

BAB II

LANDASAN TEORI

A. UANG

a. Pengertian Uang

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) uang adalah alat tukar atau standar pengukur nilai (kesatuan hitung) yang sah, dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dicetak dengan bentuk dan gambar tertentu.¹ Menurut beberapa ahli ekonom, uang merupakan sesuatu yang bisa dengan mudah dan umum diterima oleh masyarakat untuk pembayaran pembelian barang, jasa dan aset berharga lainnya serta dapat digunakan untuk pembayaran utang.²

Menurut salah satu sumber, Uang adalah alat kemudahan bagi manusia dalam usahanya untuk mencapai kesejahteraan hidup yang optimal. Hal ini dikarenakan uang memiliki beberapa kegunaan yaitu sebagai alat penukar,

¹ KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> pada tanggal 15 April 2021, pukul 14.56 WIB

² Alam.s, *Ekonomi*. Erlangga ;Jakarta. 2013, Hlm. 265

pengukur nilai, satuan penghitung dan juga sebagai penimbun kekayaan (*Store of Value*).³ Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa segala sesuatu yang mempunyai ciri dapat diterima umum, dapat digunakan sebagai alat tukar, pengukur nilai dan sebagai alat penimbun kekayaan dan yang terpenting dapat digunakan sebagai alat pembayaran. Maka, itu sudah dianggap uang baik itu terbuat dari logam, kertas atau benda lainnya.⁴

b. Fungsi Uang

Dalam kehidupan, uang memiliki banyak fungsi. Dari beberapa definisi uang yang telah terpapar di atas, uang memiliki tiga fungsi dasar yaitu sebagai satuan hitung, alat penukar/ alat transaksi dan juga sebagai penyimpan nilai atau alat penimbun kekayaan (*store of value*).⁵ Namun seiring berkembangnya zaman, fungsi uang menjadi

³ Budiono, *Ekonomi Makro*, BPFE, UGM, Yogyakarta, 1982, Hlm. 208

⁴ Manginar Manullang, *Ekonomi Moneter* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1997), Hlm. 284

⁵ Mankiw, N. Gregory. *Principles of Economics* (Chriswan Sungkono, Penerjemah). (Ed. ke-3). Jakarta: Salemba Empat, 2016. Hlm.57

semakin bertambah. hal ini dibuktikan dari banyaknya pendapat dari para ahli ekonomi mengenai fungsi dari uang yang merupakan sebuah fungsi turunan. Berikut beberapa fungsi turunan dari uang; sebagai standar pembayaran di masa mendatang (*standar of demand payment*)⁶,

c. Jenis Uang

Jenis uang dikelompokkan atas dasar pihak yang mengeluarkan, bahan uang, Negara yang mengeluarkan, dan nilai uang. Dengan uraian sebagai berikut:⁷

1. Jenis Uang Berdasarkan Pihak Yang Mengeluarkan

Berdasarkan pihak yang mengeluarkan, uang dibedakan menjadi uang kartal dan uang giral. Uang kartal adalah uang kertas atau logam yang beredar di masyarakat sebagai pembayaran yang sah, dikeluarkan dan diatur peredarannya oleh pemerintah. Sedangkan uang giral adalah alat pembayaran berupa cek, bilyet giro, dan sejenisnya yang dikeluarkan oleh bank.

⁶ Dr. Erlina Nurfaidah, *Ilmu Ekonomi*, Graha ilmu ;Yogyakarta, 2015, hal. 78

⁷ Alam.s, *Ekonomi*. Erlangga ;Jakarta, 2013, hal.266

2. Jenis Uang Berdasarkan Bahan Uang

Berdasarkan bahan untuk membuat uang, uang dibedakan menjadi dua yaitu uang logam dan uang kertas. Uang logam adalah uang yang bahannya terbuat dari logam berupa emas, perak, dan sejenisnya. Sedangkan, uang kertas adalah uang yang bahannya terbuat dari kertas serta penggunaannya diatur oleh undang-undang dan kebiasaan.

3. Jenis Uang Berdasarkan Negara yang Mengeluarkan

Berdasarkan Negara yang mengeluarkan, uang dibedakan atas uang dalam negeri (domestik/nasional) dan uang luar negeri. Uang dalam negeri adalah uang yang dikeluarkan oleh Negara yang bersangkutan sedangkan Uang luar negeri adalah uang yang beredar dalam suatu Negara, tetapi yang mengeluarkannya adalah Negara lain. Uang luar negeri disebut juga valuta asing.

4. Jenis Uang berdasarkan Nilai Uang

Berdasarkan perbandingan nilai bahan dengan nilai tukar, uang dibedakan atas uang bernilai penuh dan uang tidak bernilai penuh. Uang nilai penuh (*full bodied money*) adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) sama dengan nilai nominal atau nilai penuh yang terdapat pada standar emas. Pada standar emas, nilai uang tersebut sama dengan nilai yang terkandung dalam bahan uang. Sedangkan, Uang yang tidak bernilai penuh adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) lebih kecil daripada nilai nominalnya. Jenis ini biasanya terdapat pada mata uang yang terbuat dari kertas karena nilai tukarnya lebih besar dari nilai bahannya.

d. Evolusi Sistem Pembayaran

Tahapan awal dalam evolusi sistem pembayaran dilakukan secara barter dengan cara saling menukar barang yang dibutuhkan dengan takaran yang telah disepakati. namun sejalan dengan waktu, masyarakat menyadari sistem

barter memiliki banyak kelemahan yang dapat menyulitkan kedua belah pihak, karena dalam transaksi ini penjual harus menerima apapun yang diserahkan oleh pembeli. Begitupun dengan pembeli, mereka kesulitan dalam menyesuaikan takaran dengan barang yang diinginkannya. Pada akhirnya masyarakat beralih menggunakan uang komoditas sebagai alat tukar.

Uang komoditas adalah barang yang dapat diterima secara umum sebagai alat tukar dan memiliki nilai yang tetap meskipun tidak sedang digunakan sebagai uang. Contoh uang komoditas yaitu logam mulia, merica, tembakau, kulit hewan dan garam.⁸ Namun uang komoditas juga mempunyai banyak kelemahan salah satunya yaitu nilainya tidak stabil dan sering berfluktuasi. Dengan kelemahan uang komoditas tersebut, akhirnya sistem pembayaran berevolusi menjadi uang fiat. Uang fiat atau yang sekarang lebih dikenal sebagai uang kartal adalah

⁸ Alam s, Ekonomi. Erlangga : Jakarta, 2013, Hlm. 259

uang kertas dan logam yang dikeluarkan oleh pemerintah sebagai alat pembayaran yang sah.⁹

Manfaat yang didapat ketika menggunakan uang tunai adalah melakukan transaksi secara langsung tanpa adanya perantara dalam melakukan sebuah transaksi. Adapun uang tunai juga memiliki kelemahan yaitu kurang efisien dalam melakukan transaksi dikarenakan pembayaran harus dilakukan secara *face to face* antara penjual dan pembeli, sehingga hal tersebut menyulitkan penjual dan pembeli yang memiliki jarak yang jauh. uang kartal atau tunai juga membutuhkan tempat yang besar dalam penyimpanannya apabila dalam nominal yang besar, serta kurangnya keamanan dalam melakukan transaksi dengan nominal yang besar.¹⁰ Sehingga seiring dengan berkembangnya teknologi, untuk mengatasi beberapa masalah tersebut, perbankan mulai menggunakan cek untuk system pembayaran.

⁹ Ibid, h.260

¹⁰ Miftahul Rizqa Khairi, Dkk. *Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (Apmk) Dan E-Money Terhadap Konsumsi Masyarakat Di Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam Volume 1 Nomor 1, Maret 2019, Hal.22-23

Cek adalah perintah dari seseorang ke bank tempat dia memiliki rekening untuk mengirimkan uang dari rekeningnya ke rekening orang lain yang diberinya.¹¹ Sistem pembayaran terus berevolusi dari waktu ke waktu mengikuti perkembangan jaman hingga titik evolusi sistem pembayaran saat ini yaitu dengan menggunakan uang elektronik, Menurut Layaman dan Andriyani (2017) tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi khususnya teknologi perbankan memaksa industri perbankan untuk memformulasi ulang strategi teknologi informasi yang mereka terapkan untuk bisa bersaing di kancah dunia.¹²

B. UANG ELEKTRONIK (*E-MONEY*)

a. Pengertian uang elektronik

Menurut definisi dari Bank for International Settlement (BIS) yang terdapat dalam Kajian Operasional E-money Bank Indonesia Oktober 2016, E-money

¹¹ Op.cit, h.260

¹² Layaman dan Novi Andriyani. *Analisis Penggunaan Teknologi Informasi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Cirebon*. Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 9. No 1. 2017, Hal. 39-58

didefinisikan sebagai “*stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession*” (produk dengan nilai (uang) tersimpan (*stored-value*) atau prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang.)¹³ maka uang elektronik hanya dapat tersimpan jika seseorang menyetorkan sejumlah uang tunai atau dari debet rekeningnya kepada perusahaan penerbit sehingga kemudian dapat terekam nilai uangnya pada peralatan elektronik yang dimiliki masing-masing pengguna. Nilai uang dalam *e-money* akan berkurang pada saat pengguna menggunakannya untuk pembayaran.¹⁴

Menurut peraturan bank Indonesia, Uang Elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut: ¹⁵

¹³ Adi Firman Ramadhan, dkk. *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*. UNDIP Semarang. Vol.13 No.12, oktober 2016.

¹⁴ Serepina Tiur Maida , *PENGARUH E-MONEY TERHADAP BUDAYA BELANJA INDIVIDU* . Volume 1,Nomor 2,Oktober 2019. Hal.182

¹⁵ PBI (Peraturan bank Indonesia) NOMOR 20/6/PBI/2018 TENTANG UANG ELEKTRONIK

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

Dalam Islam juga memuat aturan mengenai uang elektronik yang terdapat dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 116/DSNMUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah yang menjelaskan uang elektronik (elecetronic money) adalah alat pembayaran yang sah apabila memenuhi unsur-unsur berikut:

- a) Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- b) Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi.
- c) Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana

dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

- d) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.¹⁶

E-money atau uang elektronik memiliki karakteristik yang berbeda dengan alat pembayaran elektronik lainnya seperti *phone banking*, internet banking, kartu debit dan kartu kredit. Dimana setiap pembayaran menggunakan *e-money* tidak selalu memerlukan otorisasi dan tidak ada kaitannya dengan rekening nasabah di bank pada saat akan melakukan pembayaran. Hal ini dikarenakan *e-money* merupakan *stored value* dimana uang disetorkan kepada penerbit dan akan terekam langsung pada alat pembayaran yang digunakan.¹⁷ Uang elektronik bukan hanya berbentuk kartu, ada pula yang namanya *e-wallet* atau dompet elektronik. Pada dasarnya, *e-wallet* juga bagian dari uang

¹⁶ Fatwa Dewan Stariah Nomor 116/DSNMUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah

¹⁷ Candrawati, Ni Nyoman Anita. *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Uang Elektronik Dalam Melakukan Transaksi E-Money*. Tesis Program Pascasarjana Universitas Udayana. 2013, Hal.36

elektronik karena *e-wallet* merupakan uang elektronik berbasis server, namun ada beberapa hal yang membuatnya berbeda dengan e-money.¹⁸

b. Jenis- Jenis uang Elektronik

Berdasarkan pada peraturan bank Indonesian PBI Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik pasal 3 ayat 1 dan 2, uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan media penyimpan nilai uang elektronik dan pencatatan data identitas pengguna. Berdasarkan pada media penyimpan, uang elektronik dibedakan menjadi 2, berupa:

1. *Server Based*, yaitu Uang Elektronik dengan media penyimpan berupa server. Contohnya, T-Cash Telkomsel, XL Tunai, Rekening Ponsel CIMB Niaga, BBM Money Permata Bank, DOKU, dan lain sebagainya
2. *Chip Based*, yaitu Uang Elektronik dengan media penyimpan berupa chip. Contohnya, E-Money Mandiri, Tap Cash BNI, Flazz BCA, Brizzi BRI, Mega Cash,

¹⁸ Serepina Tiur Maida , *PENGARUH E-MONEY TERHADAP BUDAYA BELANJA INDIVIDU*. Volume 1,Nomor 2,Oktober 2019. Hal.182

Blink BTN, Nobu E-Money, JakCard Bank DKI dan Skye Mobile Money terbitan Skye Sab Indonesia.

Adapun berdasarkan pencatatan data identitas Pengguna dibedakan menjadi 2, yaitu:

1. unregistered, yaitu Uang Elektronik yang data identitas Penggunanya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada Penerbit. Batas maksimum Uang Elektronik yang tersimpan pada media chip atau server untuk jenis unregistered adalah Rp 1.000.000, 00 (satu juta Rupiah).
2. registered, yaitu Uang Elektronik yang data identitas Penggunanya terdaftar dan tercatat pada Penerbit.

c. Kelebihan dan Kelemahan Uang Elektronik

Dalam beberapa penelitian menyebutkan, mayoritas masyarakat menggunakan transaksi non-tunai atau *e-money* karena kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh produk-produk transaksi elektronik tersebut. karena itu, penggunaan *e-money* diharapkan dapat bisa memaksimalkan dan meningkatkan daya beli masyarakat sehingga akan berdampak jupa pada peningkatan

perekonomian di Indonesia. Transaksi non-tunai juga memberikan keamanan dan keselamatan bagi para pengguna, sehingga masyarakat tidak lagi membawa uang tunai dalam jumlah yang besar untuk bertransaksi. kondisi tersebut merupakan kelebihan dari bertransaksi non-tunai dibandingkan dengan alat pembayaran tunai¹⁹

Menurut Bank Indonesia, ada beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan *e-money* dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain yaitu: 1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk melakukan pembayaran yang bernilai kecil (*micro payment*), disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan *e-money*. 2. Dapat mengefisiensi waktu saat melakukan transaksi dengan *e-money* dapat dilakukan jauh

¹⁹ Serepina Tiur Maida , *PENGARUH E-MONEY TERHADAP BUDAYA BELANJA INDIVIDU* . Volume 1,Nomor 2,Oktober 2019. Hal.182

lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi. Karena itu, dengan adanya peningkatan kecepatan dalam transaksi dan dengan kemudahan-kemudahan yang tersedia pada uang elektronik, dapat juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi. 3. Nilai uang pada uang elektronik dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh *issuer* atau penerbit.²⁰

Beberapa hal umum juga dirasakan oleh para pengguna *e-money*, antara lain yaitu; konsumen merasa semakin puas dengan berkurangnya biaya transaksi dengan berbagai potongan-potongan harga pada produk. meningkatnya kemudahan dalam bertransaksi bagi konsumen, sehingga dapat mendorong kenaikan konsumsi dari para pengguna tersebut. adanya sumber pendapatan bagi penyedia jasa pembayaran non-tunai dan lain

²⁰ Adi Firman Ramadhan, dkk. *PERSEPSI MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN E-MONEY*. UNDIP Semarang. Vol.13 No.12, oktober 2016.

sebagainya.²¹ Selain itu, uang elektronik juga memberikan manfaat pada Bank Indonesia karena adanya uang elektronik dapat meningkatkan efisiensi pencetakan uang dan penggunaan uang bagi bank Indonesia.²²

Namun ada beberapa masalah yang menjadi kelemahan uang elektronik dan masalah utamanya yaitu berasal dari kesadaran dan pemahaman konsumen tentang produk. Survei yang telah dilakukan oleh Bank Indonesia di kampus dan 12 kota menunjukkan bahwa pemahaman konsumen dan niat konsumen *e-money* masih belum optimal. Selain itu, terbatasnya kapasitas produk dalam berinteraksi dengan produk atau sistem lain dan/atau tidak terkoordinasi dengan baik sehingga membuat konsumen harus menggunakan lebih banyak alat *e-money*.²³

²¹ Serepina Tiur Maida , *PENGARUH E-MONEY TERHADAP BUDAYA BELANJA INDIVIDU* . Volume 1,Nomor 2,Oktober 2019. Hal.182

²² Sulistyoto Seti Utami, Dkk. *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-MONEY*, Balance Vol. XIV No. 2 | Juli 2017

²³ Serepina Tiur Maida , *PENGARUH E-MONEY TERHADAP BUDAYA BELANJA INDIVIDU* . Volume 1,Nomor 2,Oktober 2019. Hal.182

d.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menggunakan Uang Elektronik (*E-Money*).

Terdapat banyak model penelitian yang dikembangkan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan suatu sistem teknologi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2012). Tujuan adanya UTAUT 2 yakni untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen. model UTAUT merupakan gabungan dari 8 model yaitu

1. *Theory of Reasoned Action* (TRA) merupakan teori perilaku yang paling mendasar dan paling berpengaruh.
2. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang disesuaikan dengan konteks informasi dan dirancang untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi.
3. *Motivational Model* (MM) merupakan teori yang menjelaskan perilaku untuk memahami adopsi penggunaan teknologi baru

4. *Model of PC Utilization* (MPCU) merupakan teori untuk memprediksi penerimaan individu dan penggunaan berbagai teknologi informasi.
5. *Theory Planned Behavior* (TPB) merupakan untuk memprediksi niat dan perilaku di suatu tempat.
6. gabungan TAM dan TPB (C-TAM-TPB) merupakan gabungan model TAM dan TPB.
7. *Innovation Diffusion Theory* (IDT) merupakan teori yang dapat digunakan untuk meneliti penerimaan teknologi individu
8. *Social Cognitive Theory* (ICT) merupakan teori mengenai perilaku manusia dalam penerimaan dan penggunaan teknologi informasi secara umum.²⁴

Dalam penelitian Rizki Nanda, Venkatesh menyebutkan bahwa dalam Model UTAUT ada beberapa faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk berperilaku (*behavior intention*) dan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi (*use behavior*), beberapa faktor yaitu:

²⁴ Rizki Nanda Mustakim, *Analisis Faktor yang mempengaruhi niat menggunakan XYZ menggunakan model UTAUT*, Universitas Brawijaya, Malang. 2017, H. 12-13

1. ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) dapat diartikan sebagai harapan usaha yang dikeluarkan untuk mengoperasikan sistem atau tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna system dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu)
2. ekspektasi usaha (*effort expectancy*) dapat diartikan sebagai adalah tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem. Penggunaan teknologi yang mudah dapat menimbulkan persepsi bahwa sistem itu berguna baginya dan menimbulkan kenyamanan bila menggunakannya.²⁵
3. pengaruh sosial (*social influence*) bagaimana konsumen berpikir dan bagaimana persepsi tentang orang-orang sekitar berpengaruh terhadap perilaku mereka
4. kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) adalah tingkat kepercayaan konsumen pada infrastruktur organisasi dan dukungan teknis dapat membantu mereka untuk menggunakan sistem.²⁶

²⁵ Anggreiny A. Onibala, Dkk. *Analisis Penerapan Model UTAUT 2 (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2) Terhadap E-Kinerja Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara*. E-journal Teknik Informatika. Manado, 2021 H, 5

²⁶ Ibid. H,6

5. motivasi hedonis (*hedonic motivation*) motivasi kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem atau teknologi.
6. nilai harga (*price value*) merupakan biaya atau struktur harga dari penggunaan suatu teknologi. Nilai harga dapat mengetahui manfaat yang dirasakan oleh pengguna mengenai biaya menggunakan teknologi.²⁷
7. kebiasaan (*habit*) merupakan pengalaman yang dioperasikan sebagai tiga tingkat berdasarkan berlalunya waktu.²⁸

Penyebaran virus Covid-19 yang sangat signifikan membuat pemerintah menerapkan kebijakan *work from home* (WFH), dimana masyarakat dihimbau untuk tidak keluar rumah sehingga mayoritas kegiatan dilakukan dari rumah seperti bekerja, belajar, belanja dan lain sebagainya untuk memutuskan penularan virus Covid-19, hal ini disebut sebagai “New Normal”. Kondisi tersebut membuat

²⁷ Amallia Ispriandina. *Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung*. Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung. H, 1059

²⁸ Ni Komang Risma Dwindi Putri, *Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar*. Vol. 30 No. 2 Denpasar, Februari 2020 H. 543

suatu perubahan yang terjadi dalam bidang ekonomi yaitu kebiasaan (*habit*) masyarakat dalam berbelanja. yang sebelumnya berbelanja dengan bertemu langsung dengan penjual berubah menjadi secara online dimana melakukan transaksi digunakan secara digital.²⁹ Sehingga dalam hal ini, kondisi pandemi dapat memicu masyarakat terlebih kaum millennial untuk menggunakan *e-money* dalam berbelanja dan menjadi pertimbangan milenial menggantikan fungsi uang kartal.³⁰

Meskipun Model UTAUT2 masih terdapat kelemahan, Salah satunya karena model tersebut hanya menggunakan instrumen konstruksi faktor sosial, bahwa orang bertindak hanya karena dipengaruhi oleh orang yang ada di sekitarnya dan belum memasukkan hal yang menyangkut faktor internal seperti tanggung jawabnya ke alam, psikologi individu, dan individu sebagai agen perubahan yang

²⁹ Darma Fadhila Benefita, Analisis Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Mahasiswa pada *E-Commerce*, 2017 hal.V

³⁰ Humairoh, Dkk. Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 3(2) Thn. 2020, hal. 67 of 81.

bersifat aktif.³¹ Namun, pada penelitian ini, model tersebut lebih cocok karena model UTAUT2 berbasis pada masalah perilaku manusia.

C. PERILAKU KONSUMEN

a. Pendekatan Perilaku Konsumen

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan barang/jasa. Sedangkan perilaku konsumen adalah perilaku yang konsumen tunjukkan dalam mencari, menukar, mengatur, menggunakan dan menilai barang atau jasa yang mereka anggap akan memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Teori tingkah laku konsumen dapat dibedakan dalam dua macam pendekatan yaitu:³²

1. Pendekatan nilai guna kardinal.

Yaitu kenikmatan konsumen terhadap barang/jasa dapat dinyatakan secara kuantitatif (dapat diukur menggunakan satuan hitung). Pendekatan ini mengukur kepuasan konsumen dengan satuan ukur. Semakin

³² Dr. Erlina Nurfaidah, *Ilmu Ekonomi*, Graha ilmu ;Yogyakarta, 2015, Hal. 37

banyak konsumsi terhadap suatu barang maka semakin besar tingkat kepuasan. Dan jika konsumen memperoleh kepuasan yang besar maka dia akan mau membayar mahal, begitu juga sebaliknya.

2. Pendekatan nilai ordinal.

Yaitu kenikmatan konsumen terhadap barang/jasa tidak dapat dinyatakan secara kuantitatif (tidak dapat diukur menggunakan satuan). Karena tingkat kepuasan perorangan berbeda-beda dalam mengonsumsi suatu barang dengan jumlah dan jenis yang sama. Oleh karena itu pendekatan ini menunjukkan tingkat kepuasan dalam kurva indifferensi.³³ Pendekatan ini didasarkan pada empat asumsi yaitu : konsumen mempunyai pola preferensi akan barang-barang konsumsi yang dinyatakan dalam bentuk kurva indifferensi, konsumen mempunyai pendapatan tertentu, konsumen berusaha mendapat kepuasan maksimum dari barang-barang yang dikonsumsinya, kurva indifferensi yang semakin

³³ Ibid, Hal. 39

menjauh dari titik nol menggambarkan kepuasan yang semakin tinggi.³⁴

b. Perilaku Konsumtif

Perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan konsumtif berarti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) atau bergantung pada hasil produksi pihak lain.³⁵ Namun pada dasarnya kata konsumtif berasal dari kata konsumsi yang berarti pemakaian terhadap suatu barang yang dapat memenuhi keperluan hidup sehingga kata konsumtif dapat diartikan mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.³⁶

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia dalam melakukan konsumsi yang tiada batas, atau membeli

³⁴ Alam.s, *Ekonomi*. Erlangga ;Jakarta. 2013, Hal.99

³⁵ KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> pada tanggal 11 Juni 2021, pukul 21.07 WIB

³⁶ Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti, *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 9, No. 2, 2016, h. 132.

sesuatu barang secara berlebihan dan tak terencana dengan baik. Menurut wahyudi, dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak didasarkan pertimbangan rasional, cenderung matrealistik, memiliki hasrat yang besar untuk mengkonsumsi benda-benda mewah dan berlebihan, hal ini biasanya didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.³⁷

Menurut Sembiring dalam penelitian Suryo Adi Prakorso, menyatakan beberapa ciri-ciri perilaku konsumtif adalah 1) tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan, hanya mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut, 2) mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, 3) mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, 4) tidak ada skala prioritas.³⁸ Selain itu, perilaku konsumen dalam membeli barang juga dipengaruhi oleh berbagai faktor dan dikategorikan menjadi dua faktor, yaitu

³⁷ Wahyudi. 2013. "Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza". E-Journal Sosiologi, Volume 1, Nomor 4, 2013, H,30

³⁸ Suryo Adi Prakoso, "Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya, dan Status Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", Skripsi Universitas Negeri Semarang, 2017. H.24

faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal yang meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, serta demografi. Faktor internal antara lain meliputi motivasi, harga diri, gaya hidup serta konsep diri.³⁹

Beberapa penelitian lain menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja, yaitu:

1. Psikologi konsumen, kondisi konsumen yang didorong oleh tujuan spesifik mereka sebelum melakukan pembelian.
2. Tindakan perusahaan/*retailer*, misalnya perusahaan menyediakan berbagai alternatif diskon untuk mempengaruhi perilaku konsumen, atau menyediakan *test-food* sebelum pembelian makanan dalam jumlah besar.
3. *Peer-to-peer*/sosial, seperti pendamping konsumen ketika berbelanja, bisa teman atau bahkan pelayan dari pihak perusahaan yang akan memberikan bantuan.

³⁹ Setiadi Dalam Dias Kanserina, *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015*, Vol: 5 Nomor: 1 Tahun: 2015. H. 2

4. Teknologi, memberikan perubahan yang besar untuk cara berbelanja konsumen, tidak hanya menyediakan layanan berbelanja secara online tetapi memberikan pengalaman berbelanja kepada konsumen, seperti penggunaan gawai dan media elektronik lainnya untuk berbelanja yang memungkinkan konsumen untuk peka terhadap kebutuhan konsumen, personalisasi dalam berbelanja, dll.⁴⁰
5. *Self Control*, kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku dari dalam diri saat berbelanja sehingga mampu menahan tingkah laku impulsif dan hal ini mengarahkan kepada konsekuensi positif.⁴¹

Adapun Nugroho J. Setiadi dalam bukunya yang berjudul “*Perilaku. Konsumen: Perspektif Kontemporer para Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*” menyatakan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain yaitu:

⁴⁰ Siti Nur Fatoni, dkk. *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia*. hal.7

⁴¹ Syifa Ulayya, Dkk. *Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro*. Jurnal Empati, Vol. 9, No. 04, Tahun 2020, hal. 271 - 279

1. faktor kebudayaan (kebudayaan, subbudaya, dan kelas sosial)
2. faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial)
3. faktor pribadi (umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri)
4. faktor psikologi dari konsumen (umur, motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap).⁴²

Dalam penelitian lain juga disebutkan ada beberapa proses konsumen dalam pembelian sehingga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian, antara lain sebagai berikut:

1. *Search and browse*, konsumen melakukan pencarian mengenai berbagai produk tanpa maksud melakukan pembelian yang terencana.
2. *Recognize need/want*, dimana konsumen mulai menemukan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya.

⁴² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer para Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia Group) 2015, h. 10-14.

3. *Intrigued*, mencerminkan rasa ingin tahu yang tinggi dari segi pengalaman berbelanja konsumen.
4. *Wait state/status* menunggu, menunjukkan bahwa konsumen bisa memilih untuk mundur dalam keadaan tidak aktif sebelum beralih ke tahap yang lebih aktif (membeli). Hal ini dilakukan konsumen untuk meneliti apa yang akan dialami oleh konsumen jika mereka melakukan pembelian, apakah akan terjadi keterlambatan pengiriman barang, atau kerusakan akan barang yang dibeli.
5. Ulasan produk, konsumen akan melihat kritikan mengenai sebuah produk yang akan dibeli/digunakan, apakah konsumen yang lain merasa puas atau tidak. Hal ini biasa dilakukan oleh konsumen sebagai bahan pertimbangan dalam mengkonsumsi barang/jasa. mereka akan mencari informasi melalui berbagai media sosial mengenai penilaian dari produk yang akan mereka beli atau gunakan.

6. Terakhir, konsumen akan melakukan validasi dan mengkonfirmasi atas informasi yang mereka dapatkan dari sosial media tersebut. Apakah dapat dipercaya atau malah sebaliknya dari produk yang akan dibeli atau digunakan.⁴³

Dalam islam, perilaku manusia dalam mengkonsumsi barang/jasa memiliki norma dan etika. Berikut adalah beberapa norma dan etika konsumsi dari perspektif Islam;

1. Seimbang dalam konsumsi.

Keseimbangan konsumsi yang dimaksud adalah agar pemilik harta membelanjakan hartanya bukan hanya untuk kepentingan diri, tapi juga untuk keluarga dan fii sabilillah.

2. Membelanjakan harta pada bentuk yang dihalalkan dan dengan cara yang baik.

Islam memberi kebebasan kepada setiap umatnya agar membelanjakan hartanya dengan membeli barang-

⁴³ Siti Nur Fatoni, dkk. *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia*. Hal.6

barang yang baik dan halal dan dengan cara yang halal untuk memenuhi kebutuhan hidup.

3. Larangan Bersikap Israf (Royal), dan Tabzir (Sia-sia).

Bagi Afzalur Rahman, kemewahan (israf) merupakan berlebih-lebihan dalam kepuasan pribadi atau membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak perlu.⁴⁴

Menurut Mannan dalam penelitian Aneke Nurdian D.S, dkk terdapat lima prinsip konsumsi dalam Islam yaitu: prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas.⁴⁵

D. Peneliti Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu mengenai uang elektronik dan perilaku konsumtif:

1. Penelitian yang berjudul **"Pengaruh *E-Money* Terhadap Budaya Belanja Individu"** Penelitian yang dilakukan oleh Serepina Tiur Maida dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mpu Tantular. Hasil penelitian ini mengatakan

⁴⁴ Mohammad Lutfi, *KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF ILMU EKONOMI ISLAM*. Madani Syari'ah Vol. 2, Agustus 2019, hal. 68-70

⁴⁵ Aneke Nurdian D.S, dkk. *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumen*. Volume 6, No. 1, Tahun 2020. Hal.2

bahwa perkembangan *e-money* berdampak pada budaya konsumen di Indonesia yang biasa disebut *e-money effect*. Dengan adanya *e-money* kebanyakan masyarakat menghabiskan uangnya untuk keperluan yang sifatnya *latte factor* atau suatu pengeluaran-pengeluaran kecil yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan atau bukan kebutuhan primer, hal ini dikarenakan gencarnya promosi-promosi yang dilakukan apabila konsumen menggunakan uang elektronik untuk bertransaksi sehingga tumbuhnya transaksi non-tunai semakin meningkat. Keinginan untuk menggunakan *e-money* juga dipengaruhi secara geografis, ketersediaan infrastruktur pendukung dan pengaruh lingkungan. Masyarakat yang tinggal di perkotaan akan mengikuti sistem pembayaran transportasi menggunakan *e-money*. Karena di tengah tingginya aktifitas sehari-hari, penggunaan *e-money* atau *e-wallet* berkontribusi secara signifikan memberikan efisiensi.

2. Penelitian Skripsi yang dilakukan oleh Darma Fadhila Benefita berjudul “**Analisis Faktor yang Mempengaruhi**

Tingkat Konsumsi Mahasiswa pada *E-Commerce*". Pada penelitian tersebut Penulis meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi mahasiswa pada *e-commerce* dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini ialah tingkat konsumsi mahasiswa pada *e-commerce* dipengaruhi pendapatan, harga, tingkat kepercayaan, tingkat kemudahan dan kualitas informasi dan semuanya berpengaruh secara positif dan signifikan pada tingkat konsumsi mahasiswa. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan objek penelitian 100 responden dari semua jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

3. Penelitian yang berjudul "**Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa**" Penelitian yang dilakukan oleh Laila Ramadani dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Hasil penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi

mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2014. Hal ini dikarenakan kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dalam uang elektronik (*e-money*) dibanding uang tunai atau kartal sehingga penggunaan uang elektronik semakin meningkat dikalangan mahasiswa. Semakin tinggi penggunaan uang elektronik (*e-money*) maka semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi mahasiswa.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Fatoni, Cucu Susilawati, Lina Yulianti dan Iskandar berjudul “**Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia**”. Pada penelitian tersebut mereka meneliti tentang dampak covid-19 terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan *e-wallet* dengan metode kualitatif. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa kondisi pandemi yang dialami dapat berimplikasi pada perubahan pola konsumen dalam berbelanja, dimana konsumen akan lebih sering berada di rumah untuk melakukan transaksi mereka. Dengan berbelanja di toko

online mereka akan lebih banyak untuk mencari tahu tentang sebuah produk, dan harga yang ditawarkan oleh berbagai penjual dan hal ini mengakibatkan tingkat belanja online semakin meningkat.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Humairoh, Andi Kusuma Negara dan Siti Asriah Immawati berjudul “**Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang**”. Pada penelitian tersebut mereka meneliti tentang atribut diferensiasi yang memengaruhi pertimbangan dan sikap milenial terhadap minat menggunakan ewallet selama PSBB Covid-19. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa minat generasi milenial dalam menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh citra merek, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan melalui pertimbangan dan sikap milenial sebagai variabel intervening dengan R^2 adjusted 0.638. Hasil penelitian ini berimplikasi pada pelaku usaha UKM untuk beralihnya

sistem pembayaran dari pembayaran tunai menjadi pembayaran menggunakan *e-wallet*.

6. Penelitian Skripsi yang dilakukan oleh Ilham Akbar berjudul **“Pengaruh Sistem Transaksi Non Tunai Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat (Studi Terhadap Pengguna *Electronic Money* Di Kota Medan)”**. Berdasarkan hasil penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara sistem transaksi non-tunai terhadap tingkat konsumsi masyarakat. Artinya jika ada peningkatan penggunaan/kepercayaan atas variabel sistem transaksi non-tunai maka tingkat konsumsi juga akan ikut meningkat.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rorin Mauludin Insana dan Ria Susanti Johan berjudul **“Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI”**. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk menganalisa apakah terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Universitas Indraprasta PGRI. Metode penelitian tersebut menggunakan metode survey dengan angket. Hasil penelitian berikut mengungkapkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI tetapi memiliki korelasi yang rendah dengan kontribusi variabel penggunaan uang elektronik sebesar 10,56% terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa dan sisanya sebesar 89,44% dipengaruhi oleh variabel lainnya

8. Penelitian yang dilakukan oleh Rida Nur Afyah berjudul **“Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”**. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode angket. Hasil dari pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 12,5%, dan perilaku konsumtif mahasiswa yang

ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik adalah tidak mempertimbangkan fungsi/kegunaan, mengonsumsi barang secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, dan tidak ada skala prioritas.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Sofyan Abidin berjudul “**Dampak Kebijakan *E-Money* Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru**”. Pada penelitian tersebut penulis meneliti tentang dampak dari kebijakan e-money terhadap penerbit, pedagang atau pengusaha (*merchant*) dan juga pengguna uang elektronik (*e-money*) atau *customer*. Dari penelitian ini membuktikan bahwa salah satu dampak kebijakan *e-money* pada konsumen yaitu menyebabkan kenaikan tingkat konsumtif di masyarakat hal ini disebabkan oleh adanya tambahan pendapatan yang diperoleh konsumen dari penggunaan *e-money* sehingga mendorong konsumsi dan permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa yang pada gilirannya berpotensi mendorong aktivitas sektor riil.

10. Penelitian yang berjudul **”Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) dan E-Money terhadap Konsumsi Masyarakat Di Banda Aceh**” Penelitian yang dilakukan oleh Miftahul Rizka Khairi dan Eddy Gunawan dari Universitas Syiah Kuala Banda Aceh, Indonesia. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh usia, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, pendapatan, APMK dan *e-money*, serta religiusitas terhadap pengeluaran konsumsi masyarakat. Variabel usia, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, pendapatan, APMK dan *e-money* memiliki pengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi masyarakat, sedangkan variabel religiusitas memiliki pengaruh negatif terhadap pengeluaran konsumsi masyarakat.
11. Penelitian yang dilakukan oleh Wasisto Raharja Jati berjudul **“Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia”**. Pada

penelitian tersebut penulis meneliti tentang persepsi manfaat, kemudahan yang dirasakan. Analisis dalam penelitian ini menghasilkan beberapa temuan menarik. Pertama, teknologi secara jelas berperan penting mendorong konsumsi kelas menengah Indonesia agar lebih konsumtif. Kehadiran uang elektronik (*e-money*) menjadi salah satu cara mendorong masyarakat menjadi konsumtif. Kedua, adanya sentuhan teknologi dalam konsumsi melalui uang elektronik telah memberikan warna baru dalam memaknai konsumsi.

E. Variabel Penelitian

Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

1. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu perkembangan uang elektronik yang disimbolkan dengan huruf X.

2. Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti atau variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah perilaku konsumtif mahasiswa yang disimbolkan dengan huruf Y.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah kerangka penalaran yang terdiri dari konsep-konsep atau teori yang disusun menjadi satu gambaran yang kemudian digunakan sebagai acuan penelitian dan landasan untuk menjawab permasalahan penelitian.⁴⁶

Kerangka pemikiran ini harus berlandaskan teori dengan hasil penelitian terdahulu yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Selama masa pandemi covid-19, produk-produk *e-money* menjadi banyak diminati oleh masyarakat terutama di kalangan muda seperti mahasiswa.⁴⁷ Ada beberapa faktor yang memungkinkan masyarakat atau konsumen tertarik untuk

⁴⁶ John Wiley dan sons, *Metode penelitian untuk bisnis*, Salemba empat, Jakarta Selatan. 2017, Hal. 115

⁴⁷ Dias Kanserina, *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015*, Vol: 5 Nomor: 1 Tahun: 2015. H.2

menggunakan uang elektronik dan pada penelitian Venketesh (model UTAUT2) disebutkan bahwa ketertarikan beberapa konsumen pada sebuah teknologi dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*).⁴⁸

Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi (uang elektronik) dapat menjadi motif seseorang melakukan konsumsi.⁴⁹ Beberapa teori juga menyebutkan, bahwa teknologi dapat membuat seorang konsumen berperilaku konsumtif.⁵⁰ Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia dalam melakukan konsumsi yang tiada batas, atau membeli sesuatu barang secara berlebihan dan tak terencana

⁴⁸ Anggreiny A. Onibala, Dkk. *Analisis Penerapan Model UTAUT 2 (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2) Terhadap E-Kinerja Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara*. E-journal Teknik Informatika. Manado, 2021 H, 5

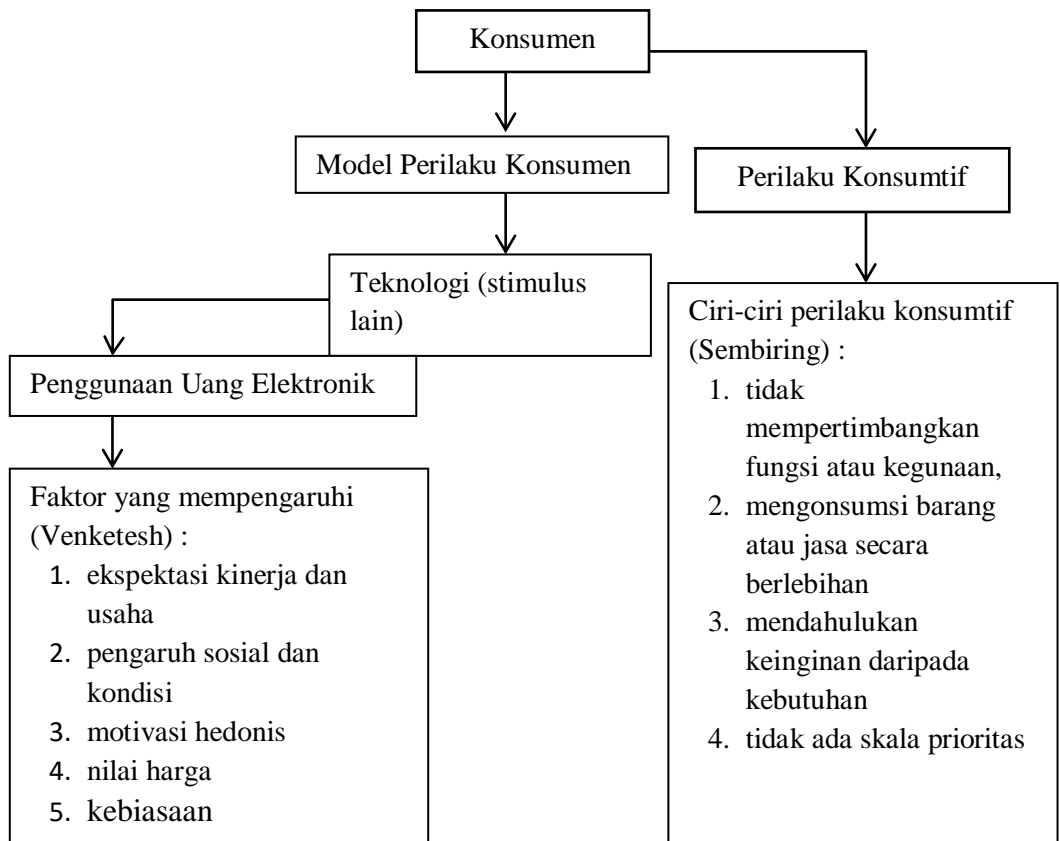
⁴⁹ Laila Ramadani, op.cit

⁵⁰ Siti Nur Fatoni, dkk. *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia*. hal.7

dengan baik.⁵¹ Menurut Sembiring dalam penelitian Suryo Adi Prakorso, ada beberapa ciri seseorang berperilaku konsumtif yaitu; tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan, hanya mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut, mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, tidak ada skala prioritas.⁵² Dari penjelasan tersebut, memperlihatkan bahwa terdapat sinkronisasi antar variabel. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, Maka disusun suatu gambaran kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut.

⁵¹ Wahyudi. 2013. “*Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza*”. E-Journal Sosiologi, Volume 1, Nomor 4, 2013, H,30

⁵² Suryo Adi Prakorso, Op. Cit



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

G. Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang dapat diuji untuk memprediksi hasil dari penelitian. Hipotesis dibuat dari teori dan kerangka konseptual yang telah dibuat sebelumnya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mencari jawaban atas masalah yang diteliti.⁵³

⁵³ John Willey and Sons, Op. Cit. H. 94

Hipotesis alternatif (H_a) adalah apabila terdapat perbedaan antara statistik sampel dengan parameter populasi atau terdapat hubungan yang signifikan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hipotesis nol (H_0) apabila tidak ada perbedaan antara statistik sampel dengan parameter populasi atau tidak adanya hubungan yang signifikan antara dua variabel atau lebih.

Ha: Diduga terdapat pengaruh dari variabel penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Bahwa variabel penggunaan uang elektronik (*e-money*) yang marak diminati saat masa pandemi covid-19 saat ini, dapat berpengaruh secara nyata terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. hal ini dikarenakan dalam penggunaannya memberikan kemudahan dalam bertransaksi juga banyaknya penawaran yang ditawarkan oleh perusahaan/ *merchant* jika menggunakan uang elektronik (*e-money*). Selain itu, dugaan ini diperkuat dengan adanya pandemi covid-19 yang mendorong kuat untuk bertransaksi secara *online* demi menghindari adanya penularan virus tersebut.

Dari hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa jika terdapat hubungan positif antara perkembangan uang elektronik di masa pandemi covid-19 terhadap perilaku konsumtif mahasiswa maka H_a diterima dan H_o ditolak