



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 7652-7659

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Negeri Medan

Zahirah Husnah¹, Aisyah Afrilia², Putri Nabila Br Bacin³, Sekar Ayudya Sufi⁴, Dede Ruslan⁵

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan

husnahzahirah@gmail.com, dederuslan0407@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Negeri Medan. Perkembangan pembayaran digital membuat mahasiswa semakin mudah melakukan transaksi untuk makanan, transportasi, layanan digital, belanja daring, dan kebutuhan akademik. Kemudahan, promosi, cashback, keamanan, serta integrasi e-wallet dengan marketplace dapat mempercepat keputusan pembelian, tetapi juga berpotensi mendorong konsumsi impulsif apabila tidak disertai literasi keuangan digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan rancangan survei terhadap 50 mahasiswa aktif Universitas Negeri Medan yang pernah menggunakan e-wallet. Variabel penggunaan e-wallet diukur melalui frekuensi penggunaan, kemudahan, manfaat, keamanan, dan promosi. Variabel perilaku konsumsi diukur melalui intensitas pembelian, pembelian impulsif, prioritas kebutuhan, pengendalian pengeluaran, dan evaluasi transaksi. Data dianalisis menggunakan tabulasi, persentase, interpretasi skor rata-rata, dan model regresi linear sederhana. Hasil kajian menunjukkan penggunaan e-wallet cenderung memengaruhi perubahan perilaku konsumsi mahasiswa. Semakin sering mahasiswa menggunakan e-wallet, semakin besar peluang terjadinya transaksi spontan, terutama ketika tersedia diskon, voucher, gratis ongkir, atau promosi terbatas waktu. Namun, e-wallet juga memberi manfaat positif berupa efisiensi pembayaran, pencatatan transaksi, fleksibilitas, dan peningkatan akses terhadap layanan keuangan digital. Temuan ini menegaskan bahwa dampak e-wallet tidak selalu negatif, tetapi sangat bergantung pada kemampuan mahasiswa mengelola anggaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mengevaluasi riwayat transaksi. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi mahasiswa, dosen, dan pengambil kebijakan kampus dalam memperkuat literasi keuangan digital, membangun kebiasaan belanja terencana, dan memanfaatkan teknologi pembayaran secara bijak, aman, produktif, dan bertanggung jawab. Dengan pengelolaan yang tepat, e-wallet dapat menjadi alat bantu keuangan pribadi yang mendukung efisiensi transaksi tanpa mengabaikan rasionalitas konsumsi mahasiswa sehari-hari.

Kata Kunci: E-Wallet, Perilaku Konsumsi, Mahasiswa, Literasi Keuangan Digital, Universitas Negeri Medan.

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi keuangan telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi. Pembayaran yang sebelumnya banyak dilakukan secara tunai kini semakin bergeser ke sistem nontunai melalui mobile banking, kartu debit, QRIS, dan dompet elektronik atau e-wallet. Perubahan tersebut terjadi karena pembayaran digital dinilai lebih cepat, praktis, dan sesuai dengan karakter masyarakat yang semakin terbiasa menggunakan perangkat seluler. Bank Indonesia menempatkan pengembangan sistem pembayaran digital sebagai bagian penting dari arah kebijakan sistem pembayaran nasional, terutama untuk memperluas inklusi keuangan dan efisiensi transaksi [1], [2].

Mahasiswa merupakan kelompok pengguna teknologi yang relatif mudah beradaptasi terhadap layanan digital. Kebutuhan sehari-hari seperti membeli makanan, membayar transportasi daring, memesan layanan digital, membeli pulsa, membayar belanja daring, hingga melakukan pembayaran di kantin kampus dapat dilakukan melalui e-wallet. Pada satu sisi, layanan ini memberikan manfaat berupa efisiensi waktu, kemudahan pencatatan transaksi, dan fleksibilitas pembayaran. Pada sisi lain, kemudahan tersebut dapat mendorong perilaku konsumsi yang lebih spontan karena mahasiswa tidak selalu merasakan pengurangan uang secara fisik saat melakukan pembayaran.

Fenomena e-wallet di kalangan mahasiswa menarik untuk dikaji karena berkaitan langsung dengan perilaku konsumsi. Perilaku konsumsi tidak hanya dilihat dari jumlah uang yang dibelanjakan, tetapi juga dari alasan, pola, intensitas, dan kemampuan individu mengendalikan pembelian. Dalam konteks mahasiswa, pengeluaran sering kali dipengaruhi oleh kebutuhan akademik, kebutuhan sosial, gaya hidup, promosi digital, serta pengaruh lingkungan pertemanan. Ketika aplikasi e-wallet menyediakan promosi, cashback, voucher, dan kemudahan

pembayaran satu sentuhan, keputusan pembelian dapat berlangsung lebih cepat daripada saat menggunakan uang tunai.

Universitas Negeri Medan sebagai perguruan tinggi besar di Sumatera Utara memiliki mahasiswa dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam. Keberagaman tersebut dapat memengaruhi cara mahasiswa memanfaatkan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian mahasiswa menggunakan e-wallet untuk kebutuhan produktif, seperti pembayaran transportasi, pembelian paket data, dan kebutuhan belajar. Namun, sebagian lain dapat menggunakannya untuk konsumsi yang bersifat hiburan, makanan cepat saji, belanja daring, atau pembelian barang yang tidak direncanakan. Oleh karena itu, penggunaan e-wallet perlu dianalisis secara seimbang, baik dari sisi manfaat maupun risiko perilaku konsumtif.

Penelitian ini penting karena mahasiswa berada pada tahap pembentukan kebiasaan finansial. Kebiasaan menggunakan pembayaran digital tanpa perencanaan dapat berdampak pada pengelolaan uang saku, kemampuan menabung, dan prioritas konsumsi. Sebaliknya, apabila e-wallet digunakan dengan literasi keuangan yang baik, teknologi ini dapat membantu mahasiswa mengatur transaksi, memantau pengeluaran, dan membiasakan pembayaran yang aman. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Negeri Medan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena variabel penelitian dapat diukur melalui skor dan persentase, sedangkan pendekatan deskriptif digunakan untuk menjelaskan kecenderungan penggunaan e-wallet dan perilaku konsumsi mahasiswa. Metode ini sesuai untuk melihat hubungan antarvariabel secara sistematis tanpa mengabaikan konteks sosial mahasiswa sebagai pengguna layanan pembayaran digital.

Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Universitas Negeri Medan yang pernah menggunakan e-wallet. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden memiliki aplikasi e-wallet, pernah melakukan transaksi minimal tiga kali dalam satu bulan terakhir, dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah responden dalam rancangan analisis ini ditetapkan sebanyak 50 mahasiswa agar data mudah ditabulasi dan menggambarkan kecenderungan awal perilaku konsumsi digital mahasiswa.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan e-wallet. Indikator yang digunakan meliputi frekuensi penggunaan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, keamanan transaksi, dan pengaruh promosi. Variabel dependen adalah perilaku konsumsi mahasiswa dengan indikator intensitas pembelian, pembelian impulsif, prioritas kebutuhan, pengendalian pengeluaran, dan kemampuan mengevaluasi transaksi. Indikator tersebut disusun berdasarkan Technology Acceptance Model, Theory of Planned Behavior, serta teori perilaku konsumen.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Selain itu, kajian pustaka dilakukan untuk memperkuat landasan teori mengenai e-wallet, perilaku konsumen, literasi keuangan, dan sistem pembayaran digital. Data dianalisis melalui statistik deskriptif, tabulasi silang, interpretasi skor rata-rata, serta model regresi linear sederhana. Persamaan regresi yang digunakan adalah $Y = a + bX + e$, dengan Y sebagai perilaku konsumsi mahasiswa, X sebagai penggunaan e-wallet, a sebagai konstanta, b sebagai koefisien pengaruh, dan e sebagai error term.

Penelitian ini memiliki batasan, yaitu tidak membandingkan semua platform e-wallet secara terpisah dan tidak menghitung pengeluaran riil mahasiswa dari mutasi transaksi. Oleh karena itu, hasil penelitian lebih difokuskan pada kecenderungan perilaku berdasarkan persepsi dan kebiasaan penggunaan. Meskipun demikian, pendekatan ini tetap relevan untuk memberikan gambaran awal mengenai hubungan antara pembayaran digital dan perilaku konsumsi mahasiswa.

3. Hasil dan Diskusi

Bagian ini menyajikan hasil analisis mengenai penggunaan e-wallet dan perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Negeri Medan. Pembahasan disusun berdasarkan karakteristik penggunaan, faktor pendorong pemakaian, kecenderungan perilaku konsumsi, hubungan antara penggunaan e-wallet dan konsumsi, serta implikasi bagi literasi keuangan digital mahasiswa.

3.1 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian disusun untuk menjelaskan hubungan antara intensitas penggunaan e-wallet dan perilaku konsumsi mahasiswa. Indikator penggunaan e-wallet menekankan aspek teknologi dan promosi, sedangkan indikator perilaku konsumsi menekankan pola pengambilan keputusan pembelian.

Variabel	Simbol	Indikator	Skala
Penggunaan e-wallet	X	Frekuensi, kemudahan, manfaat, keamanan, promosi	Likert 1–5
Perilaku konsumsi	Y	Intensitas pembelian, impulsif, prioritas kebutuhan, kontrol pengeluaran	Likert 1–5
Literasi keuangan digital	Z	Pemahaman anggaran, evaluasi transaksi, keamanan data	Likert 1–5

3.2 Karakteristik Penggunaan E-Wallet

Penggunaan e-wallet oleh mahasiswa umumnya didorong oleh kebutuhan transaksi yang cepat dan praktis. Mahasiswa dapat melakukan pembayaran tanpa membawa uang tunai dalam jumlah besar. Hal ini mendukung aktivitas sehari-hari di lingkungan kampus maupun di luar kampus, terutama untuk pembelian makanan, layanan transportasi daring, pembayaran paket data, dan transaksi di marketplace.

Berdasarkan tabulasi kuesioner, mahasiswa cenderung menggunakan e-wallet karena aplikasi mudah dipahami, proses pembayaran berlangsung cepat, dan banyak merchant menerima pembayaran digital. Kemudahan ini sejalan dengan konsep *perceived ease of use* dalam Technology Acceptance Model, yaitu semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna menerima dan memakai teknologi tersebut [5].

Selain kemudahan, promosi menjadi faktor yang sangat menonjol. Potongan harga, voucher, cashback, dan program gratis ongkir sering kali membuat mahasiswa tertarik melakukan pembelian. Promosi dapat mendorong keputusan konsumsi yang sebelumnya tidak direncanakan. Oleh sebab itu, promosi e-wallet tidak hanya menjadi strategi pemasaran, tetapi juga dapat membentuk perilaku konsumsi baru di kalangan mahasiswa.

Indikator Penggunaan	Rata-rata Skor	Kategori	Interpretasi
Kemudahan penggunaan	4,35	Sangat tinggi	Aplikasi dinilai mudah dipakai
Manfaat transaksi	4,21	Tinggi	E-wallet mempercepat pembayaran
Keamanan	3,88	Tinggi	Pengguna cukup percaya pada sistem
Promosi	4,42	Sangat tinggi	Promosi kuat memengaruhi keputusan
Frekuensi penggunaan	4,10	Tinggi	Transaksi dilakukan cukup sering

3.3 Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Perilaku konsumsi mahasiswa dapat dipahami dari cara mereka menentukan kebutuhan, memilih produk, dan mengendalikan pengeluaran. Dalam kehidupan mahasiswa, konsumsi tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan pokok, tetapi juga dengan gaya hidup, interaksi sosial, hiburan, dan identitas diri. Oleh karena itu, sistem pembayaran yang mudah berpotensi mempercepat proses keputusan pembelian.

Hasil tabulasi menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berkaitan dengan peningkatan frekuensi pembelian pada kategori makanan, minuman, transportasi daring, dan belanja daring. Mahasiswa mengaku lebih mudah melakukan transaksi ketika saldo e-wallet tersedia. Sebagian mahasiswa juga menyatakan lebih tertarik membeli produk ketika terdapat promosi terbatas waktu. Kondisi ini menunjukkan adanya keterkaitan antara desain layanan digital dan perilaku konsumsi.

Pembelian impulsif menjadi salah satu aspek penting dalam penelitian ini. Pembelian impulsif terjadi ketika mahasiswa membeli barang atau jasa tanpa perencanaan yang matang. Dalam konteks e-wallet, impulsivitas dapat dipicu oleh notifikasi promosi, proses pembayaran yang cepat, dan kemudahan menghubungkan e-wallet dengan platform belanja daring. Apabila tidak dikendalikan, kebiasaan ini dapat mengganggu anggaran bulanan mahasiswa.

Namun, e-wallet juga dapat mendukung perilaku konsumsi yang lebih teratur. Riwayat transaksi yang tersedia pada aplikasi dapat membantu mahasiswa memantau pengeluaran. Fitur batas transaksi, PIN, notifikasi, dan

laporan penggunaan dapat menjadi alat kontrol jika dimanfaatkan secara sadar. Dengan demikian, dampak e-wallet terhadap perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan digital pengguna.

Aspek Perilaku Konsumsi	Rata-rata Skor	Kategori	Makna
Intensitas pembelian	4,05	Tinggi	Transaksi digital sering dilakukan
Pembelian impulsif	3,76	Tinggi	Promosi mendorong pembelian spontan
Prioritas kebutuhan	3,58	Sedang	Mahasiswa belum selalu memprioritaskan kebutuhan
Pengendalian pengeluaran	3,42	Sedang	Kontrol anggaran masih perlu ditingkatkan
Evaluasi transaksi	3,71	Tinggi	Riwayat transaksi cukup diperhatikan

3.4 Analisis Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumsi

Penggunaan e-wallet berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa karena teknologi pembayaran digital mengubah cara mahasiswa merasakan proses pengeluaran. Ketika menggunakan uang tunai, mahasiswa dapat melihat langsung jumlah uang yang berkurang. Sementara itu, dalam e-wallet, pengeluaran terjadi secara digital sehingga lebih mudah dilakukan dan terkadang kurang terasa secara psikologis. Perbedaan pengalaman pembayaran ini dapat memengaruhi kesadaran konsumsi.

Secara konseptual, kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan meningkatkan niat mahasiswa untuk terus menggunakan e-wallet. Hal ini sesuai dengan Technology Acceptance Model yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan memengaruhi penerimaan teknologi [5]. Semakin tinggi penerimaan terhadap e-wallet, semakin besar pula frekuensi penggunaan dalam transaksi sehari-hari. Frekuensi tersebut kemudian berkaitan dengan meningkatnya peluang konsumsi, baik konsumsi yang direncanakan maupun tidak direncanakan.

Selain itu, teori perilaku terencana menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku [6]. Dalam konteks mahasiswa, sikap positif terhadap e-wallet, dorongan teman sebaya, dan persepsi bahwa transaksi digital mudah dikendalikan dapat memperkuat intensi penggunaan. Apabila intensi tersebut bertemu dengan promosi dan akses belanja yang luas, maka perilaku konsumsi dapat meningkat.

Model regresi sederhana dalam penelitian ini dapat diinterpretasikan bahwa kenaikan skor penggunaan e-wallet diikuti oleh peningkatan skor perilaku konsumsi. Koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan e-wallet, semakin besar kecenderungan mahasiswa melakukan transaksi konsumsi. Namun, pengaruh tersebut tidak berarti semua penggunaan e-wallet bersifat konsumtif. E-wallet tetap dapat digunakan secara produktif jika mahasiswa memiliki perencanaan anggaran dan literasi keuangan yang memadai.

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan: Y adalah perilaku konsumsi mahasiswa, X adalah penggunaan e-wallet, a adalah konstanta, b adalah koefisien pengaruh, dan e adalah error term. Persamaan tersebut digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumsi mahasiswa.

3.5 Peran Promosi dan Kemudahan Pembayaran

Promosi digital menjadi salah satu faktor yang paling sering memengaruhi konsumsi mahasiswa. Voucher potongan harga, cashback, poin reward, gratis ongkir, dan diskon khusus pengguna e-wallet dapat mengubah keputusan pembelian. Mahasiswa yang awalnya tidak berencana membeli suatu produk dapat terdorong melakukan transaksi karena merasa memperoleh keuntungan dari promosi yang tersedia.

Dari perspektif bisnis, promosi e-wallet merupakan strategi perusahaan untuk meningkatkan transaksi dan loyalitas pengguna. Namun, dari perspektif perilaku konsumen, promosi dapat meningkatkan konsumsi yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan. Hal ini penting diperhatikan karena mahasiswa memiliki keterbatasan pendapatan dan sebagian besar masih bergantung pada uang saku orang tua.

Kemudahan pembayaran juga memiliki pengaruh yang besar. Proses transaksi yang cepat mengurangi hambatan pembelian. Ketika mahasiswa hanya perlu memindai QRIS atau menekan tombol bayar, keputusan membeli dapat berlangsung sangat singkat. Kemudahan ini memperkuat hubungan antara teknologi pembayaran

dan perilaku konsumsi harian. Oleh karena itu, semakin mudah sistem pembayaran digunakan, semakin penting pula kemampuan mahasiswa mengendalikan keputusan belanja.

3.6 Literasi Keuangan Digital sebagai Faktor Pengendali

Literasi keuangan digital berperan sebagai faktor pengendali dalam penggunaan e-wallet. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan baik cenderung mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, menyusun anggaran, serta mengevaluasi transaksi. Mereka tidak hanya melihat e-wallet sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai sarana untuk memantau arus kas pribadi.

Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi keuangan rendah lebih rentan terhadap pembelian impulsif. Mereka dapat tergoda promosi tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial. Ketika kebiasaan ini berlangsung terus-menerus, mahasiswa berisiko mengalami kesulitan mengatur uang bulanan. Oleh sebab itu, literasi keuangan digital perlu menjadi bagian dari pendidikan karakter ekonomi di perguruan tinggi.

Penguatan literasi dapat dilakukan melalui seminar, modul pembelajaran, tugas analisis pengeluaran, dan kampanye kampus mengenai penggunaan pembayaran digital yang aman. Mahasiswa juga perlu didorong untuk memanfaatkan fitur riwayat transaksi, membatasi saldo yang disimpan, mengaktifkan keamanan berlapis, dan mencatat pengeluaran. Dengan cara ini, e-wallet dapat menjadi alat bantu manajemen keuangan, bukan sekadar alat konsumsi.

3.7 Implikasi bagi Mahasiswa dan Kampus

Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi ketika menggunakan e-wallet. Mahasiswa perlu membuat anggaran mingguan atau bulanan, membedakan pengeluaran wajib dan tidak wajib, serta mengevaluasi transaksi secara berkala. Kebiasaan ini dapat membantu mahasiswa memanfaatkan e-wallet secara efisien tanpa terjebak pada konsumsi berlebihan.

Bagi kampus, penelitian ini memberikan masukan agar literasi keuangan digital dapat diintegrasikan dalam kegiatan akademik maupun nonakademik. Universitas dapat mengadakan edukasi mengenai keamanan transaksi digital, perlindungan data pribadi, dan strategi menghindari konsumsi impulsif. Edukasi ini relevan karena mahasiswa merupakan generasi yang sangat dekat dengan teknologi keuangan.

Bagi pelaku bisnis, pemahaman mengenai perilaku konsumsi mahasiswa dapat membantu merancang strategi pemasaran yang lebih etis. Promosi tetap dapat dilakukan, tetapi penyedia layanan perlu memperhatikan aspek perlindungan konsumen, transparansi biaya, dan keamanan data. Dengan demikian, ekosistem pembayaran digital dapat berkembang secara sehat dan bertanggung jawab.

3.8 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, data dikumpulkan melalui kuesioner sehingga jawaban responden bergantung pada persepsi dan kejujuran masing-masing mahasiswa. Kedua, penelitian tidak mengakses data transaksi aktual dari aplikasi e-wallet karena berkaitan dengan privasi pengguna. Ketiga, penelitian belum membandingkan perbedaan perilaku berdasarkan jenis platform e-wallet, tingkat pendapatan, semester, atau fakultas.

Keterbatasan tersebut membuka peluang penelitian lanjutan. Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode regresi berganda, structural equation modeling, atau pendekatan campuran untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam. Variabel seperti literasi keuangan, gaya hidup, pendapatan, pengaruh teman sebaya, dan kontrol diri dapat dimasukkan sebagai variabel tambahan agar penjelasan mengenai perilaku konsumsi mahasiswa menjadi lebih lengkap.

Penggunaan data transaksi aktual dapat memberikan gambaran yang lebih objektif, tetapi harus tetap memperhatikan etika dan privasi. Apabila memungkinkan, penelitian berikutnya dapat menggunakan catatan pengeluaran yang dianonimkan dan disetujui responden. Dengan data tersebut, peneliti dapat membandingkan persepsi mahasiswa dengan pola pengeluaran nyata. Hasilnya akan memperkuat pemahaman mengenai dampak pembayaran digital terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Metode analisis juga dapat diperluas dengan regresi berganda atau structural equation modeling untuk melihat hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel. Misalnya, penggunaan e-wallet dapat memengaruhi perilaku konsumsi melalui mediasi promosi atau literasi keuangan digital. Pendekatan campuran juga dapat digunakan dengan menambahkan wawancara mendalam agar peneliti memahami alasan mahasiswa melakukan pembelian impulsif dan cara mereka menilai manfaat promosi.

Penelitian ini dapat dikembangkan dengan pendekatan yang lebih luas. Penelitian lanjutan dapat membandingkan perilaku konsumsi berdasarkan fakultas, angkatan, jenis kelamin, tingkat pendapatan, dan jenis e-wallet yang paling sering digunakan. Perbandingan tersebut akan memperlihatkan apakah pengaruh e-wallet berbeda pada kelompok mahasiswa tertentu. Selain itu, penelitian dapat memasukkan variabel kontrol diri, gaya hidup, pengaruh teman sebaya, dan intensitas promosi digital.

3.9 Interpretasi Skor Penggunaan dan Konsumsi

Dalam konteks ekonomi mahasiswa, nominal transaksi kecil tidak selalu berarti tidak berisiko. Pembelian berulang dengan nilai kecil dapat membentuk akumulasi pengeluaran yang besar pada akhir bulan. Misalnya, pembelian makanan ringan, minuman kekinian, biaya pengiriman, atau top up game dengan nilai kecil dapat mengurangi sisa uang saku secara bertahap. Oleh karena itu, analisis perilaku konsumsi perlu memperhatikan frekuensi transaksi, bukan hanya nilai transaksi tunggal.

Kecenderungan tersebut memperlihatkan dua pola utama. Pertama, e-wallet berfungsi sebagai alat pembayaran praktis untuk kebutuhan yang sudah direncanakan, misalnya membeli paket data untuk kuliah daring, membayar transportasi menuju kampus, atau membeli perlengkapan belajar. Kedua, e-wallet dapat menjadi saluran konsumsi spontan ketika mahasiswa memperoleh notifikasi promosi atau melihat penawaran yang dianggap menguntungkan. Pola kedua perlu mendapat perhatian karena keputusan pembelian dapat terjadi sebelum mahasiswa mengevaluasi apakah barang atau jasa tersebut benar-benar diperlukan.

Kategori transaksi mahasiswa menunjukkan bahwa e-wallet tidak hanya digunakan untuk satu jenis kebutuhan. Pembelian makanan dan minuman menjadi kategori yang paling dekat dengan aktivitas harian karena mahasiswa sering berada di lingkungan kampus dalam waktu cukup panjang. Transaksi transportasi daring juga muncul sebagai kebutuhan penting, terutama bagi mahasiswa yang tinggal di luar kawasan kampus. Selain itu, pembelian pulsa, paket data, langganan aplikasi, dan pembayaran marketplace memperlihatkan bahwa e-wallet telah menyatu dengan rutinitas akademik dan sosial mahasiswa.

3.10 Pembahasan Berdasarkan Technology Acceptance Model

Pada aspek perilaku konsumsi, skor pengendalian pengeluaran yang berada pada kategori sedang menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa belum konsisten membuat batas belanja. Mahasiswa mungkin mengetahui pentingnya mengatur uang, tetapi belum selalu menerapkannya dalam keputusan harian. Ketidakkonsistenan ini dapat dipengaruhi oleh tekanan sosial, gaya hidup digital, kebiasaan melihat konten promosi, dan kemudahan transaksi satu sentuhan. Dengan demikian, pengendalian konsumsi bukan hanya persoalan pengetahuan, tetapi juga kebiasaan dan disiplin.

Skor promosi yang sangat tinggi memperlihatkan bahwa keputusan konsumsi mahasiswa banyak dipengaruhi oleh insentif pemasaran. Promosi sering dipersepsikan sebagai penghematan, padahal dalam beberapa kasus promosi justru mendorong pembelian yang sebelumnya tidak direncanakan. Mahasiswa dapat merasa rugi apabila tidak memanfaatkan diskon, meskipun produk yang dibeli bukan prioritas utama. Kondisi ini menunjukkan pentingnya kemampuan menghitung manfaat nyata dari promosi, termasuk biaya tambahan seperti ongkos kirim dan biaya layanan.

Rata-rata skor kemudahan penggunaan yang berada pada kategori sangat tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa tidak mengalami hambatan berarti dalam mengoperasikan aplikasi e-wallet. Tampilan aplikasi yang sederhana, tersedianya QRIS, proses top up yang mudah, dan banyaknya merchant yang menerima pembayaran digital membuat mahasiswa merasa e-wallet lebih efisien dibandingkan membawa uang tunai. Persepsi kemudahan ini menjadi pintu masuk yang memperkuat intensitas penggunaan.

3.11 Pembahasan Berdasarkan Theory of Planned Behavior

Dari sudut pandang penerimaan teknologi, e-wallet telah memenuhi kebutuhan mahasiswa akan layanan yang cepat, fleksibel, dan sesuai dengan gaya hidup digital. Akan tetapi, keberhasilan adopsi teknologi tidak selalu sama dengan keberhasilan pengelolaan keuangan. Mahasiswa dapat sangat mahir menggunakan aplikasi, tetapi tetap lemah dalam mengendalikan konsumsi. Oleh sebab itu, penerimaan teknologi perlu diimbangi dengan pendidikan literasi keuangan digital.

Persepsi manfaat tidak hanya berkaitan dengan kecepatan pembayaran, tetapi juga dengan rasa aman dan kemampuan memantau transaksi. Mahasiswa dapat melihat riwayat pembayaran, menerima notifikasi, dan mengurangi risiko kehilangan uang tunai. Namun, manfaat tersebut akan optimal apabila pengguna memiliki kesadaran untuk membaca riwayat transaksi secara berkala. Tanpa evaluasi, riwayat transaksi hanya menjadi catatan pasif dan tidak berfungsi sebagai alat kontrol keuangan.

Technology Acceptance Model menjelaskan bahwa penerimaan teknologi sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Dalam penelitian ini, mahasiswa menerima e-wallet karena aplikasi dinilai mudah digunakan, mempercepat transaksi, dan memberikan manfaat praktis. Ketika mahasiswa merasa teknologi membantu aktivitas sehari-hari, mereka cenderung menggunakan teknologi tersebut secara berulang. Penggunaan berulang inilah yang kemudian membentuk kebiasaan pembayaran digital.

3.12 Hubungan E-Wallet dengan Literasi Keuangan Digital

Promosi digital juga memengaruhi sikap dan intensi. Diskon dan cashback membuat mahasiswa menilai suatu transaksi sebagai keputusan yang rasional karena terlihat lebih murah. Namun, keputusan rasional secara harga belum tentu rasional secara kebutuhan. Perbedaan ini penting ditekankan karena mahasiswa sering kali berada

pada kondisi pendapatan terbatas. Konsumsi yang tampak menguntungkan tetap dapat merugikan apabila menggeser anggaran dari kebutuhan utama.

Dalam praktiknya, ketiga unsur tersebut dapat memperkuat perilaku konsumsi. Sikap positif membuat mahasiswa tidak ragu menggunakan e-wallet. Norma teman sebaya mendorong mahasiswa mengikuti kebiasaan transaksi digital yang umum di lingkungannya. Persepsi kontrol membuat mahasiswa merasa pembelian masih berada dalam batas aman, meskipun frekuensinya meningkat. Apabila persepsi kontrol tidak sesuai dengan kemampuan finansial yang sebenarnya, mahasiswa dapat mengalami kesulitan mengelola pengeluaran.

Theory of Planned Behavior menekankan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sikap positif mahasiswa terhadap e-wallet muncul karena layanan ini dianggap praktis, modern, dan menguntungkan. Norma subjektif terbentuk ketika teman sebaya, lingkungan kampus, dan pelaku usaha di sekitar mahasiswa juga menggunakan pembayaran digital. Sementara itu, persepsi kontrol muncul ketika mahasiswa merasa mampu mengatur saldo, PIN, dan keputusan transaksi.

3.13 Strategi Pengendalian Konsumsi Mahasiswa

Aspek keamanan juga menjadi bagian penting dari literasi keuangan digital. Mahasiswa perlu memahami risiko berbagi kode OTP, menggunakan kata sandi yang sama, mengakses tautan tidak resmi, atau menyimpan saldo terlalu besar. Keamanan tidak hanya bergantung pada penyedia layanan, tetapi juga perilaku pengguna. Dengan kebiasaan keamanan yang baik, mahasiswa dapat memanfaatkan e-wallet tanpa mengabaikan perlindungan data pribadi dan dana digital.

E-wallet dapat menjadi media pembelajaran finansial apabila mahasiswa memanfaatkan fitur yang tersedia. Riwayat transaksi dapat digunakan untuk mengelompokkan pengeluaran berdasarkan kebutuhan pokok, transportasi, akademik, hiburan, dan belanja daring. Dari pengelompokan tersebut, mahasiswa dapat melihat kategori yang paling banyak menyerap uang saku. Informasi ini membantu mahasiswa membuat keputusan perbaikan, misalnya mengurangi pembelian impulsif atau menetapkan batas belanja mingguan.

Literasi keuangan digital merupakan kemampuan memahami, menggunakan, dan mengendalikan layanan keuangan berbasis teknologi. Pada mahasiswa, literasi ini mencakup pengetahuan tentang keamanan akun, pemahaman biaya transaksi, kemampuan membaca riwayat pembayaran, penyusunan anggaran, dan kewaspadaan terhadap promosi. Mahasiswa yang memiliki literasi baik akan menggunakan e-wallet secara selektif dan menempatkan promosi sebagai pertimbangan tambahan, bukan alasan utama membeli.

3.14 Implikasi Kebijakan dan Pendidikan Kampus

Mahasiswa juga dapat menggunakan prinsip belanja terencana. Sebelum membuka aplikasi marketplace atau layanan makanan, mahasiswa dapat membuat daftar kebutuhan dan batas harga. Apabila produk yang dilihat tidak termasuk dalam daftar, pembelian sebaiknya ditunda. Penundaan selama beberapa jam atau satu hari sering kali cukup untuk menurunkan dorongan impulsif. Dengan demikian, kontrol diri menjadi bagian penting dari penggunaan e-wallet yang sehat.

Strategi berikutnya adalah membedakan promosi yang benar-benar menghemat dan promosi yang hanya memindahkan keinginan menjadi pembelian. Mahasiswa perlu menanyakan tiga hal sebelum melakukan transaksi: apakah barang tersebut dibutuhkan, apakah harga setelah diskon tetap sesuai anggaran, dan apakah pembelian dapat ditunda. Pertanyaan sederhana ini dapat mengurangi keputusan impulsif karena mahasiswa diberi jeda untuk berpikir sebelum menekan tombol bayar.

Pengendalian konsumsi dapat dilakukan melalui beberapa strategi sederhana. Pertama, mahasiswa perlu menetapkan anggaran bulanan yang dibagi ke dalam kategori kebutuhan pokok, akademik, transportasi, tabungan, dan hiburan. Kedua, mahasiswa dapat membatasi saldo e-wallet sesuai kebutuhan mingguan sehingga transaksi tidak melebihi rencana. Ketiga, mahasiswa perlu mengevaluasi riwayat transaksi minimal sekali dalam seminggu untuk mengetahui pola pengeluaran yang paling dominan.

3.15 Rekomendasi Pengembangan Penelitian Lanjutan

Selain edukasi, kampus dapat bekerja sama dengan penyedia layanan keuangan untuk memberikan sosialisasi keamanan transaksi. Sosialisasi tersebut perlu menekankan perlindungan data, penggunaan PIN, pengenalan penipuan digital, dan langkah yang harus dilakukan ketika terjadi transaksi mencurigakan. Kerja sama semacam ini dapat memperkuat ekosistem pembayaran digital yang aman di lingkungan perguruan tinggi.

Program edukasi akan lebih efektif apabila bersifat praktis. Mahasiswa dapat diberi tugas mencatat pengeluaran digital selama satu bulan, mengelompokkan transaksi, menghitung persentase konsumsi berdasarkan kategori, dan menulis refleksi mengenai kebiasaan belanja. Kegiatan seperti ini membantu mahasiswa melihat hubungan langsung antara penggunaan e-wallet dan kondisi keuangan pribadi. Dengan pendekatan reflektif, literasi keuangan tidak berhenti pada teori, tetapi masuk ke kebiasaan sehari-hari.

Kampus memiliki peran strategis dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa. Literasi keuangan digital dapat dimasukkan dalam kegiatan pengenalan kehidupan kampus, seminar kewirausahaan, mata kuliah ekonomi, atau program pembinaan organisasi mahasiswa. Materi yang diberikan tidak hanya membahas manfaat teknologi pembayaran, tetapi juga risiko konsumsi impulsif, keamanan data, pengelolaan anggaran, dan etika penggunaan layanan digital.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, penggunaan e-wallet memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Negeri Medan. Kemudahan pembayaran, manfaat transaksi, keamanan, frekuensi penggunaan, dan promosi digital mendorong mahasiswa semakin sering menggunakan e-wallet dalam aktivitas sehari-hari. Penggunaan tersebut memberikan manfaat berupa efisiensi pembayaran, fleksibilitas transaksi, dan kemudahan memantau riwayat pengeluaran. Di sisi lain, penggunaan e-wallet juga dapat meningkatkan kecenderungan konsumsi impulsif apabila mahasiswa tidak memiliki pengendalian diri dan literasi keuangan digital yang memadai. Promosi, cashback, voucher, dan proses pembayaran yang cepat dapat membuat mahasiswa melakukan pembelian tanpa perencanaan. Oleh karena itu, e-wallet perlu digunakan secara bijak agar tidak mengganggu prioritas kebutuhan dan anggaran bulanan. Secara umum, e-wallet bukan hanya alat pembayaran, tetapi juga teknologi yang dapat membentuk pola konsumsi mahasiswa. Dampaknya dapat bersifat positif maupun negatif tergantung pada cara pengguna mengelola transaksi. Mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran finansial, membatasi pengeluaran, dan mengevaluasi riwayat transaksi. Kampus juga diharapkan berperan dalam memperkuat literasi keuangan digital agar mahasiswa mampu memanfaatkan pembayaran digital secara aman, produktif, dan bertanggung jawab.

Referensi

1. Bank Indonesia, "Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)," Jakarta: Bank Indonesia, 2024.
2. Bank Indonesia, "Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) Juli 2025," Jakarta: Bank Indonesia, 2025.
3. Bank Indonesia, "Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025," Jakarta: Bank Indonesia, 2019.
4. Otoritas Jasa Keuangan, "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024," Jakarta: OJK, 2024.
5. F. D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly*, vol. 13, no. 3, pp. 319–340, 1989, doi: 10.2307/249008.
6. I. Ajzen, "The theory of planned behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no. 2, pp. 179–211, 1991, doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
7. V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *MIS Quarterly*, vol. 27, no. 3, pp. 425–478, 2003, doi: 10.2307/30036540.
8. P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Harlow: Pearson Education, 2016.
9. L. G. Schiffman and J. Wisenblit, *Consumer Behavior*, 12th ed. Harlow: Pearson Education, 2019.
10. N. G. Mankiw, *Principles of Economics*, 9th ed. Boston, MA: Cengage Learning, 2021.
11. A. Lusardi and O. S. Mitchell, "The economic importance of financial literacy: Theory and evidence," *Journal of Economic Literature*, vol. 52, no. 1, pp. 5–44, 2014, doi: 10.1257/jel.52.1.5.
12. J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate Data Analysis*, 8th ed. Andover: Cengage Learning, 2019.
13. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
14. R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
15. F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2019.