

PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL SEBAGAI ALAT TRANSAKSI DIGITAL DALAM MEMBENTUK PERILAKU KONSUMSI PADA MAHASISWA

Alicia Putri Pradana^{1*} aliciaputrip@student.uns.ac.id¹

Abstract

The development of digital technology and information has brought about changes in the economy that have changed cash payments to non-cash options. The emergence of a digital wallet application can facilitate transactions using each smartphone that has an internet connection for payment instruments by scanning the QR Code. Student consumption patterns are starting to shift from fulfilling basic needs towards symbolic consumption. College students tend to have problems related to consumption self-control. This consumption behavior occurs because it only follows the trend by prioritizing mere desires rather than needs. The purpose of this study is to explain how digital wallets (e-wallets) as digital transaction tools can shape the consumption behavior of students. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. Data were obtained through interviews and documentation with student informants who use digital wallets GoPay, DANA and OVO. The results showed that students filled their balances into digital wallets through m-banking and minimarkets. The utilization of digital wallet transactions by students is used to fulfill needs and desires such as payments in e-commerce, online transportation and food payments, purchases of credit, data packages, electricity, top-up games, and purchase of train tickets. Digital wallets can influence student consumption because the convenience provided by digital wallets makes their consumption behavior change to become more consumptive. Digital wallets also often provide attractive promos and discounts to their customers, either in the form of cashback, discounts, or other special offers. This can encourage the consumption habits of students to become more consumptive.

Keywords: Digital Wallet, Consumptive, Consumption Behavior, Students

Abstrak

Perkembangan digital teknologi dan informasi telah membawa perubahan pada bidang perekonomian yang mengubah pembayaran tunai menjadi opsi non-tunai. Kemunculan aplikasi dompet digital dapat memudahkan dalam hal transaksi dengan menggunakan *smartphone* masing-masing yang memiliki koneksi internet untuk alat pembayaran dengan memindai *QR Code*. Pola konsumsi mahasiswa mulai bergeser dari pemenuhan kebutuhan dasar menuju konsumsi simbolik. Mahasiswa cenderung memiliki masalah terkait dengan pengendalian diri konsumsi. Perilaku konsumsi tersebut terjadi karena hanya mengikuti *trend* dengan mengutamakan keinginan semata daripada kebutuhan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana dompet digital (*e-wallet*) sebagai alat transaksi digital dapat membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi kepada para informan mahasiswa pengguna dompet digital GoPay, DANA, dan OVO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mengisi saldo ke dompet digital melalui *m-banking* dan *minimarket*. Pemanfaatan transaksi dompet digital oleh mahasiswa digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seperti pembayaran di *e-commerce*, pembayaran transportasi dan makanan *online*, pembelian pulsa, paket data, listrik, *top up game*, dan pembelian tiket kereta api. Dompet digital dapat memengaruhi konsumsi mahasiswa karena kemudahan yang diberikan oleh dompet digital membuat perilaku konsumsi mereka berubah menjadi lebih konsumtif. Dompet digital juga kerap memberikan promo dan diskon menarik kepada pelanggannya, baik berupa *cashback*, potongan harga, atau penawaran khusus lainnya. Hal ini dapat mendorong kebiasaan konsumsi mahasiswa menjadi lebih konsumtif.

Kata Kunci: Dompet Digital, Konsumtif, Perilaku Konsumsi, Mahasiswa

PENDAHULUAN

Penggunaan uang tunai sebagai alat pembayaran telah digantikan oleh sistem pembayaran non tunai yang lebih praktis dan efektif berkat kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran. Pembayaran non-tunai adalah pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan metode selain uang tunai, seperti transfer bank, kartu ATM, kartu debit, kartu kredit, atau aplikasi pembayaran digital yang sedang *trend* saat ini, khususnya oleh generasi Z yaitu mahasiswa. Berdasarkan data *Global Consumer Insights 2019* dari PwC, Indonesia menempati urutan kelima dalam penggunaan aplikasi pembayaran digital berbasis *smartphone*, naik dari 38% di awal tahun 2018 menjadi 47% di awal tahun 2019. Pengguna *smartphone* dapat memanfaatkan aplikasi pembayaran digital lebih dari belanja online saja, tetapi bisa digunakan untuk transaksi bidang transportasi, pembayaran makanan, hingga donasi (Widowati, 2019).

Pada laporan yang berjudul “*Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet App*” oleh lembaga riset pasar dan perilaku konsumen, Populix telah melakukan survei yang melibatkan 1.000 responden yang tinggal di Indonesia untuk mengetahui lebih lanjut tentang sikap mereka terhadap layanan keuangan digital, khususnya aplikasi perbankan dan *e-wallet* yang diklasifikasikan menjadi tiga yaitu, *mobile banking*, *digital banking*, dan *e-wallet*. Hasil menunjukkan bahwa *mobile banking* dan *e-wallet* adalah dua aplikasi keuangan yang paling banyak digunakan di semua kalangan kelompok umur masing-masing sebesar 91% dan 84%, sedangkan *digital banking* lebih populer di kalangan responden yang lebih tua sebesar 33%. Berdasarkan data tersebut penggunaan aplikasi *e-wallet* terlaris dan terpopuler di Indonesia adalah GoPay yang mencapai presentase sebesar 88% dari jumlah total responden, diikuti oleh DANA sebesar 83% dan OVO sebesar 79% (Populix, 2022). GoPay unggul dalam berbagai fasilitas layanan GoJek, antara lain layanan antar jemput, pesan antar makanan, pembelian tiket bioskop, pengiriman barang, pembayaran *e-commerce*, *top-up*, pembayaran di tempat makan, pembayaran tagihan, dan tarik tunai. DANA unggul dalam membayar tagihan, mengisi ulang pulsa, membayar aplikasi game, dan pembayaran di tempat makan. Selanjutnya OVO yang merupakan bagian dari fasilitas layanan Grab, unggul dalam layanan antar jemput, pesan antar makanan, *top-up*, pengiriman barang, dan pembayaran di tempat makan.

Kehadiran *e-money* telah meningkatkan kepercayaan populer dalam transisi ke masyarakat tanpa uang tunai. Pengembangan program *less cash* ini berguna untuk meminimalisir penggunaan uang tunai yang merupakan salah satu cara agar nilai mata uang tidak jatuh dan tetap stabil (Tarantang, et al., 2019). Masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*) adalah masyarakat yang melakukan transaksi menggunakan uang digital. Kebiasaan konsumsi di kalangan mahasiswa mulai berubah dari memenuhi kebutuhan dasar menjadi

konsumsi simbolik. Sebaliknya, mereka memandang konsumsi dalam kaitannya dengan nilai-nilai sosial, *prestise*, dan memuaskan selera konsumsi daripada semata-mata sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan dasar.

Ummah et al (2020) menjelaskan bahwa generasi Z cenderung memiliki masalah terkait dengan pengendalian diri konsumsi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mujahidin dan Astuti (2020) bahwa terjadi perilaku konsumtif pada mahasiswa terbukti bahwa 96,05% responden menggunakan dompet digital (*e-wallet*) untuk berbelanja saja. Perilaku konsumtif tersebut terjadi karena hanya mengikuti *trend* terkini dengan mengutamakan keinginan semata daripada kebutuhan. Dompet digital dapat mempengaruhi pemikiran dan tindakan dalam berkonsumsi sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen. Demikian, penelitian ini berfokus pada penggunaan dompet digital yaitu aplikasi GoPay, DANA, dan OVO di kalangan mahasiswa Universitas Sebelas Maret sebagai alat transaksi digital sehingga dapat membentuk perilaku konsumsi. Pada penelitian ini dianalisis menggunakan teori perilaku masyarakat konsumsi oleh Jean P. Baudrillard.

TINJAUAN PUSTAKA

Dompet Digital

Pengertian dompet digital di dalam beberapa penelitian menyebutkan bahwa merupakan uang yang transaksi pembayarannya dilakukan dengan menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan jaringan internet. Dompet digital merupakan produk layanan uang elektronik yang digunakan secara mudah, cepat, dan aman (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Dompet digital, menurut Silalahi et al. (2022), merupakan bentuk uang elektronik yang menggunakan sistem digital berbasis server sebagai bagian dari implementasinya. Dalam arti lain, mekanisme pembayaran ini menggunakan *smartphone* yang terhubung ke internet dengan program perangkat lunak yang diinstal di dalamnya. Menggunakan dompet digital dianggap lebih aman, lebih dapat diandalkan, dan kecil kemungkinannya untuk mengakibatkan kerugian uang. Penggunaan dompet digital dianggap lebih dapat diandalkan, aman, dan terpercaya karena minimnya potensi kehilangan uang. Hal tersebut karena selalu menggunakan PIN setiap melakukan transaksi yang hanya pengguna yang mengetahuinya.

Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi merupakan tindakan mengalokasikan pendapatan menjadi suatu barang atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan (Sitanggang, 2014). Menurut Baudrillard, konsumsi adalah suatu proses dimana pembeli suatu barang secara aktif berkontribusi untuk menciptakan dan mempertahankan rasa identitas melalui penggunaan barang-barang yang diperoleh. Konsumsi dengan demikian telah berubah menjadi proses aktif yang melibatkan penciptaan simbolik dari rasa identitas individu dan sosial. Baudrillard berpendapat bahwa masyarakat kontemporer hadir dalam dunia simulasi di mana tanda dan representasi telah menggantikan realitas.

Konsumsi yang dilakukan secara berlebihan akan mengakibatkan perilaku konsumtif di mana individu cenderung menghabiskan lebih banyak uang dan sumber daya untuk membeli dengan intensitas yang tinggi, bahkan jika hal tersebut tidak diperlukan atau tidak memberikan manfaat yang signifikan oleh individu tersebut. Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah tindakan membeli suatu objek yang tidak berdasarkan kebutuhan sehingga menyebabkan barang tersebut menjadi mubazir. Jadi, saat melakukan pembelian individu lebih disibukkan dengan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan. Piliang dalam Heni (2013) menambahkan bahwa perilaku konsumtif didefinisikan dengan adanya gaya hidup mewah dan berlebihan, serta penggunaan segala sesuatu yang dianggap mahal dan memberikan kenikmatan dan kepuasan fisik yang maksimal. Ini juga didukung oleh gaya hidup pembelian di mana perubahan dan perkembangan dimotivasi oleh keinginan daripada kebutuhan. Definisi ini menambah penjelasan teori sebelumnya dengan menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya didorong oleh keinginan individu, tetapi juga oleh gaya hidup di lingkungan individu tersebut.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi adalah tindakan individu dalam membeli atau menghabiskan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi apabila dilakukan dengan berlebihan di mana dalam melakukan suatu pembelian didasari oleh keinginan dan gaya hidup maka akan berubah menjadi perilaku konsumsi yang konsumtif.

Landasan Teori

Permasalahan dalam penelitian ini dikaji dengan teori sosiologi yaitu teori perilaku masyarakat konsumsi oleh Jean P. Baudrillard. Menurut Baudrillard, media massa telah mendukung dan menggeneralisasi proses simulasi. Pola konsumsi masyarakat modern ditandai

dengan pergerakan orientasi konsumsi dari kebutuhan hidup, berubah menjadi gaya hidup namun ada sistem budaya dan sistem makna sosial yang dapat mendorong pilihan individu terhadap suatu produk (Baudrillard, 2011:74).

Pada masyarakat konsumsi tidak hanya mengonsumsi barang dan jasa, melainkan juga merambah pada aplikasi digital keuangan. Media secara bertahap menjauhkan manusia dari realitas, kemudian tanpa disadari mereka terpengaruh oleh simulasi dan tanda-tanda (*simulacra*) yang ada di tengah-tengah kehidupan mereka. Dalam konteks penggunaan dompet digital, transaksi digital dapat dianggap menghasilkan pengalaman simulasi konsumsi. Dompet digital menyediakan platform virtual bagi mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas konsumsi online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan mengenai fenomena secara naratif. Pendekatan fenomenologi dipilih untuk mengungkapkan mengenai makna dari pengalaman individu sehingga peneliti mempelajari dan mengungkapkan fakta dan kebenaran dari peristiwa yang dialami dan berdasarkan pengalaman hidup seorang individu tersebut. Menurut Polkinghorne (1989) dalam Creswell (2014), pendekatan fenomenologi membahas mengenai pengalaman hidup yang dimiliki oleh individu tentang suatu konsep atau fenomena.

Untuk memperoleh data penelitian, peneliti melakukan wawancara dan dokumentasi. Selain itu, perlunya *literature review* lain yang didapat melalui sumber bacaan buku, jurnal, maupun artikel-artikel dari internet. Informan dibatasi dengan memilih sepuluh informan dari mahasiswa Universitas Sebelas Maret yang menggunakan aplikasi dompet digital GoPay, DANA, dan OVO. Setelah data-data yang telah didapatkan dari proses pengumpulan data terkumpul, kemudian peneliti merapikan dengan cara menyeleksi dan mengkategorikan data temuan sesuai dengan topik masing-masing. Selanjutnya, peneliti mulai menyajikan data dan mengontruksikannya berdasarkan pengalaman informan sehingga menjadi deskripsi gabungan pembahasan fenomena yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara Memasukkan Uang ke Dompet Digital

Hal-hal yang dianggap lambat akan mulai ditinggalkan karena saat ini semuanya harus dilakukan dengan cepat. Seperti halnya uang yang dianggap bisa menunggu, juga semakin terpinggirkan. Dompot digital perlahan mulai menggantikan uang tunai dalam banyak transaksi. Beberapa mahasiswa sudah mulai mengadopsi dompot digital alih-alih transaksi tunai, baik saat melakukan pembelian *offline* maupun di toko *online*. Mereka juga mengakui bahwa beberapa orang sangat bergantung pada transaksi yang dilakukan melalui dompot digital, sehingga jarang pergi ke ATM untuk menarik uang tunai dan sering tidak membawa uang tunai sama sekali. Sejalan dengan hal tersebut, Ipsos Indonesia (Ipsos.com, 2020) menemukan bahwa kemudahan menjadi salah satu alasan mengapa orang menggunakan dompot digital. Kemudahan tersebut antara lain tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar, tidak perlu membawa uang pas untuk membayar, tidak khawatir dengan kembalian, dan tidak perlu membawa kartu debit/kredit, cukup dengan membawa *smartphone* yang telah *terinstall* aplikasi dompot digital dan terhubung dengan jaringan internet untuk bertransaksi.

Mahasiswa dapat dengan cepat mempelajari cara mengakses dan menggunakan dompot digital. Mereka dapat dengan cepat menggunakan dompot digital ini sendiri. Terutama saat memasukkan saldo dompot digital mereka. Berbagai informasi kini tersedia dengan cepat dan mudah berkat teknologi yang semakin canggih, yang sangat membantu para mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, informan mengisi atau mengisi ulang saldo dompot digitalnya dengan dua cara yang berbeda yaitu melalui *m-banking* dan melalui *minimarket* seperti Indomart dan Alfamart yang menawarkan layanan isi ulang saldo dompot digital. Cara memasukkan uang dalam bentuk saldo dalam dompot digital bukan sesuatu hal yang sulit bagi informan. Kemudahan dalam mengakses dompot digital ini memiliki latar belakang yang dihasilkan oleh sejarah. Meliputi pengalaman masa lalu yang disimpan sebagai persepsi, pikiran, dan tindakan (Bourdieu, 1992).

Pemanfaatan Transaksi Dompot Digital oleh Mahasiswa

Dompot digital dapat dipergunakan untuk berbagai hal. Mulai dari pembelian di *e-commerce*, membayar tagihan, memesan makanan, memesan transportasi *online*, membeli tiket kereta api, dan lain sebagainya. Di sini, terlihat jelas bahwa dompot digital memiliki kemampuan untuk menggabungkan beragam komponen ke dalam satu wadah. Seolah-olah semua aktivitas dapat diakses melalui satu aplikasi. Penggunaan dompot digital saat ini memiliki nilai modern sekaligus menjadi objek yang dikonsumsi karena nilai gunanya saja.

Menurut Baudrillard, orang saat ini memandang kepemilikan barang konsumsi sebagai tanda status dan kekuasaan (Hidayat, 2021: 101). Di mana hubungan sosial dibaca melalui sistem tanda-tanda yang dikomodifikasi. Kehadiran anak muda di ranah sosial ditunjukkan dengan penggunaan dompet digital yang dianggap lebih modern daripada mata uang. Dalam kasus di mana memiliki dompet digital dapat meningkatkan status dan kepercayaan diri saat menggunakannya.

Perkembangan dompet digital saat ini semakin cepat, mengarah pada peningkatan baru yang membuat penggunaannya sehari-hari menjadi lebih mudah dan efisien. Indonesia merupakan salah satu pengguna dompet digital terbesar dan teraktif, dengan nominal transaksi mencapai lebih dari Rp 56 triliun per pertengahan tahun 2019 (Tirto.id, 2019). Bagi setiap pengguna, keberadaan dompet digital ini memiliki keuntungan yang beragam. Pengguna biasanya menggunakan dompet digital mereka untuk membayar barang dari berbagai *merchant*, memesan makanan atau transportasi, dan lain-lain. Pengguna awalnya tertarik pada dompet digital karena promosi yang ditawarkan, sehingga frekuensi penggunaan dompet digital ini juga bisa dikatakan intens. Promosi di dompet digital telah berasimilasi dengan pengguna. Sebagian besar aplikasi dompet digital secara konsisten menjalankan promosi untuk menarik minat. Pelanggan dompet digital sulit untuk dapat menolak promosi yang ditawarkan dalam bentuk potongan harga, voucher gratis, atau diskon lainnya.

Tabel 1. Pemanfaatan Transaksi Dompet Digital oleh Mahasiswa

No.	Intensitas Penggunaan	Pemanfaatan Transaksi Dompet Digital
1.	Pengguna Aktif (penggunaan lebih dari 3x dalam sebulan)	<ul style="list-style-type: none"> - Pembayaran di <i>e-commerce</i> - Pembayaran transportasi <i>online</i> dan pemesanan makanan secara <i>online</i> - Pembelian pulsa, paket data, atau listrik - <i>Top up game</i>

No.	Intensitas Penggunaan	Pemanfaatan Transaksi Dompet Digital
2.	Pengguna Pasif (penggunaan 1- 2x dalam sebulan)	- Hanya digunakan ketika butuh untuk belanja <i>online</i> , pemesanan makanan, dan pembelian tiket kereta

Sumber: Data Primer Penulis

Pemanfaatan transaksi dompet digital terkait dengan teori perilaku konsumsi Jean P. Baudrillard. Media, melalui penawaran iklan dan promosi, sangat penting dalam membentuk tuntutan konsumsi. Transaksi dompet digital terjadi di dunia virtual yang dipengaruhi media dan simulasi. Melalui saluran digital, orang dihadapkan pada pesan tentang konsumsi, yang mungkin memengaruhi pilihan produk mereka dan meningkatkan konsumsi mereka.

Perubahan yang ada berdampak pada beberapa hal. Dampak positif dan dampak negatif tidak dapat dihindari. Pengguna dompet digital tidak perlu lagi mencatat pengeluaran dan pemasukan karena semuanya sudah tercatat rapi di aplikasi dompet digital, berbagai pembayaran kebutuhan rumah tangga dan keluarga seperti pembayaran listrik, *Wi-Fi*, dan tagihan lainnya dapat dibayar dengan aman karena dompet digital menyediakan fitur pembayaran tersebut. Dengan penggunaan dompet digital, belanja *online* juga menjadi lebih terjangkau dan nyaman karena banyaknya promo dan diskon yang tersedia.

Dampak yang positif tersebut tentunya diikuti dengan dampak yang negatif, seperti meningkatnya pengguna dompet digital yang memiliki kebiasaan hedonis dan konsumtif, dimana konsumen terus menerus membeli barang tanpa pikir panjang. Kita berada di era konsumsi tanpa membayar uang secara fisik, yang membuat kita secara psikologis merasa belum melakukan transaksi, sehingga mendorong untuk berkonsumsi tanpa henti.

Dompet Digital dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Pemenuhan tuntutan hidup primer akan dilakukan secara konsisten. Namun, semakin lama pemenuhan keinginan sekunder rasanya juga perlu dilakukan. Seperti yang diutarakan oleh sosiolog Perancis, Jean P. Baudrillard, hal ini pada akhirnya akan menimbulkan gaya hidup konsumtif yang akan melahirkan masyarakat konsumerisme. Harus ada rencana untuk

menyusun perencanaan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Namun, beberapa informan tidak memiliki strategi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka. Kurangnya persiapan dalam menyikapi tuntutan konsumsi informan disebabkan oleh faktor-faktor seperti kebutuhan dan keinginan yang tidak terduga. Dengan dompet digital ini, informan sering melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya. Promosi dan diskon dompet digital memikat konsumen untuk melakukan pembelian impulsif.

Tindakan konsumsi dalam kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan ini karena melihat suatu barang atau jasa secara *cashless* berdasarkan nilai gunanya. Dengan cara ini, individu membeli barang atau jasa sesuai dengan tujuan pembelian dan tujuan penggunaannya. Penggunaan sistem pembayaran *cashless* menarik karena memberikan beberapa kemudahan dan promosi atau penawaran lain dari dompet digital. Inilah yang menjadi sebuah jenis nilai tukar. Jika ingin menggunakannya, maka harus mengunduh aplikasi dompet digital terlebih dahulu. Kemudian, mereka membuat akun. Agar dapat digunakan, saldo harus diisi secara teratur. Nilai tukar yang mengorbankan sesuatu untuk ditukar dengan hal lain yang dilakukan oleh informan tadi itu termasuk dalam menggunakan sistem pembayaran *cashless*. Dengan mencantumkan identitas pribadi selama proses pembuatan akun, maka akan mengekspos diri dari risiko yang bisa disalahgunakan oleh orang yang tak bertanggung jawab, atau bisa juga akan mengalami perubahan perilaku konsumsi menjadi lebih konsumtif. Risiko dan dampak ini menjadi tanggung jawab pengguna yang ingin mendapatkan berbagai promosi dan penawaran menarik.

Para informan yang menggunakan dompet digital ini juga terbuai akan nilai tanda yang disajikan oleh sistem pembayaran pada dompet digital melalui promosi atau diskon dan penawaran lainnya. Akibatnya, konsumen yang ditargetkan ini tidak menyadari bahwa mereka telah mengonsumsi nilai tanda yang ada di dompet digital mereka. Jadi, penggunaan dompet digital tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi juga untuk pemenuhan nilai tanda maupun nilai simbol pada dompet digital.

Faktor pendorong utama di balik keputusan konsumsi seseorang adalah kebutuhan. Kebutuhan masyarakat yang tidak ada habisnya membuat mereka menggunakan dompet digital untuk mempermudah dalam memenuhi kebutuhannya. Faktor lain yang mendasari seseorang dalam membeli barang yaitu keinginan. Terkadang seseorang tidak bisa menahan hasrat untuk membeli sesuatu karena keinginan semata. Selera juga memengaruhi seseorang dalam

melakukan pembelian. Selain dari kebutuhan dan keinginan, dalam pembelian juga dipengaruhi oleh orang lain. Biasanya karena rekomendasi atau *review* dari teman yang membeli dan memakai barang tersebut menjadikan kita tergiur untuk mempunyai barang itu juga. Sebelum membeli sesuatu biasanya mengecek penilaian atau *review* dari pelanggan lain yang sudah membeli, untuk mengetahui apakah barang tersebut *worth to buy* dan tidak ada kecacatan saat barang sampai ke tujuan pelanggan.

Kemudian, salah satu hal yang menarik pembeli untuk membelanjakan uang pada barang tertentu adalah iklan. Saat ini, perusahaan aplikasi dompet digital dapat mempromosikan produk mereka melalui papan reklame, internet, dan media sosial. *Influencer* yang mempromosikan suatu produk menggunakan bahasa persuasif dan penampilan yang indah untuk membuat produk tersebut tampak menjadi kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan atau mempertahankan status sosialnya. Kehidupan individu tidak lagi bebas karena terus-menerus ditentukan oleh barang-barang karena ia harus terus-menerus memenuhi kebutuhannya untuk membeli barang yang sekarang dibutuhkan (Pawanti, 2013). Dalam hal ini, mengindikasikan bahwa iklan dapat berdampak pada pilihan seseorang untuk melakukan pembelian. Konsumen tidak lagi hanya mempertimbangkan tampilan dan bahasa iklan, tetapi juga dari sisi ekonomi dan keuntungannya. Dengan demikian, promo atau diskon memainkan peran penting dalam proses pembelian.

Dompet digital secara teratur menawarkan promosi dan diskon menarik kepada penggunanya, baik dalam bentuk *cashback*, diskon, atau penawaran khusus lainnya. Karena pengguna berpikir mereka akan mendapatkan keuntungan lebih dengan melakukan lebih banyak pembelian, hal ini dapat mendorong orang untuk menjadi konsumen yang lebih konsumtif. Efek promosi dan diskon pada perilaku konsumen dipengaruhi oleh manajemen keuangan dan kesadarannya. Menggunakan promosi dan diskon bisa menjadi keuntungan besar bagi konsumen jika dia mengelola uangnya dengan baik dan hanya membeli barang dan jasa sesuai kebutuhan. Namun, jika seseorang terlalu tergoda dengan promo dan diskon dan membeli barang yang tidak diperlukan hanya karena promo dan diskon, maka hal ini dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak sehat dan dapat mengganggu keseimbangan keuangan seseorang. Oleh karena itu, penting untuk memiliki kontrol diri dalam berkonsumsi menggunakan dompet digital.

KESIMPULAN

Mahasiswa dapat dengan cepat mempelajari cara mengakses dan menggunakan dompet digital. Mereka dapat menggunakan dompet digital ini dengan mudah., terutama ketika harus memasukkan saldo dompet digital mereka. Berdasarkan hasil penelitian, informan mengisi atau mengisi saldo dompet digitalnya dengan dua cara yaitu melalui *m-banking* dan melalui *minimarket* yang menyediakan layanan isi saldo dompet digital seperti Indomaret dan Alfamart. Penggunaan dompet digital pada mahasiswa dibedakan menjadi dua kategori, yakni pengguna aktif dan pengguna pasif. Pengguna aktif merupakan pengguna yang penggunaan dompet digitalnya lebih dari 3x untuk bertransaksi dalam satu bulan. Kemudian pengguna pasif adalah pengguna yang penggunaan dompet digitalnya satu sampai dua kali penggunaan dalam satu bulan dalam bertransaksi. Dompet digital oleh mahasiswa juga dipergunakan untuk pembayaran di *e-commerce*, pembayaran transportasi dan makanan online, pembelian pulsa, paket data, listrik, serta *top-up game*, dan pembelian tiket kereta api.

Dompet digital dapat berdampak pada konsumsi mahasiswa karena karena kemudahan yang diberikan oleh dompet digital membuat perilaku konsumsi mereka berubah menjadi lebih konsumtif. Dompet digital sering kali memberikan promosi dan penawaran menarik kepada penggunanya, baik dalam bentuk *cashback*, potongan harga, atau penawaran khusus lainnya. Karena pengguna berpikir mereka akan mendapatkan keuntungan lebih dengan melakukan lebih banyak pembelian, hal ini dapat mendorong orang untuk menjadi konsumen yang lebih konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

Baudrillard, Jean P.. 2011. Pengantar: George Ritzer Masyarakat Konsumsi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Bourdieu, P. 1992. *The Logic of Practice*, Translated by R. Nice. Stanford University Press.

Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps. (2022). Retrieved 6.07.2023 from Populix: <https://info.populix.co/report/digital-banking-survey/>

Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Heni, S. A. (2013). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta. *Empathy*, 2, 1-15.

Hidayat, M. A., 2021. Jean Baudrillard dan Realitas Budaya Pascamodern. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.

Ipsos Indonesia. (2020). Evolusi Industri Dompot Digital. Retrieved 6.07.2023 from https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_media_conferennce_-_e-wallet_-_id_0.pdf

Mujahidin, A., Astuti, R. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143-150.

Pawanti, Hastiti, M. 2013. Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran. Jean Baudrillard. Depok: Jurnal Fakultas Ilmu budaya, Universitas. Indonesia.

Silalahi, P. R., Safira, R., Hubara, Z. A., & Sari, E. P. (2022). Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 869-878.

Sitanggang, J.P. 2014. Manajemen Keuangan Perusahaan Ed.2. Jakarta: Mitra. Wacana Medis.

Sumartono. 2002. Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi. Bandung: Alfabeta.

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia”. *Jurnal Al-Qaradh*. Vol. 4.

Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, Vol. 3, No. 1. Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Ponorogo.

Ummah, F. I., Effendy, A. D., Mahdiyyah, A. F., Glorino, M., & Pandin, R. (2020). THE INFLUENCE OF E-WALLET ON A CONSUMPTIVE LIFESTYLE IN GENERATION Z: AIRLANGGA UNIVERSITY STUDENTS (English Department).

Widowati, H. (2019, May 11). Layanan Pembayaran Melalui Smartphone di Indonesia Capai 47 Persen. Retrieved from Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/11/layanan-pembayaran-melalui-smartphone-di-indonesia-capai-47-persen>

Zaenudin, Ahmad. Dompot Digital Semakin Banyak, Pengguna Belum Tentu Diuntungkan. Retrieved 16.10.2019 from <https://tirto.id/dompot-digital-semakin-banyak-pengguna-belum-tentu-diuntungkan-ejx2>