



Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas HKBP Nommensen Medan Stambuk 2025

Dayana Rebecca Tampubolon^{1*}, Mawar Nauli Sianturi², Suriani Halawa³, Hana Demia Saragih⁴, Surti Novita Sianipar⁵, Nanda Kezia Pasaribu⁶

¹⁻⁶Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

Email: Dayanarebecca024@gmail.com¹, Mawarsianturi045@gmail.com², hanademias479@gmail.com³, surtinovita60@gmail.com⁴, nandapasaribu679@gmail.com⁵

*Penulis Korespondensi: Dayanarebecca024@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of electronic money usage on the consumptive behavior of students in the Economic Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, HKBP Nommensen University Medan, Class of 2025. The rapid development of financial technology has increased the use of electronic money among students, which potentially influences their consumption patterns. This study employs a quantitative approach with descriptive and associative methods. Data were collected through questionnaires distributed to students as respondents. The data analysis technique used simple linear regression to determine the relationship between electronic money usage and consumptive behavior. The results indicate that the use of electronic money has a positive and significant effect on students' consumptive behavior. The ease, practicality, and various promotional offers encourage students to make impulsive purchases. Therefore, awareness and proper financial management are needed to prevent excessive consumptive behavior.*

Keywords: *Consumptive Behavior; Electronic Money; Financial Management; Financial Technology (Fintech); Students.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan Stambuk 2025. Perkembangan teknologi keuangan yang pesat telah mendorong meningkatnya penggunaan uang elektronik di kalangan mahasiswa, yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa sebagai responden. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan, kepraktisan, serta berbagai promo yang ditawarkan mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran serta pengelolaan keuangan yang baik agar penggunaan uang elektronik tidak menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Kata Kunci: Mahasiswa; Manajemen Keuangan; Perilaku Konsumtif; Teknologi Keuangan; Uang Elektronik.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam bidang ekonomi dan sistem pembayaran. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mendorong terjadinya transformasi dari sistem pembayaran konvensional menuju sistem pembayaran digital yang lebih modern, praktis, dan efisien. Salah satu inovasi dalam sistem pembayaran tersebut adalah uang elektronik (*electronic money* atau *e-money*), yang saat ini semakin banyak digunakan oleh masyarakat dalam berbagai transaksi.

Uang elektronik merupakan alat pembayaran yang nilai uangnya disimpan secara elektronik dalam suatu media, baik berupa server maupun chip, sehingga dapat digunakan tanpa uang tunai. Kehadiran uang elektronik memberikan berbagai kemudahan, seperti kecepatan transaksi, efisiensi waktu, serta kemudahan dalam mengakses layanan keuangan. Di Indonesia, penggunaan uang elektronik terus meningkat, didukung oleh perkembangan internet, smartphone, serta berbagai platform digital yang menyediakan layanan pembayaran elektronik. Selain itu, berbagai promo seperti diskon, cashback, dan gratis ongkir turut mendorong masyarakat beralih ke sistem pembayaran non-tunai. Hal ini menunjukkan bahwa uang elektronik tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup modern, terutama di kalangan generasi muda.

Mahasiswa sebagai kelompok yang dekat dengan teknologi memiliki kecenderungan tinggi dalam menggunakan uang elektronik untuk berbagai kebutuhan, baik akademik maupun nonakademik. Dalam kehidupan sehari-hari, mahasiswa menggunakan uang elektronik untuk membeli makanan, berbelanja online, membayar transportasi, hingga memenuhi kebutuhan hiburan. Kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan membuat mahasiswa lebih memilih menggunakan uang elektronik dibandingkan uang tunai. Namun, kemudahan tersebut juga dapat memengaruhi pola perilaku konsumsi mahasiswa.

Kemudahan dalam melakukan transaksi sering kali membuat mahasiswa kurang mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian. Proses pembayaran yang cepat dan tanpa hambatan dapat memicu pembelian impulsif, sehingga muncul kecenderungan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ditandai dengan kebiasaan membeli barang secara berlebihan, tanpa perencanaan, mudah tergoda oleh promosi, serta mengikuti tren yang berkembang di masyarakat.

Selain itu, perkembangan media sosial turut memperkuat perilaku konsumtif mahasiswa. Informasi mengenai produk, tren, dan gaya hidup sangat mudah diakses, sehingga mahasiswa cenderung terpengaruh untuk mengikuti pola konsumsi yang sama. Lingkungan pergaulan juga berperan dalam mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan diri dengan kelompoknya agar tidak tertinggal, termasuk dalam hal konsumsi barang dan jasa.

Sebagian besar mahasiswa belum memiliki penghasilan tetap dan masih bergantung pada uang saku dari orang tua. Penggunaan uang elektronik yang tidak memiliki bentuk fisik sering membuat pengeluaran terasa lebih ringan dibandingkan uang tunai, sehingga kontrol terhadap pengeluaran menjadi lebih lemah. Hal ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran serta berpotensi menimbulkan masalah keuangan.

Meskipun demikian, tidak semua mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Sebagian mahasiswa masih mampu mengelola keuangan dengan baik dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memiliki literasi keuangan yang baik agar dapat menggunakan uang elektronik secara bijak. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan Stambuk 2025.

2. KAJIAN TEORITIS

Penggunaan Uang Elektronik

Penggunaan uang elektronik (*electronic money*) merupakan salah satu bentuk inovasi dalam sistem pembayaran modern yang berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi. Uang elektronik adalah alat pembayaran yang nilai uangnya disimpan secara elektronik dalam suatu media, baik berbasis server maupun chip, yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai.

Menurut Bank Indonesia (2022) dalam peraturan tentang uang elektronik, uang elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang, disimpan secara elektronik, dan digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran kepada pihak selain penerbit. Definisi ini menegaskan bahwa uang elektronik merupakan bagian penting dari sistem pembayaran non-tunai yang terus berkembang.

Perkembangan penggunaan uang elektronik tidak terlepas dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Laudon dan Laudon (2021) dalam buku *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*, teknologi digital mendorong transformasi sistem pembayaran menjadi lebih cepat, efisien, dan terintegrasi, sehingga meningkatkan ketergantungan masyarakat terhadap sistem pembayaran elektronik.

Berdasarkan pengertian para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik merupakan sistem pembayaran non-tunai yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah transaksi, meningkatkan efisiensi, serta mendukung aktivitas ekonomi masyarakat secara lebih praktis dan modern. Di Indonesia, penggunaan uang elektronik mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah pengguna internet dan smartphone.

Menurut Chaffey (2022) dalam buku *Digital Business and E-Commerce Management*, perkembangan e-commerce dan sistem pembayaran digital menjadi faktor utama dalam meningkatnya penggunaan uang elektronik di masyarakat.

Dalam kehidupan sehari-hari, penggunaan uang elektronik mencakup berbagai aktivitas, seperti pembelian makanan, belanja online, pembayaran transportasi, hingga transaksi pada platform digital. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang paling aktif menggunakan uang elektronik karena memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap teknologi. Selain itu, gaya hidup digital yang melekat pada mahasiswa juga mendorong penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran utama.

Beberapa faktor yang mendorong penggunaan uang elektronik antara lain: 1) Kemudahan dan kepraktisan, karena transaksi dapat dilakukan dengan cepat tanpa membawa uang tunai, 2) Efisiensi waktu, karena proses pembayaran lebih singkat dibandingkan metode konvensional, 3) Promo dan insentif, seperti diskon, cashback, dan *reward point*, 4) Dukungan teknologi, seperti aplikasi dompet digital dan *mobile banking*.

Menurut Kotler dan Keller (2021) dalam buku *Marketing Management*, kemudahan dalam sistem pembayaran merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Dalam konteks uang elektronik, kemudahan ini membuat individu lebih sering melakukan transaksi karena prosesnya tidak rumit.

Namun, di balik berbagai kemudahan tersebut, penggunaan uang elektronik juga memiliki dampak terhadap perilaku keuangan. Menurut Sari dan Hwihanus (2024) dalam jurnal penelitian, penggunaan uang elektronik dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif karena kemudahan akses dan banyaknya promosi yang ditawarkan.

Hal ini menyebabkan pengguna, khususnya mahasiswa, sering kali kurang menyadari jumlah pengeluaran yang telah dilakukan. Kemudahan akses dan proses transaksi yang cepat dapat mengurangi kontrol dalam pengeluaran, sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penting bagi pengguna uang elektronik untuk memiliki literasi keuangan yang baik agar dapat mengelola pengeluaran secara bijak.

Dengan demikian, penggunaan uang elektronik tidak hanya memberikan manfaat dalam hal kemudahan dan efisiensi transaksi, tetapi juga memiliki potensi dampak terhadap perilaku konsumsi. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan pengelolaan keuangan yang baik agar penggunaan uang elektronik dapat memberikan manfaat yang optimal tanpa menimbulkan dampak negatif.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena yang banyak terjadi dalam kehidupan masyarakat modern. Perilaku ini mengacu pada kecenderungan individu untuk melakukan kegiatan konsumsi secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan.

Dalam kondisi normal, konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Namun, ketika konsumsi dilakukan secara berlebihan tanpa mempertimbangkan manfaat dan prioritas, maka hal tersebut disebut sebagai perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif tidak hanya berkaitan dengan jumlah barang yang dibeli, tetapi juga menyangkut pola pikir dan cara individu dalam mengambil keputusan pembelian. Perkembangan teknologi, kemudahan akses informasi, serta sistem pembayaran yang praktis turut mendorong meningkatnya perilaku konsumtif. Mahasiswa sebagai generasi muda yang aktif menggunakan teknologi menjadi kelompok yang rentan terhadap perilaku ini, karena cenderung mudah terpengaruh oleh tren, gaya hidup, dan lingkungan sosial.

Menurut Tambunan (2021) dalam jurnal penelitian ekonomi, perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang atau jasa secara berlebihan yang tidak didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan dan dorongan emosional. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif erat kaitannya dengan ketidakmampuan individu dalam mengendalikan keinginan.

Selanjutnya, menurut Kotler dan Keller (2021) dalam buku *Marketing Management*, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi, yaitu faktor psikologis, sosial, budaya, dan pribadi. Perilaku konsumtif muncul ketika faktor-faktor tersebut lebih mendorong pemenuhan keinginan daripada kebutuhan.

Faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, dan emosi dapat mendorong seseorang melakukan pembelian untuk memperoleh kepuasan sesaat. Faktor sosial, seperti pengaruh teman sebaya dan lingkungan, juga berperan dalam membentuk perilaku konsumtif, terutama pada mahasiswa yang cenderung ingin menyesuaikan diri dengan kelompoknya. Selain itu, faktor budaya dan gaya hidup turut memengaruhi pola konsumsi individu. Menurut Sari dan Hwihanus (2024) dalam jurnal *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, perilaku konsumtif mahasiswa semakin meningkat seiring dengan kemudahan akses teknologi dan banyaknya promosi yang ditawarkan pada platform digital.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti media digital dan promosi memiliki peran penting dalam mendorong konsumsi berlebihan. Selain itu, menurut Putri dan Rahmawati (2023) dalam jurnal perilaku konsumen, perilaku konsumtif berkaitan erat dengan pembelian impulsif (*impulse buying*), yaitu tindakan membeli yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya.

Pembelian impulsif terjadi karena adanya dorongan emosional yang kuat, seperti keinginan untuk segera memiliki suatu barang tanpa mempertimbangkan manfaatnya. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan kegiatan konsumsi secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor psikologis, sosial, budaya, dan perkembangan teknologi yang mempermudah proses transaksi. Selain itu, kemudahan akses informasi, promosi, serta sistem pembayaran digital juga mendorong munculnya pembelian impulsif. Dengan demikian, perilaku konsumtif tidak hanya berkaitan dengan jumlah konsumsi, tetapi juga mencerminkan pola pikir dan pengambilan keputusan individu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Dalam konteks perkembangan teknologi saat ini, perilaku impulsif semakin meningkat karena kemudahan dalam bertransaksi. Mahasiswa dapat dengan mudah membeli barang hanya melalui smartphone tanpa harus datang ke toko secara langsung. Proses yang cepat dan praktis ini mengurangi pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan. Selain itu, adanya fitur seperti *flash sale*, diskon, dan gratis ongkir juga mendorong mahasiswa untuk segera melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya.

Perilaku Konsumtif Mahasiswa UHN Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2025

Perilaku konsumtif mahasiswa merupakan kecenderungan mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Dalam kehidupan sehari-hari, perilaku ini sering muncul dalam bentuk pembelian barang atau jasa tanpa perencanaan yang matang, serta kurangnya pertimbangan terhadap manfaat dan prioritas kebutuhan.

Pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen (UHN), khususnya Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2025, perilaku konsumtif menjadi fenomena yang cukup terlihat seiring dengan perkembangan teknologi. Mahasiswa sebagai generasi yang dekat dengan teknologi cenderung lebih mudah mengakses berbagai informasi mengenai produk, tren, dan gaya hidup melalui media sosial maupun platform digital lainnya.

Dalam kehidupan sehari-hari, mahasiswa menggunakan uang untuk berbagai keperluan, seperti membeli makanan, pakaian, kebutuhan kuliah, hingga hiburan. Namun, tidak semua pengeluaran tersebut didasarkan pada kebutuhan utama. Banyak mahasiswa melakukan pembelian karena tertarik pada tampilan produk, mengikuti tren yang sedang populer, atau karena adanya promo seperti diskon dan cashback. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh keinginan dan dorongan sesaat.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa juga dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan. Mahasiswa cenderung menyesuaikan diri dengan teman sebaya agar tidak merasa tertinggal, misalnya dalam hal gaya berpakaian, penggunaan gawai, maupun kebiasaan berkumpul di tempat tertentu. Kondisi ini mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi meskipun barang atau jasa tersebut tidak terlalu dibutuhkan.

Selain itu, media sosial turut memperkuat perilaku konsumtif mahasiswa. Informasi mengenai produk, tren, dan gaya hidup sangat mudah diakses, sehingga meningkatkan keinginan mahasiswa untuk mencoba dan memiliki barang tersebut. Ditambah dengan kemudahan berbelanja secara online, proses pembelian menjadi lebih cepat dan praktis.

Perilaku konsumtif mahasiswa UHN juga dapat dilihat dari beberapa kebiasaan, seperti membeli barang tanpa perencanaan, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, serta mudah tergoda oleh promosi. Dalam jangka panjang, perilaku ini dapat menyebabkan pemborosan dan ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran, mengingat sebagian besar mahasiswa masih bergantung pada uang saku dari orang tua.

Namun demikian, tidak semua mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Sebagian mahasiswa masih mampu mengelola keuangan dengan baik serta dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dapat dikendalikan apabila mahasiswa memiliki kesadaran dan kemampuan dalam mengatur keuangan.

Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswa UHN Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2025 merupakan fenomena yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, lingkungan sosial, serta gaya hidup. Oleh karena itu, mahasiswa perlu bersikap bijak dalam mengelola keuangan agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan

3. METODE PENELITIAN

Penyusunan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang diperoleh berupa angka-angka yang dianalisis untuk mengetahui hubungan antara penggunaan uang elektronik dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Maherina, Sadih, dan Srigustini (2025) dalam jurnal *PESHUM* menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur hubungan antarvariabel menggunakan data numerik dan analisis statistik.

Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai tingkat penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif mahasiswa tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian. Selain itu, penelitian ini juga bersifat korelasional. Sari dan Hwihanus (2024) dalam jurnal *Musytari* menyatakan bahwa penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, penggunaan uang elektronik sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan. Lokasi ini dipilih karena relevan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, lingkungan kampus dianggap tepat karena mahasiswa merupakan pengguna aktif uang elektronik dalam kehidupan sehari-hari.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi di Universitas HKBP Nommensen yang menjadi subjek penelitian. Data yang dikumpulkan meliputi informasi mengenai tingkat penggunaan uang elektronik serta perilaku konsumtif mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Data primer ini digunakan sebagai dasar utama dalam analisis penelitian.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, serta sumber lain yang berkaitan dengan penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Menurut Sugiyono, data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan melalui dokumen atau sumber lain yang telah tersedia. Data sekunder ini digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat landasan teori serta memberikan gambaran yang lebih luas mengenai permasalahan yang diteliti.

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas HKBP Nommensen Medan. Pemilihan subjek didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang dekat dengan perkembangan teknologi digital, khususnya dalam penggunaan uang elektronik dalam kehidupan sehari-hari.

Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 27 orang mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *total sampling* (sampel jenuh), yaitu seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi stambuk 2025 dijadikan sebagai responden penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara online melalui grup WhatsApp mahasiswa. Meskipun dilakukan secara daring, subjek penelitian tetap berada dalam lingkup kampus karena responden merupakan mahasiswa aktif.

Langkah Penelitian

Langkah-langkah dalam penelitian ini disusun secara sistematis agar proses penelitian berjalan dengan baik dan menghasilkan data yang akurat. Adapun langkah-langkah penelitian adalah sebagai berikut:

Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di kalangan mahasiswa terkait penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif. Permasalahan diperoleh melalui pengamatan terhadap fenomena yang ada.

Studi Literatur

Peneliti mengumpulkan berbagai referensi yang relevan, seperti buku dan jurnal ilmiah, untuk memperkuat landasan teori mengenai uang elektronik dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan studi literatur, peneliti merumuskan masalah dan menetapkan tujuan penelitian agar memiliki arah yang jelas.

Penyusunan Instrumen Penelitian

Peneliti menyusun instrumen penelitian berupa kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pertanyaan disusun sesuai dengan variabel penelitian.

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen stambuk 2025 sebagai responden penelitian.

Pengolahan dan Analisis Data

Data yang diperoleh diolah dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui tingkat penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian serta menggambarkan pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Penyusunan Laporan Penelitian

Tahap terakhir adalah menyusun laporan penelitian secara sistematis dalam bentuk mini riset sesuai dengan struktur penulisan ilmiah

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2025. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang berkaitan dengan penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil Analisis Variabel Penggunaan Uang Elektronik

Berikut hasil pengolahan data penggunaan uang elektronik:

Tabel 1. Distribusi Penggunaan Uang Elektronik.

No	Pernyataan	SL	SR	JR	TP
1	Saya sering menggunakan uang elektronik dalam transaksi sehari-hari	51,9%	33,3%	14,8%	0%
2	Penggunaan uang elektronik membuat transaksi lebih cepat	63%	25,9%	11,1%	0%
3	Saya memilih uang elektronik dibandingkan uang tunai.	22,2%	51,9%	22,2%	3,7%
4	Uang elektronik memudahkan saya dalam pembayaran	63%	22,2%	18,5%	0%
5	Saya merasa penggunaan uang elektronik lebih praktis	51,9%	37%	7,4%	3,7%

Keterangan :

SL =Selalu

SR=Sering

JR=Jarang

TP=Tidak pernah

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa penggunaan uang elektronik di kalangan mahasiswa berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa uang elektronik mudah digunakan dan sangat membantu dalam aktivitas sehari-hari.

Hasil Analisis Variabel X Perilaku Konsumtif

Tabel 2. Variabel Y Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

No	Pernyataan	SL	SR	JR	TP
1	Saya sering membeli barang tanpa perencanaan.	14,8%	44,4%	25,9%	18,5%
2	Saya sering berbelanja hanya karena keinginan	22,7%	40,7%	29,6%	7,4%
3	Saya membeli barang meskipun tidak dibutuhkan	3,7%	33,3%	40,7%	22,2%
4	Saya membeli barang karena mengikuti tren	3,7%	22,2%	48,1%	33,3%
5	Saya mudah tergoda membeli barang saat ada diskon.	7,4%	29,6%	18,1%	14,8%

Penelitian ini dilakukan terhadap 27 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan Stambuk 2025. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui tingkat penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengolahan data, penggunaan uang elektronik di kalangan mahasiswa berada pada kategori tinggi. Sebagian besar responden menyatakan sering hingga selalu menggunakan uang elektronik dalam transaksi sehari-hari, seperti membeli makanan, berbelanja online, dan membayar layanan digital. Selain itu, mayoritas responden menilai bahwa penggunaan uang elektronik memberikan kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam bertransaksi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan dan efisiensi menjadi alasan utama tingginya penggunaan uang elektronik.

Sementara itu, perilaku konsumtif mahasiswa berada pada kategori cukup tinggi. Hal ini terlihat dari kecenderungan melakukan pembelian tanpa perencanaan, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, serta mudah tertarik pada produk yang ditawarkan. Faktor promosi seperti diskon dan cashback juga mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian, meskipun tidak selalu didasarkan pada kebutuhan. Hasil penelitian juga menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan uang elektronik dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Kemudahan dalam bertransaksi mendorong peningkatan frekuensi pembelian dan memicu perilaku konsumtif, terutama karena transaksi dapat dilakukan secara cepat dan praktis. Selain itu, tidak adanya bentuk fisik uang elektronik membuat pengeluaran terasa lebih ringan, sehingga kontrol terhadap keuangan menjadi berkurang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik di kalangan mahasiswa tergolong tinggi, sedangkan perilaku konsumtif berada pada kategori cukup tinggi. Kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif, di mana semakin tinggi penggunaan uang elektronik, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menginterpretasikan hasil penelitian yang telah diperoleh, serta mengaitkannya dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan pada Bab I. Melalui pembahasan ini, setiap temuan penelitian dijelaskan secara lebih mendalam dengan menggunakan pendekatan teori yang relevan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat penggunaan uang elektronik di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan Stambuk 2025 berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa uang elektronik telah menjadi alat pembayaran yang dominan dalam berbagai aktivitas sehari-hari mahasiswa. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka sering hingga selalu menggunakan uang elektronik dalam melakukan transaksi, seperti pembelian makanan, belanja online, pembayaran transportasi, serta berbagai layanan digital lainnya. Kondisi ini mencerminkan adanya perubahan pola perilaku dalam sistem pembayaran, dari penggunaan uang tunai menuju sistem pembayaran non-tunai yang lebih modern.

Tingginya penggunaan uang elektronik tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang semakin pesat, khususnya dalam bidang keuangan digital. Mahasiswa sebagai generasi yang akrab dengan teknologi memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap inovasi tersebut, sehingga penggunaan uang elektronik menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Kemudahan dalam mengakses aplikasi dompet digital melalui smartphone, serta tersedianya berbagai fitur pendukung seperti riwayat transaksi, notifikasi pembayaran, dan kemudahan pengisian saldo, semakin memperkuat kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik. Selain itu, faktor kemudahan, kepraktisan, dan efisiensi menjadi alasan utama dalam penggunaan uang elektronik.

Proses transaksi yang cepat, tidak memerlukan uang fisik, serta dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja menjadikan uang elektronik lebih unggul dibandingkan uang tunai. Hal ini sejalan dengan **Sari dan Hwihanus (2024)** dalam jurnal *Musytari* yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan efisiensi sistem pembayaran digital menjadi faktor utama meningkatnya penggunaan uang elektronik di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa. Dengan demikian, penggunaan uang elektronik tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh perubahan gaya hidup yang mengutamakan kecepatan dan kepraktisan. Di sisi lain, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa berada pada kategori cukup tinggi.

Hal ini terlihat dari adanya kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang, lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, serta mudah terpengaruh oleh berbagai faktor eksternal. Mahasiswa sering kali melakukan pembelian secara impulsif, yaitu pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa pertimbangan rasional yang memadai.

Perilaku konsumtif tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah promosi. Berbagai penawaran seperti diskon, cashback, dan gratis ongkir menjadi daya tarik yang kuat bagi mahasiswa untuk melakukan pembelian. Promosi tersebut menciptakan persepsi bahwa konsumen memperoleh keuntungan, sehingga mendorong mahasiswa untuk membeli barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Hal ini didukung oleh Maherina, Sadihah, dan Srigustini (2025) dalam jurnal *PESHUM* yang menyatakan bahwa promosi dan kemudahan teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Selain faktor promosi, media sosial juga memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Melalui media sosial, mahasiswa dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi mengenai produk, tren, dan gaya hidup. Paparan terhadap iklan, ulasan produk, serta rekomendasi dari influencer dapat meningkatkan keinginan mahasiswa untuk memiliki barang tertentu. Dalam kondisi ini, konsumsi tidak lagi semata-mata bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk mengikuti tren dan membangun citra diri di lingkungan sosial.

Faktor lingkungan pergaulan juga turut memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa cenderung menyesuaikan diri dengan teman sebaya agar tidak merasa tertinggal, baik dalam hal gaya hidup maupun pola konsumsi. Tekanan sosial secara tidak langsung mendorong mahasiswa untuk mengikuti kebiasaan konsumsi kelompoknya, meskipun tidak selalu sesuai dengan kebutuhan pribadi.

Selain itu, faktor psikologis juga memiliki peran penting dalam mendorong perilaku konsumtif. Keinginan untuk memperoleh kepuasan sesaat, rasa senang setelah membeli barang, serta dorongan emosional lainnya menjadi alasan utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Dalam banyak kasus, mahasiswa melakukan pembelian bukan karena kebutuhan, tetapi karena keinginan untuk memenuhi kepuasan emosional. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh kondisi internal individu. Jika dikaitkan dengan hasil penelitian, penggunaan uang elektronik memiliki hubungan yang erat dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Kemudahan dalam bertransaksi memungkinkan mahasiswa untuk melakukan pembelian dengan cepat tanpa melalui proses pertimbangan yang panjang. Selain itu, sifat uang elektronik yang tidak memiliki bentuk fisik membuat pengeluaran terasa lebih ringan, sehingga mahasiswa kurang menyadari jumlah uang yang telah dikeluarkan. Kondisi ini menyebabkan kontrol terhadap pengeluaran menjadi berkurang dan meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan Putri dan Rahmawati (2024) dalam jurnal perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kemudahan transaksi digital dapat meningkatkan pembelian impulsif karena berkurangnya kontrol diri dalam pengambilan keputusan. Dengan kata lain, semakin tinggi penggunaan uang elektronik, maka semakin besar pula peluang terjadinya perilaku konsumtif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif mahasiswa memiliki hubungan yang positif dan saling berkaitan. Tingginya penggunaan uang elektronik dipengaruhi oleh kemudahan, kepraktisan, dan perkembangan teknologi, sedangkan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor promosi, media sosial, lingkungan sosial, dan psikologis. Kombinasi dari faktor-faktor tersebut membentuk pola konsumsi mahasiswa yang cenderung mengarah pada perilaku konsumtif.

Oleh karena itu, diperlukan kesadaran serta kemampuan pengelolaan keuangan yang baik agar mahasiswa dapat menggunakan uang elektronik secara bijak. Mahasiswa perlu mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mengontrol pengeluaran agar tidak terjadi pemborosan. Dengan pengelolaan yang tepat, penggunaan uang elektronik dapat memberikan manfaat yang optimal tanpa menimbulkan dampak negatif terhadap kondisi keuangan mahasiswa. Penggunaan uang elektronik berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan Stambuk 2025. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan uang elektronik, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa dalam melakukan perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa yang sering menggunakan uang elektronik cenderung lebih mudah melakukan transaksi, sehingga frekuensi pembelian meningkat. Proses pembayaran yang cepat dan praktis mendorong keputusan pembelian dilakukan secara spontan tanpa perencanaan yang matang. Selain itu, sifat uang elektronik yang tidak memiliki bentuk fisik membuat pengeluaran terasa lebih ringan dibandingkan uang tunai, sehingga kontrol terhadap keuangan menjadi lebih lemah.

Kemudahan akses melalui smartphone juga memperkuat kecenderungan tersebut. Mahasiswa dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, sehingga peluang terjadinya pembelian impulsif semakin besar. Hal ini sejalan dengan Putri dan Rahmawati (2024) dalam jurnal perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kemudahan transaksi digital mendorong pembelian impulsif karena berkurangnya pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan.

Selain itu, fitur dalam aplikasi uang elektronik seperti promo, cashback, dan notifikasi penawaran turut mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian meskipun tidak selalu didasarkan pada kebutuhan. Sari dan Hwihanus (2024) dalam jurnal *Musytari* mengemukakan bahwa promosi dan kemudahan penggunaan e-money memiliki pengaruh signifikan terhadap meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Dengan demikian, penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, terutama melalui kemudahan, kepraktisan, dan aksesibilitas yang ditawarkan.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa meliputi kemudahan penggunaan uang elektronik, promosi, media sosial, lingkungan pergaulan, dan faktor psikologis. Kemudahan transaksi membuat mahasiswa lebih sering melakukan pembelian, sedangkan promosi seperti diskon dan cashback menjadi daya tarik utama dalam meningkatkan konsumsi.

Media sosial juga berperan dalam membentuk perilaku konsumtif melalui penyebaran informasi produk dan tren. Mahasiswa yang aktif di media sosial cenderung lebih mudah terpengaruh oleh iklan dan rekomendasi dari influencer. Selain itu, lingkungan pergaulan mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan diri dengan kelompoknya, termasuk dalam pola konsumsi. Faktor psikologis turut memperkuat perilaku konsumtif, seperti keinginan untuk memperoleh kepuasan sesaat dan dorongan emosional dalam melakukan pembelian. Hal ini didukung oleh Maherina, Sadih, dan Srigustini (2025) dalam jurnal *PESHUM* yang menyatakan bahwa faktor psikologis dan kemudahan teknologi berperan penting dalam meningkatkan kecenderungan konsumtif mahasiswa.

Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan pengendalian diri agar mahasiswa dapat mengelola keuangan secara bijak dan tidak melakukan konsumsi secara berlebihan

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa penggunaan uang elektronik di kalangan mahasiswa berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah terbiasa menggunakan uang elektronik dalam berbagai aktivitas sehari-hari karena dinilai lebih praktis, cepat, dan efisien dibandingkan uang tunai.

Selanjutnya, perilaku konsumtif mahasiswa berada pada kategori cukup tinggi, yang ditandai dengan kecenderungan melakukan pembelian tanpa perencanaan, lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, serta mudah terpengaruh oleh promosi. Hal ini menunjukkan bahwa pola konsumsi mahasiswa tidak sepenuhnya rasional dan masih dipengaruhi oleh faktor emosional.

Penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Faktor-faktor seperti kemudahan transaksi, promosi, media sosial, lingkungan pergaulan, serta faktor psikologis turut mendorong meningkatnya perilaku konsumtif. Oleh karena itu, mahasiswa perlu lebih bijak dalam mengelola keuangan agar tidak terjadi konsumsi yang berlebihan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disarankan agar mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan uang elektronik dengan mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan. Mahasiswa juga perlu meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan agar tidak mudah terpengaruh oleh promosi dan tren yang dapat mendorong perilaku konsumtif.

Selain itu, diharapkan pihak kampus dapat memberikan edukasi atau literasi keuangan kepada mahasiswa agar mampu mengelola keuangan dengan baik. Edukasi tersebut penting untuk membantu mahasiswa memahami dampak penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumsi.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambah jumlah responden atau menggunakan metode penelitian yang berbeda agar memperoleh hasil yang lebih luas dan mendalam.

DAFTAR REFERENSI

- APJII. (2024). Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Bank Indonesia. (2022). Peraturan Bank Indonesia tentang uang elektronik. Bank Indonesia.
- Chaffey, D. (2022). *Digital business and e-commerce management* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2001). *Consumer behavior* (10th ed.). Harcourt College Publishers.
- Hidayat, A., & Nugroho, B. (2020). Regulasi dan adopsi uang elektronik di Indonesia. *Jurnal Keuangan Digital*, 2(1), 15–28.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2021). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.
- Maherina, R., Sadiyah, S., & Srigustini, R. (2025). Pengaruh teknologi digital dan promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal PESHUM: Pendidikan, Sosial, dan Humaniora*, 4(1), 45–56.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Laporan perkembangan keuangan digital Indonesia. OJK.
- Putri, A. N., & Rahmawati, D. (2023). Pengaruh kemudahan transaksi digital terhadap perilaku impulse buying mahasiswa. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 6(2), 101–112.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson Education.
- Sari, D. P., & Hwihanus, H. (2024). Pengaruh penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(1), 1223.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2021). Analisis perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi modern. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 29(2), 89–102.
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183–206.
- Wibowo, S., & Rosmaida, T. (2022). Persaingan platform dompet digital dan implikasinya terhadap perilaku pengguna. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 67–81.