
PENGARUH DOMPET DIGITAL DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA SURAKARTA

¹Madhan Abidzar, ¹Mintasih Indriayu, ¹Aniek Hindrayani

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret

Alamat e-mail: m.abidzar4@student.uns.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital wallets on consumptive behavior, the effect of financial literacy on consumptive behavior, and its simultaneous effect on consumptive behavior in college students in Surakarta City. The research method used was a descriptive quantitative method and data collection techniques used questionnaire. The sampling technique used was non-probability sampling, namely purposive sampling with a sample of 385 undergraduate students in Surakarta. Validity test using product moment and reliability test using Cronbach alpha. The data analysis technique of this research uses multiple linear regression analysis, t test, and F test. The results of this study are obtained: (1) Digital wallets have a significant positive effect on college student consumptive behavior in Surakarta City, digital wallets make it easier for college students to shop anywhere make college students become consumers. (2) Financial literacy has a significant negative effect on the consumptive behavior of college students in Surakarta City, a good understanding of finance makes college students have low consumptive behavior. (3) Digital wallets and financial literacy have a simultaneous effect on the consumptive behavior of college students in Surakarta City.

Keywords: Digital wallet, Financial literacy, Consumptive behavior, Students

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan pengaruhnya secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa di Kota Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif secara kuantitatif dan teknik pengambilan data menggunakan angket atau kuesioner. Teknik pengambilan sampel memakai teknik *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 385 Mahasiswa S1/D3 di Kota Surakarta. Uji validitas menggunakan *product moment* dan uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha*. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa: (1) Dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta, dompet digital memudahkan mahasiswa untuk berbelanja di mana saja membuat mahasiswa menjadi konsumtif. (2) Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta, pemahaman yang baik mengenai keuangan membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang rendah. (3) Dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta.

Kata kunci: Dompet digital, Literasi keuangan, Perilaku konsumtif, Mahasiswa

PENDAHULUAN

Konsumsi berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan. Konsumsi yang berdasarkan pada keinginan dapat membuat perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yaitu kegiatan konsumsi yang berlebihan tanpa pertimbangan rasional. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan kegiatan belanja untuk mengurangi penat dan stres akibat kesibukan sehari-hari (Dewi et al., 2017). Menurut Andriani & Nugraha (2018) Kebiasaan belanja yang berlebihan akan menimbulkan perilaku konsumtif dan masalah pada pengelolaan

keuangan. Perkembangan teknologi membuat banyak orang lebih mudah untuk mencari barang yang diinginkan. Hal tersebut membuat orang-orang berbelanja untuk memenuhi keinginan dari pada kebutuhan. Kemudahan dalam bertransaksi dapat membuat masyarakat memiliki perilaku konsumtif. (Mujahidin & Astuti, 2020).

Teknologi memiliki peran untuk mempermudah manusia memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan. Salah satu teknologi dalam sektor keuangan yang banyak digunakan adalah dompet digital. Menurut Riyanto et al., (2020) dompet digital merupakan akun prabayar yang dilindungi *password* dan uang penggunanya disimpan secara elektronik dan dapat digunakan untuk pembayaran *online*. Dompet digital dioperasikan menggunakan *smartphone* yang akan mempermudah proses transaksi. Tidak hanya digunakan untuk bertransaksi, dompet digital juga dapat digunakan untuk membayar kebutuhan masyarakat, seperti pembayaran listrik, internet dan lain-lain (Wulantika & Zein, 2020). Pengguna aplikasi dompet digital berkembang pesat dan banyak perusahaan bersaing untuk memberikan layanan terbaik seperti Gopay, OVO, DANA, Shopeepay dan LinkAja. Persebaran dompet digital sudah hampir di seluruh wilayah Indonesia dan salah satu provinsi dengan pengguna dompet digital terbanyak di Indonesia adalah Jawa Tengah (Kusumawardhani & Purnaningrum, 2021). Dompet digital juga berkembang seiring dengan perkembangan *marketplace* dan *e-commerce* di Indonesia, seperti Bukalapak, Shopee, dan Tokopedia (Wulantika & Zein, 2020). Kemudahan dan promosi yang ditawarkan mendorong pengguna untuk bertransaksi menggunakan dompet digital.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Fauziah & Nurhasanah (2020) menunjukkan bahwa dompet digital berdampak signifikan dan positif terhadap tingkat konsumtif mahasiswa. Saat penggunaan dompet digital tinggi perilaku konsumtif mahasiswa pun ikut meningkat. Wulantika & Zein (2020) berpendapat bahwa dompet digital mudah diterima masyarakat. Mayoritas masyarakat sering bertransaksi menggunakan dompet digital. Banyaknya promo dan penawaran lain membuat banyak orang beralih menggunakan dompet digital. Pendapat lain dikemukakan oleh Kamil & Istianingsih (2020) yang menjelaskan bahwa penggunaan dompet digital tidak berdampak kepada perilaku konsumtif secara signifikan. Masyarakat pengguna dompet digital selalu mengontrol penggunaan dompet digital untuk menghindari masalah pengeluaran berlebihan.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif salah satunya ialah literasi keuangan. Pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan merupakan pengertian dari literasi keuangan. Literasi keuangan membuat seseorang serius dalam melihat pelayanan, kualitas, dan harga serta membantu seseorang menjadi konsumen yang baik (Dewi et al., 2017). Berdasar pada pendapat tersebut, dapat dikatakan bahwa seseorang yang tingkat literasi keuangannya baik akan menjadi konsumen yang baik. Di sisi lain, rendahnya literasi keuangan akan menyebabkan kecenderungan seseorang berperilaku konsumtif. Bersumber pada Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2019 (OJK, 2020) penduduk Indonesia memperoleh tingkat literasi keuangan sebesar 38,03% yang maksudnya belum separuh warga Indonesia mempunyai literasi keuangan yang baik. Begitu pula dengan tingkat literasi keuangan Jawa Tengah yang menunjukkan persentase sebesar 47,38%. Menurut Hidayatinnisa et al., (2021) literasi keuangan Indonesia masih tergolong rendah walaupun mengalami peningkatan dari tahun 2016, hal ini dikarenakan peningkatan literasi keuangan tidak dibarengi dengan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Literasi keuangan yang rendah menunjukkan perlunya edukasi keuangan mengenai bagaimana mengembangkan perencanaan keuangan untuk menghindari pembelian yang tidak penting (Andriani & Nugraha, 2018).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Tibrisi et al. (2020) menjelaskan literasi keuangan mempunyai pengaruh negative signifikan kepada perilaku konsumtif mahasiswa. Maksudnya mahasiswa yang literasi keuangannya baik akan berkurang kemungkinannya berperilaku konsumtif. Hasil berbeda ditunjukkan dalam penelitian Kamil & Istianingsih (2020) yang menjelaskan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Bisa diartikan meningkatnya pemahaman literasi keuangan masyarakat bisa berdampak pada meningkatnya perilaku konsumtif.

Kota Surakarta dipilih menjadi lokasi penelitian dengan responden mahasiswa di Kota Surakarta. Survei awal sudah dilakukan peneliti terhadap 30 tentang perilaku konsumtif. Peneliti menggunakan indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (2002). Berikut adalah survei awal yang sudah dilakukan.

Tabel 1. Perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta

No.	Indikator	Indeks Persentase	Kategori Interval
1.	Membeli produk karena tawaran hadiah	88,3%	Sangat Setuju
2.	Membeli produk karena dikemas secara menarik	74,2%	Setuju
3.	Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi	78,3%	Sangat Setuju
4.	Menggunakan produk karena kesesuaian model iklan	63,3%	Setuju
5.	Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek berbeda)	63,3%	Setuju

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 1 survei awal menunjukkan bahwa mahasiswa di Kota Surakarta cenderung berperilaku konsumtif. Mayoritas mahasiswa di Kota Surakarta setuju dengan indikator perilaku konsumtif. Halimatussakdiyah et al. (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa mahasiswa lebih suka menghabiskan uang mereka untuk mengikuti tren saat ini dan untuk diakui dari pada membeli buku atau hal penting lainnya yang berhubungan dengan perkuliahan. Hal ini menunjukkan mahasiswa lebih mementingkan keinginannya dari pada memenuhi kebutuhannya.

LANDASAN TEORI

Dompot Digital

Inovasi dalam produk layanan keuangan salah satunya adalah dompet digital. Dompot digital merupakan sejenis akun prabayar di mana penggunaannya dapat menyimpan uang mereka secara elektronik untuk pembayaran *online* (Ali & Gopalan, 2018; Riyanto et al., 2020). Dengan dompet digital pengguna dibantu dalam berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, transportasi, dan pemesanan tiket. Dompot digital dapat digunakan untuk membayar tagihan, belanja, rekreasi dan berbagai alasan lain (Ali & Gopalan, 2018). Menurut Mujahidin & Astuti (2020) dompet digital adalah alat pembayaran non tunai menggunakan sistem aplikasi yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Dompot digital memberikan lebih banyak keuntungan bagi penggunaannya untuk bertransaksi dari pada secara tunai (Wulantika & Zein, 2020). Berdasarkan beberapa pendapat mengenai dompet digital dapat disimpulkan dompet digital adalah aplikasi di mana penggunaannya dapat menyimpan uang mereka secara elektronik untuk bertransaksi secara non tunai.

Variabel dompet digital diukur menggunakan 2 indikator yang mengacu pada *Technology Acceptance Model* yang dikemukakan Davis (1989) yaitu *Perceived ease of use* dan *Perceived usefulness*. Indikator ini digunakan karena *technology acceptance model* akan menggambarkan bagaimana penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna sistem teknologi. Indikator ini akan menggambarkan bagaimana dompet digital memberikan kemudahan dan manfaat bagi para penggunaannya

Literasi Keuangan

Perry dan Morris dalam Tibrisi et al. (2020) menyatakan literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai keuangan serta kemampuan perencanaan keuangan yang dibutuhkan individu untuk bisa mengambil keputusan yang efektif tentang keuangan pribadi yang merupakan hal yang berguna untuk pengelolaan keuangan. Literasi keuangan membuat seseorang serius dalam melihat pelayanan, kualitas, dan harga serta membantu

seseorang menjadi konsumen yang baik (Dewi et al., 2017). Menurut *Program for International Student Assessment* (OECD, 2017) literasi keuangan merupakan pemahaman seseorang mengenai konsep, risiko, keterampilan, dorongan atau motivasi serta adanya rasa percaya diri dalam membuat keputusan efektif di berbagai aspek keuangan. Pemahaman serta pengetahuan tersebut bertujuan pada kesejahteraan keuangan individu maupun kelompok masyarakat serta sebagai bentuk partisipasi dalam perekonomian. Menurut Tomášková et al. (2011) literasi keuangan merupakan bagian dari literasi ekonomi yang lebih luas termasuk kemampuan untuk menjaga pendapatan, mempertimbangkan risiko dari keputusan tentang pendapatan, orientasi pada pasar tenaga kerja, dan kemampuan membuat keputusan tentang konsumsi. Literasi keuangan selalu terkait dengan literasi numerik (keterampilan matematika), literasi informasi (kemampuan menggunakan informasi), dan literasi hukum (orientasi sistem hukum). Berdasarkan beberapa pendapat yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan literasi keuangan ialah pemahaman dan pengetahuan tentang keuangan dalam menentukan keputusan mengenai aspek keuangan. Seorang konsumen yang baik tercipta karena memiliki literasi keuangan yang baik pula.

Variabel literasi keuangan diukur Menggunakan 4 indikator dari pendapat Chen & Volpe (2002) yaitu *general knowledge*, *Saving and loans*, *Insurance*, dan *Investment*. Indikator ini digunakan karena akan menggambarkan bagaimana seseorang paham mengenai keuangan dan pengelolaan keuangan pribadinya. Jika seseorang paham dengan baik mengenai pengetahuan dasar keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi maka orang tersebut memiliki literasi keuangan yang baik.

Perilaku Konsumtif

Menurut Tibrisi et al. (2020) Perilaku konsumtif ialah kecenderungan ingin membeli serta memakai produk yang sebenarnya kurang dibutuhkan. Kecenderungan mengonsumsi atau membeli barang yang kurang perlu tidak bersumber pada alasan yang masuk akal sebab orang-orang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan (Dikria & Widjaja, 2016). Sesuai dengan Sari et al. (2020) yang menyatakan perilaku konsumtif ialah pemborosan yang dalam mengonsumsi barang ataupun jasa secara berlebihan tidak bersumber pada kebutuhan. Perilaku konsumtif menurut Giswandhani & Hilmi (2020) adalah perilaku seseorang yang diperuntukkan untuk mengonsumsi ataupun membeli produk berlebihan, tidak masuk akal, menimbulkan pemborosan, dan membuat rasa cemas dan rasa tidak aman. Seorang yang konsumtif melakukan konsumsi tidak untuk penuhi kebutuhan, namun untuk penuhi keinginan, sehingga membuat pemborosan serta pengeluaran yang tidak tepat (Yudasella & Krisnawati, 2019). Bersumber pada uraian tersebut, dapat dibuat kesimpulan bahwa perilaku konsumtif ialah suatu perilaku seseorang yang melakukan kegiatan belanja ataupun mengonsumsi jasa serta barang berlebihan yang tidak bersumber pada alasan yang masuk akal. Faktor keinginan lebih penting dari pada faktor kebutuhan yang hendak memunculkan pemborosan serta kecemasan.

Variabel perilaku konsumtif diukur Menggunakan 5 indikator dari pendapat Sumartono (2002) yaitu Membeli produk karena tawaran hadiah, Membeli produk karena dikemas secara menarik, Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi, Menggunakan produk karena kesesuaian model iklan, dan Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek berbeda). Indikator ini digunakan karena akan menggambarkan bagaimana seseorang memiliki perilaku yang konsumtif. Jika seseorang melakukan konsumsi tidak berdasarkan suatu kebutuhan maka orang tersebut memiliki perilaku konsumtif.

METODOLOGI

Metode deskriptif secara kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan data penelitian memakai kuesioner yang selanjutnya dianalisis dengan bantuan aplikasi SPSS 26. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa D3/S1 pengguna dompet digital yang sedang menempuh pendidikan di salah satu perguruan tinggi di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan jenis populasi *infinite* (tidak terbatas) karena jumlah mahasiswa di Kota Surakarta yang memakai dompet digital tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

Jumlah besaran sampel dihitung menggunakan rumus *Unknown Population*. Dengan rumus tersebut maka dapat diukur besarnya sampel yaitu sebanyak 384,16 atau dibulatkan menjadi 385 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel memakai *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan kriteria yaitu mahasiswa di Kota Surakarta yang menggunakan dompet digital untuk berbelanja dan menggunakan promo yang ditawarkan pada dompet digital.

Penelitian ini memakai uji validitas *product moment* dan *cronbach alpha* untuk uji reliabilitasnya. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan uji prasyarat yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas serta uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji F

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

1. Uji Prasyarat

Uji *Kolmogorov-smirnov* digunakan untuk uji normalitas dan didapati nilai signifikansi *Unstandardized Residual* 0,197. Hasil tersebut >0,05 yang bisa diartikan data penelitian berdistribusi normal. Uji linearitas penelitian ini mendapati nilai signifikansi *Deviation from Linearity* dari variabel dompet digital sebesar 0,094 serta literasi keuangan sebesar 0,086. Nilai tersebut >0,05 maka bisa berarti ditemukan hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji multikolinearitas penelitian ini juga mendapati nilai *Tolerance* 0,955 serta nilai VIF 1,047. Hasil *Tolerance* >0,10 serta nilai VIF <10,00 maka bisa diartikan tidak ada permasalahan multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan *Rank Spearman* dan didapati nilai signifikansi *Unstandardized Residual* variabel dompet digital 0,298 serta literasi keuangan 0,995. Nilai signifikansi *Unstandardized Residual* tersebut >0,05 maka bisa diartikan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1,973	0,221		8,923	0,000
Dompet Digital (X1)	0,349	0,041	0,409	8,532	0,000
Literasi Keuangan (X2)	-0,123	0,048	-0,123	-2,555	0,011

Tabel 2 menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda. Dari tabel tersebut didapati nilai konstanta 1,973. Hal ini mengartikan apabila variabel dompet digital serta literasi keuangan memiliki nilai 0 maka nilai perilaku konsumtif sebesar 1,973. Nilai koefisien regresi dompet digital didapati 0,349 mengartikan dompet digital mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif akan bertambah 0,349 ketika dompet digital mengalami kenaikan sebesar satu. Nilai koefisien regresi literasi keuangan didapati -0,123 mengartikan literasi keuangan mempunyai pengaruh negatif kepada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif akan berkurang sebesar -0,123 ketika literasi keuangan mengalami kenaikan sebesar satu.

Hasil uji t variabel dompet digital mendapatkan nilai sig. 0,000 serta nilai t_{hitung} 8,532. Nilai signifikansi dompet digital <0,05 serta nilai t_{hitung} >1,966 (t_{tabel}), sehingga bisa disimpulkan ada pengaruh positif signifikan dompet digital kepada perilaku konsumtif. Variabel literasi keuangan mendapatkan hasil uji t dengan nilai sig. 0,011 serta nilai t_{hitung} -2,555. Nilai signifikansi literasi keuangan <0,05 serta nilai t_{hitung} >1,966 (t_{tabel}) sehingga bisa disimpulkan ada pengaruh negatif signifikan literasi keuangan kepada perilaku konsumtif.

Hasil uji F memperoleh F_{hitung} 36,697 serta nilai signifikansinya 0,000. $F_{hitung} > 3,019$ (F_{tabel}) serta nilai signifikansinya $< 0,05$ maka bisa ditarik kesimpulan ada pengaruh dompet digital serta literasi keuangan secara simultan kepada perilaku konsumtif.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji hipotesis menyatakan terdapat pengaruh positif signifikan dompet digital kepada perilaku konsumtif. Dibuktikan dengan hasil uji t yang menghasilkan t_{hitung} $8,532 > 1,966$ (t_{tabel}) serta nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Koefisien regresi dompet digital 0,349 yang dapat diartikan perilaku konsumtif akan bertambah 0,349 ketika dompet digital mengalami kenaikan sebesar satu. Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan dompet digital memiliki pengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Fauziah & Nurhasanah (2020) yang menjelaskan dompet digital memiliki dampak signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dompet digital dalam penelitian ini meliputi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Mujahidin & Astuti (2020) juga mengatakan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat dompet digital mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa kemudahan dan manfaat dompet digital dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa dompet digital mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta, yang berarti ketika pemakaian dompet digital tinggi maka perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh kondisi di lapangan dengan kuesioner yang menunjukkan variabel dompet digital memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Berikut uraian dari hasil kuesioner dompet digital menggunakan dua indikator:

- a. Berdasarkan indikator *Perceived ease of use* yang terdiri dari tiga pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan dompet digital dimudahkan dalam bertransaksi atau berbelanja di mana saja. Kemudahan menyimpan uang di dompet digital ini membuat mahasiswa memiliki kecenderungan untuk berbelanja memenuhi keinginannya. Hal ini menimbulkan perilaku yang konsumtif pada mahasiswa.
- b. Berdasarkan indikator *Perceived usefulness* yang terdiri dari tiga pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan dompet digital merasa terbantu saat berbelanja. Belanja menggunakan dompet digital dinilai lebih efisien dibandingkan dengan menggunakan uang tunai. Kenyamanan menggunakan dompet digital ini membuat mahasiswa berbelanja mengikuti keinginannya dan cenderung berperilaku konsumtif.

Namun tidak semua transaksi atau belanja menggunakan dompet digital merupakan suatu perilaku yang konsumtif. Bisa saja mahasiswa menggunakan dompet digital untuk memenuhi kebutuhannya, seperti membeli kuota internet untuk menunjang perkuliahan.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji hipotesis menyatakan ada pengaruh negatif signifikan literasi keuangan kepada perilaku konsumtif. Dibuktikan dengan hasil uji t yang menghasilkan $t_{hitung} - 2,555 > 1,966$ (t_{tabel}) serta nilai signifikansi $0,011 < 0,05$. Koefisien regresi literasi keuangan -0,123 yang bisa diartikan perilaku konsumtif akan berkurang -0,123 ketika literasi keuangan meningkat sebesar satu. Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dikria & Widjaja (2016); Tibrisi et al. (2020); dan Sari et al. (2020) yang mengatakan literasi keuangan mempunyai pengaruh

negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan dalam penelitian ini meliputi *general knowledge*, *savings and loans*, *insurance*, dan *investment*. Dengan pemahaman yang baik mengenai keuangan mahasiswa akan memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Dikria & Widjaja (2016) mengatakan literasi keuangan yang baik membuat mahasiswa selektif dalam melakukan konsumsi, kebutuhan akan menjadi prioritas mereka dan keinginan akan dikesampingkan. Literasi keuangan akan menjadikan mahasiswa memiliki pola konsumsi yang baik. Hal ini membuktikan bahwa literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh kondisi di lapangan dengan kuesioner yang menunjukkan variabel literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Berikut uraian dari hasil kuesioner literasi keuangan menggunakan empat indikator:

- a. Berdasarkan indikator *general knowledge* yang terdiri dari dua pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman dasar keuangan yang baik akan terhindar dari pemborosan dan perilaku konsumtif. Mahasiswa akan menyimpan catatan keuangannya dan membuat rencana kebutuhan agar terhindar dari perilaku konsumtif.
- b. Berdasarkan indikator *saving and loans* yang terdiri dari dua pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman mengenai tabungan dan pinjaman akan terhindar dari perilaku konsumtif. Mahasiswa akan menyisihkan uang saku mereka agar memiliki tabungan dan terhindar dari pengeluaran tidak penting.
- c. Berdasarkan indikator *insurance* yang terdiri dari dua pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang paham mengenai konsep asuransi akan terhindar dari pemborosan dan perilaku konsumtif. Mahasiswa akan sadar pentingnya asuransi untuk melindungi diri atau kendaraan dari kerugian dibanding menghabiskan keuangannya untuk hal yang tidak dibutuhkan.
- d. Berdasarkan indikator *investment* yang terdiri dari dua pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang paham mengenai konsep investasi akan terhindar dari pemborosan dan perilaku konsumtif. Mahasiswa akan lebih memilih merencanakan dan melaksanakan program investasi dari pada menghabiskan uang untuk belanja hal yang kurang dibutuhkan.

3. Pengaruh Dompot Digital dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji hipotesis menyatakan ada pengaruh secara simultan dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Dibuktikan dengan hasil uji F yang menghasilkan $F_{hitung} 36,697 > 3,019$ (F_{tabel}) serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka bisa ditarik kesimpulan dompet digital serta literasi keuangan mempunyai pengaruh secara simultan kepada perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Besar kemampuan dompet digital serta literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah 16,1%. Variabel lain di luar penelitian ini mempengaruhi 83,9% sisanya.

Hasil penelitian ini didukung oleh kondisi di lapangan dengan kuesioner yang menunjukkan bahwa dompet digital dengan indikator *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* serta variabel literasi keuangan dengan indikator *general knowledge*, *saving and loans*, *insurance*, dan *investment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Dompot digital dan literasi keuangan secara simultan akan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan penggunaan dan manfaat dompet digital membantu seseorang dalam bertransaksi. Hal tersebut mengubah pola konsumsi masyarakat terutama kalangan mahasiswa yang mahir menggunakan *smartphone*. Jika penggunaan dompet digital didukung dengan literasi keuangan yang baik akan mengontrol mahasiswa dari penggunaan dompet digital untuk hal konsumtif. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik dapat mengatur keuangannya menggunakan dompet digital. Mahasiswa dapat

memanfaatkan fitur yang terdapat pada dompet digital untuk mengatur keuangannya seperti fitur pengelolaan tabungan, investasi, dan asuransi.

Berdasarkan fenomena tersebut maka dapat disimpulkan dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Namun kemampuan dompet digital dan literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta terbilang cukup kecil. Kedua variabel ini hanya mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 16,1%. Hal ini bisa dikarenakan mahasiswa yang berbelanja menggunakan dompet digital belum tentu untuk kegiatan konsumtif atau mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik tetap memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta. 2). Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. 3). Dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, J. M., & Gopalan, L. V. (2018). E-Wallet Payment: Swot Analysis from Customer Perception. *International Journal of Recent Research Aspects*, 155–158.
- Andriani, D., & Nugraha, N. (2018). Spending habits and financial literacy based on gender on employees. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012089>
- Chen, H., & Volpe, R. (2002). Gender Differences in Personal Financial Literacy among College Students. *Financial Services Review*, 11(3), 289.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Dikria, O., & Widjaja, S. . (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 128–139.
- Fauziah, N., & Nurhasanah, N. (2020). the Effect of the Perception of Electronic Money on Consumptive Behavior of Stei Sebi Students. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 63–84. <https://doi.org/10.46899/jeps.v8i1.176>
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239–250.
- Halimatussakdiyah, Martono, S., & Sudarma, K. (2019). Influence of Life Style and Financial Literacy to Consumptive Behavior Through Self Control of Unisnu FEB College Students Jepara. *Journal Of Economic Education*, 8(1), 75–80.
- Hidayatinnisa, N., Fauziah, Trivena, S. M., & Aini, Y. N. (2021). The Effect of Financial Literacy and Financial Inclusion on Economic Growth in Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan*, 7(2), 339–359. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v7vi2.1539>
- Kamil, I., & Istianingsih. (2020). Spending Behavior as an Impact of Lifestyle and Financial Literation in the Intensity of use of Mobile Payment Services. *TEST Engineering & Management*, 83, 29120–29132.
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran pengguna digital wallet di indonesia berdasarkan google trends analytics. *INOVASI*, 17(2), 377–385.
- Mujahidin, A., & Astuti, R. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif

- Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 143–150. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- OECCD. (2017). *PISA 2015 Assessment and Analytical Framework: Science, Reading, Mathematic, Financial Literacy and Collaborative Problem Solving* (Revised ed). OECD Publishing. <https://doi.org/dx.doi.org/10.1787/9789264281820-en>
- OJK. (2020). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*. [www.Ojk.Go.Id](http://www.ojk.go.id). <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>
- Riyanto, Firmansyah, R., Kartono, R., & Sundjaja, A. (2020). Factors affecting the use of E-Wallet in JABODETABEK Area. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 9(2), 1005–1012. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2020/17922020>
- Sari, D. E., Tiara, Narimo, S., & Saputra, R. C. (2020). The effect of financial literacy and pocket money on consumer behavior of universitas muhammadiyah surakarta (Ums) students. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 4235–4237.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. Alfabeta.
- Tibrisi, A. S. A., Hasan, M., Dinar, M., Mustari, & Ahmad, M. I. S. (2020). *The Effect of the Intensity of Accessing Instagram and Financial Literacy on the Consumptive Behavior : a Research Study*. 3(5), 26–31.
- Tomášková, H., Mohelská, H., & Němcová, Z. (2011). Issues of financial literacy education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28, 365–369. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.069>
- Wulantika, L., & Zein, S. R. (2020). E-Wallet Effects on Community Behavior. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 879(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012121>
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa sekolah menengah atas di kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687.