kecenderungan dalam berperilaku konsumtif justru akan timbul keinginan baru disaat satu keinginan telah terpenuhi.

2) Kemampuan untuk membeli.

Individu yang memiliki uang berlebih dan memiliki kemampuan untuk membeli suatu barang atau jasa, maka individu tersebut cenderung memiliki perilaku konsumtif. Hal itu dikarenakan, uang tersebut dapat digunakan untuk membeli produk yang diinginkan

3) Status sosial.

Individu yang memiliki status sosial tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif karena merasa mampu membeli barang dengan harga yang lebih mahal. Hal tersebut terjadi karena individu merasa memiliki status sosial yang berbeda dengan orang lain dan menimbulkan pemikiran bahwa produk yang digunakan harus sesuai dengan status sosialnya.

4) Penggunaan produk.

Sebuah produk memiliki jangka waktu dalam penggunaannya, setiap orang memiliki pandangan yang berbeda mengenai penggunaan sebuah produk yang masih layak digunakan, tetapi individu yang memiliki pola pikir konsumtif cenderung akan membeli produk baru ketika barang yang mereka gunakan masih dapat berfungsi dengan baik

5) Gaya Hidup

Setiap orang memiliki gaya hidup yang berbeda, faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang diantaranya adalah lingkungan keluarga. Contohnya yaitu, orang tua yang sering berbelanja dapat mempengaruhi anak-anaknya untuk berperilaku konsumtif.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu memenuhi keinginan individu karena keinginan merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif, selanjutnya yaitu individu yang memiliki kemampuan untuk membeli suatu barang atau jasa akan memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif, tingkat status sosial individu yang tinggi, penggunaan individu terhadap suatu produk dan gaya hidup.

c. Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rasyid dalam Warsidi (2010, hlm. 15) menyebutkan terdapat tiga aspek dalam perilaku konsumtif, yaitu:

1) Aspek pembeli implusif.

Pembelian implusif merupakan pembelian yang dilakukan oleh seorang individu berdasarkan dorongan emosional dalam diri individu untuk membeli produk secara spontan tanpa memperhatikan kegunaan produk tersebut.

2) Aspek pembeli tidak rasional.

Pembelian tidak rasional merupakan pembelian produk yang dilakukan untuk memenuhi keinginan tanpa memperhatikan kebutuhan dan bertujuan untuk mengikuti gengsi atau prestise semata.

3) Aspek pembelian boros atau berlebihan.

Pembelian boros atau berlebihan yaitu pembelian produk yang dilakukan oleh individu secara berlebihan dan menghambur-hamburkan uang untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa terdapat tiga aspek dalam perilaku konsumtif yaitu pembelian implusif yang didasarkan dorongan emosional individu untuk membeli suatu produk secara spontan, pembelian tidak rasional yang

dilakukan untuk memenuhi keinginan semata, dan pembelian produk secara boros atau berlebihan.

d. Dampak Perilaku Konsumtif

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2017, hlm. 113-114) menjelaskan perilaku konsumtif menimbulkan dampak positif dan negatif bagi produsen maupun konsumen. Dampak positif dari perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut:

1) Menambah lapangan pekerjaan

Ketika peningkatan konsumsi di masyarakat terhadap suatu barang, maka produsen perlu meningkatkan produksi barangnya untuk memenuhi permintaan pasar. Dalam meningkatkan produksi barang, produsen pun perlu menambah tenaga kerja baru yang bekerja untuk memproduksi barang yang diinginkan konsumen, maka dengan sikap konsumtif konsumen dapat membantu menambah lapangan pekerjaan.

2) Meningkatkan motivasi konsumen untuk meningkatkan jumlah penghasilannya

Saat individu memiliki keinginan untuk membeli suatu produk, ia pasti akan berusaha untuk membeli produknya sehingga ia pun akan memiliki motivasi dan mencari cara untuk mencari pekerjaan lain yang dapat meningkatkan penghasilannya sehingga ia mampu untuk membeli barang yang diinginkannya.

3) Menciptakan pasar bagi produsen

Seiring dengan pertambahan barang yang dikonsumsi oleh masyarakat maka produsen membaca akan terdapat pasar-pasar baru di masyarakat untuk menawarkan produk yang memenuhi keinginan konsumennya.

Perilaku konsumtif juga akan menimbulkan dampak yang negatif yang dirasakan konsumen pada khususnya, adapun dampak negatif perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut:

1) Gaya hidup menjadi boros dan menimbulkan kecemburuan sosial

Individu yang memiliki perilaku konsumtif akan membeli suatu produk berdasarkan keinginan tanpa memperhatikan harga yang mahal dan manfaat

produk yang akan diterimanya, hal ini akan membuat gaya hidup seorang individu menjadi gaya hidup yang boros dan cenderung menghambur-hamburkan uang yang dimiliki. Bagi masyarakat dengan pendapatan menengah kebawah yang kesulitan dalam memenuhi keinginannya akan timbul suatu kecemburuan sosial kepada masyarakat kelas atas yang mampu membeli suatu produk dan memuaskan keinginan terhadap produk tersebut.

2) Mengurangi kesempatan untuk menabung

Individu yang berperilaku konsumtif akan lebih memilih mengeluarkan uang membeli suatu produk agar keinginan untuk memiliki produk tertentu terpenuhi, maka dengan sikap konsumtifnya seorang individu akan melupakan untuk menabung dengan menyisihkan uangnya untuk kebutuhannya yang lain dan lebih memilih untuk membelanjakan uang tersebut untuk membeli suatu produk.

3) Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang

Ketika individu memiliki perilaku konsumtif ia akan membeli produk yang diinginkannya sehingga ia akan mengkonsumsi lebih banyak barang tanpa memikirkan kebutuhan apa yang akan ia butuhkan di masa yang akan datang.

Berdasarkan penjelasan dampak perilaku konsumtif di atas, perilaku konsumtif memberikan dampak positif yaitu menambah lapangan pekerjaan, meningkatkan motivasi konsumen untuk meningkatkan jumlah penghasilannya, dan menciptakan pasar bagi produsen. Konsumen pun merasakan dampak negatif dari perilaku konsumtif yaitu gaya hidup menjadi lebih boros dan menimbulkan kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung, dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan di masa yang akan datang. Kurniawan (2017, hlm. 114) berpendapat bahwa dampak yang timbul akibat dari perilaku konsumtif cenderung lebih banyak dampak negatif dibandingkan dampak positifnya, hal ini dikarenakan saat seorang individu menjadi boros dan pengeluaran konsumsinya pun akan lebih besar dibandingkan pendapatannya, ketidakseimbangan pendapatan dan pengeluaran ini akan menyebabkan masalah ekonomi pada seorang individu.

e. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam Dikria dan Mintarti (2016, hlm.147-148) menjelaskan indikator perilaku konsumtif yaitu :

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah.
Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik.
Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen

juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Berdasarkan penjelasan indikator perilaku konsumtif di atas bahwa konsumen yang memiliki perilaku konsumtif akan membeli suatu produk karena penawaran hadiah tertentu, lalu membeli produk karena kemasan yang menarik konsumen juga akan membeli suatu produk untuk menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk dengan pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat atau kegunaan produk tersebut, konsumen pun akan membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, membeli suatu produk dengan harga yang mahal karena munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda.

3. Hubungan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa terdapat keterkaitan antara penggunaan uang elektronik dengan perilaku konsumtif seseorang. Menurut Usman (2017, hlm. 140) uang elektronik memiliki fungsi sebagai alat pembayaran yang berbentuk uang non fisik kepada pedagang yang telah bekerja sama dengan penerbit uang elektronik, nilai uang elektronik akan tersimpan pada media server atau chip yang berasal dari penyetoran nilai uang yang dilakukan oleh pengguna uang elektronik.

Seiring dengan perkembangan teknologi khususnya pada sistem pembayaran yang ada sehingga tercipta sistem pembayaran elektronik yaitu uang elektronik yang mulai banyak digunakan oleh masyarakat, namun dengan hadirnya teknologi akan mengubah perilaku konsumen. Menurut Dwiastuti, Shinta, dan Isaskar (2012, hlm. 103) dengan adanya perkembangan teknologi yang ditandai dengan hadirnya komputer, internet dan telepon genggam turut menjadi memberi pengaruh serta mengubah perilaku konsumen.

Dengan hadirnya uang elektronik memberikan banyak kemudahan dan keuntungan saat menggunakannya yaitu melakukan transaksi menjadi lebih praktis dan nyaman dibandingkan dengan menggunakan uang tunai namun karena penggunaan uang elektronik yang praktis, nyaman, dan berbagai kemudahan yang ditawarkan ini justru membuat masyarakat khususnya mahasiswa menjadi lebih banyak bertransaksi menggunakan uang elektronik.

Menurut Prelec dan Loewenstein dalam Runnemark, Hedman dan Xiao (2015, hlm.6-7) menyebutkan mengenai konsep *The Pain of Paying* yang memiliki makna bahwa seseorang akan lebih banyak melakukan pengeluaran uang saat melakukan pembayaran dengan menggunakan instrumen yang berbeda dibandingkan pengeluaran saat menggunakan uang tunai. Berdasarkan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa saat menggunakan uang non tunai termasuk uang elektronik pengeluaran menjadi lebih besar, serta dengan adanya promo yang ditawarkan oleh penerbit uang elektronik pun menjadi salah satu penyebab meningkatnya pengeluaran konsumen dan cenderung mengarah ke perilaku konsumtif karena membeli atas dasar keinginan. Dengan melimpahnya promo dan diskon yang diberikan oleh penyedia uang elektronik menjadi salah satu daya dari uang elektronik yang tidak dapat diabaikan. Pengguna *e-money* bisa memiliki berbagai macam layanan demi mendapatkan manfaat berbagai macam promosi dan diskon yang ditawarkan oleh para penyedia *e-money* sehingga menyebabkan perilaku konsumtif dalam penggunaan uang elektronik (Dewi, Herawati, dan Adiputra, 2021, hlm 2).

Menurut Dikria dan Mintarti (2016, hlm. 148) mengartikan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas

pertimbangan yang rasional dimana karena individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan hadirnya uang elektronik sebagai inovasi teknologi pada sektor sistem pembayaran dapat mengubah perilaku konsumen menjadi lebih konsumtif, karena uang elektronik yang praktis, nyaman, dan berbagai kemudahan lainnya yang menyebabkan peningkatan penggunaan uang elektronik. Pengguna uang elektronik pun mengalami peningkatan pengeluaran dikarenakan terpengaruh promo-promo yang ditawarkan penyedia uang elektronik sehingga membeli suatu barang karena keinginan semata.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya mencari inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Azka Fikri, 2021	Pengaruh Penggunaan <i>Shopeepay</i> Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU	Universitas Sumatera Utara	Pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian korelasional.	Terdapat pengaruh antara penggunaan <i>ShopeePay</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU.	1. Variabel Y yaitu perilaku konsumtif. 2. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif.	1. Variabel X yaitu penggunaan <i>Shopeepay</i> . 2. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode korelasional. 3. Tempat dan subjek penelitian.
2.	Rianti Hikmah Ramadhani/ 2019	Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Electronic Money</i> , Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku	Universitas Sumatera Utara	Pendekatan Kuantitatif dengan penelitian asosiatif.	1. Secara serempak literasi keuangan, <i>electronic money</i> , gaya hidup, dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa	1. Variabel X yaitu uang elektronik 2. Pendekatan yang digunakan yaitu	1. Variabel X ₁ yaitu literasi keuangan, X ₃ yaitu gaya hidup, X ₄ yaitu kontrol diri

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)			<p>Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara.</p> <p>2. Secara parsial literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.</p> <p>3. Secara parsial electronic money berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.</p> <p>4. Secara parsial gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.</p> <p>5. Secara parsial kontrol diri berpengaruh negatif</p>	pendekatan kuantitatif.	2. Tempat dan subjek penelitian

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.		
3.	Aneke Nurdian Dwi Sari, Zaini Abdul Malik, Yayat Rahmat Hidayat / 2020,	Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (<i>E-money</i>) terhadap Perilaku Konsumen	Universitas Islam Bandung	Penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana.	Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumen yaitu penggunaan uang elektronik (e-money) berpengaruh terhadap perilaku konsumen.	1. Variabel X yaitu penggunaan uang elektronik 2. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan dengan analisis regresi linear sederhana.	1. Variabel Y yaitu perilaku konsumen 2. Tempat penelitian

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4.	Salwa /2019	Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Tingkat Konsumsi	Universitas Sumatera Utara	Penelitian Deskriptif Kualitatif	Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik terhadap tingkat konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh pengetahuan mahasiswa akan produk uang elektronik, kemudahan transaksi yang diperoleh dari penggunaan uang elektronik dan jumlah uang elektronik yang digunakan oleh mahasiswa untuk membelanjakan kebutuhan konsumsinya.	1. Variabel X yaitu penggunaan uang elektronik	1. Variabel Y yaitu tingkat konsumsi. 2. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. 3. Tempat penelitian

Dari hasil penelitian terdahulu pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa persamaan dari penelitian yang dilakukan terdapat pada variabel X yaitu penggunaan uang elektronik dan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Perbedaan yang terdapat dalam

penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada variabel Y, metode penelitian dan tempat penelitian yang akan digunakan.

C. Kerangka Pemikiran

Pemerintah melalui Bank Indonesia sudah melaksanakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sebagai bentuk elektronifikasi agar sistem pembayaran menjadi lebih aman, efisien dan lancar semenjak tahun 2014. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) merupakan langkah awal Indonesia dalam mewujudkan *cashless society*. Namun menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilakukan pada tahun 2020 dengan melibatkan 7000 responden yang tersebar di 34 provinsi menunjukkan sebanyak 80,2% masyarakat masih tidak mempunyai aplikasi uang elektronik dan tidak menggunakan uang elektronik di tengah gencarnya fenomena *cashless society* di Indonesia.

Uang elektronik memberikan kemudahan dalam bertransaksi sehingga bertransaksi dapat menjadi lebih efektif, namun kemudahan dalam penggunaan uang elektronik juga dapat menjadi lebih konsumtif dan bertransaksi secara terus menerus dengan menggunakan uang elektronik. Bagi generasi muda khususnya mahasiswa yang secara penghasilan dan karier belum begitu mapan kemudahan dalam penggunaan uang elektronik akan menimbulkan suatu resiko yaitu dapat mengubah pengguna sehingga melupakan tabungan dan investasi dan lebih memilih untuk berbelanja untuk mengikuti keinginannya, sehingga dengan kemudahan yang diberikan justru akan mengubah perilaku menjadi lebih konsumtif.

Pengeluaran mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan saat menggunakan uang elektronik menjadi lebih besar, dengan nominal pengeluaran menggunakan uang elektronik lebih besar sekitar Rp100.000-Rp400.000 dikarenakan praktis, penggunaanya yang mudah dan terpengaruh oleh promo dan *cashback* yang diberikan penyedia uang elektronik. Menurut Prelec dan Loewenstein dalam Runnemark. Hedman dan Xiao (2015, hlm.6-7) menyebutkan mengenai konsep *The Pain of Paying* yang memiliki makna bahwa seseorang akan lebih banyak melakukan pengeluaran uang saat melakukan pembayaran dengan menggunakan instrumen yang berbeda dibandingkan pengeluaran saat menggunakan uang tunai.

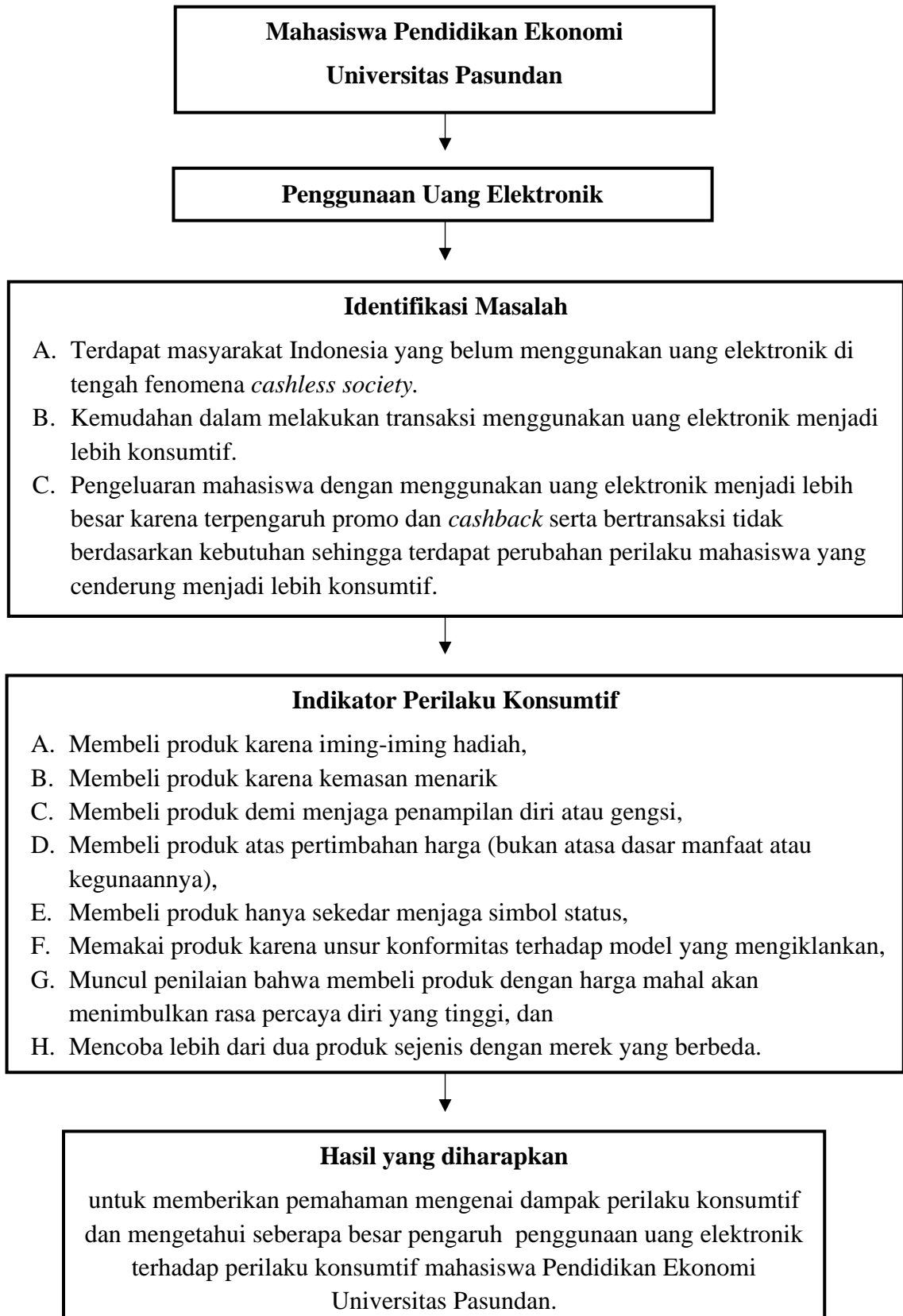
Berdasarkan hasil wawancara menyebutkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan pernah membeli suatu barang atau jasa yang tidak termasuk kebutuhan melainkan suatu keinginan saat menggunakan uang elektronik

dan hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan telah berubah menjadi lebih konsumtif, karena pembelian yang didasarkan keinginan tanpa memperhatikan manfaat yang diberikan.

Berdasarkan permasalahan dalam penggunaan uang elektronik yang menimbulkan masalah yaitu perilaku konsumtif pada mahasiswa, perlu adanya kemampuan literasi ekonomi dan kontrol diri mahasiswa yang baik sebagai dasar dalam perilaku konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi ekonomi dan kontrol diri yang baik dapat mengontrol perilaku konsumsinya dan mengelola keuangan sehingga akan terhindar dari perilaku konsumtif.

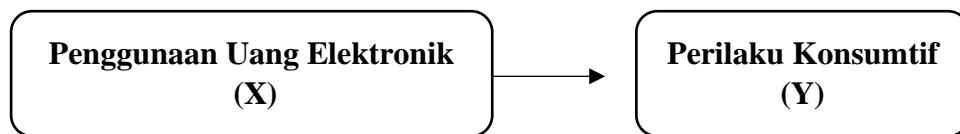
Langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam mengatasi permasalahan di atas yaitu dengan mengukur perilaku konsumtif berdasarkan penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi melalui survei dengan menggunakan indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono dalam Dikria dan Mintarti (2016, hlm.147-148) yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik. membeli produk demi menjada penampilan diri dan gengsi. membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek yang berbeda). Langkah ini bertujuan agar mahasiswa mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa sudah pada tahap konsumtif atau tidak, sehingga mahasiswa yang berperilaku konsumtif dapat mengontrol perilakunya agar tidak menjadi konsumtif.

Hasil akhir yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai dampak perilaku konsumtif dan mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan. Penjelasan di atas dapat digambarkan dalam skema kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat disimpulkan paradigma penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Paradigma Penelitian

Keterangan:

X = Variabel Independen yaitu Penggunaan Uang Elektronik

Y = Variabel Dependen yaitu Perilaku Konsumtif

————> = Pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif

D. Asumsi dan Hipotesis

1. Asumsi

Menurut Mundir (2013, hlm. 70) menjelaskan “Anggapan dasar dapat disebut pula dengan asumsi dasar atau postulat. Anggapan dasar adalah sesuatu yang diyakini kebenarannya oleh peneliti, dan menjadi dasar pijakan dalam pelaksanaan penelitian”, dan menurut Winarno (2013, hlm. 18) “Asumsi merupakan anggapan dasar, yang diakui kebenarannya atau dianggap benar tanpa harus dibuktikan terlebih dahulu”. Berdasarkan pernyataan mengenai asumsi, maka dalam penelitian ini penulis berasumsi sebagai berikut:

- a. Mahasiswa sudah menggunakan uang elektronik
- b. Diskon dan *cashback* yang diberikan oleh penerbit uang elektronik meningkatkan pengeluaran mahasiswa
- c. Perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin tinggi bila penggunaan uang elektronik juga tinggi.

2. Hipotesis

Sugiyono (2013, hlm. 64) mengatakan “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum

didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.” Berdasarkan pernyataan mengenai hipotesis, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan

H_a = Terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan