



Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur

The Effect of Digital Wallet Use on Consumptive Behavior in Cakung Timur Village, Cakung District, East Jakarta

Novita Herlizah¹, Subali²

novitaherlizah07@gmail.com¹, subali@uhamka.ac.id²

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Abstract

The development of financial technology has changed people's lifestyles to become completely digital. Transactions in an all-digital world besides being able to use cash, can also use a digital wallet. This study aims to determine the effect of using a digital wallet on the consumptive behavior of the people of Cakung Timur Village, Cakung District, East Jakarta. This study used a quantitative approach with a study population of 61.891 people. The number of samples used was 120 samples with the purposive sampling technique. The data collection process was carried out by distributing questionnaires via Google form and a likert scale as a data measurement scale. Then the classic assumption test is performed, namely the normality test, regression linearity test, simple regression analysis, correlation coefficient test and coefficient of determination, t statistical test. The results showed that digital wallets had a positive and significant effect of 37,4% on the consumptive behavior of the people of Cakung Timur Village, Cakung District, East Jakarta.

Keywords: Transactions, Digital Wallets, Consumer Behavior

Abstrak

Perkembangan teknologi keuangan telah mengubah gaya hidup masyarakat menjadi serba digital. Transaksi di dunia serba digital selain dapat menggunakan uang tunai, juga dapat menggunakan dompet digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi penelitian berjumlah 61.891 jiwa. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 sampel dengan teknik *purposive sampling*. Proses pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui *Google form* dan *skala likert* sebagai skala pengukuran data. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji linearitas regresi, analisis regresi sederhana, uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi, uji statistik t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dompet digital berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 37,4% terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur.

Kata Kunci: Transaksi, Dompot Digital, Perilaku Konsumtif

Correspondensi Author : Novita Herlizah

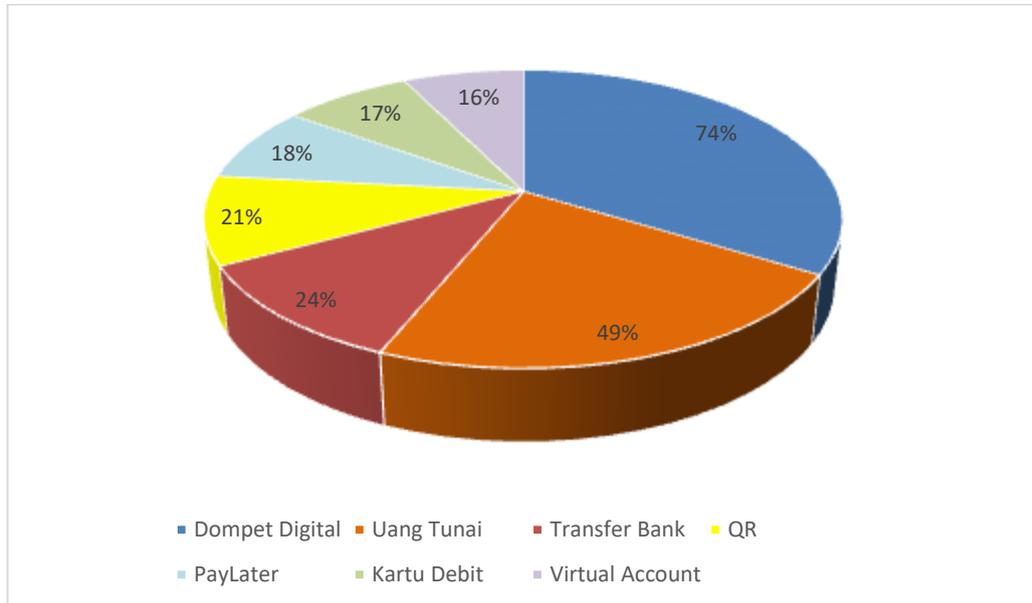
PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari – hari. Salah satunya dalam bidang keuangan atau *financial*, perkembangan teknologi melahirkan inovasi baru Teknologi Keuangan (*Fintech*) yang mengubah gaya hidup masyarakat menjadi serba digital, contohnya saat berbelanja. Transaksi saat belanja di dunia serba digital tidak hanya dapat menggunakan *cash*, namun dapat dilakukan melalui salah satu produk *fintech* yaitu dompet digital. Dompot digital ialah alat pembayaran dalam transaksi keuangan yang memanfaatkan kartu serta dapat menyimpan dana (Bank Indonesia, 2016). Dompot digital memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi, seperti pembayaran belanja *online* atau *offline*, transfer bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan

Peer reviewed under responsibility of Universitas Nisantara PGRI Kediri.

© 2019 Universitas Nisantara PGRI Kediri, All right reserved, This is an open access article under the CC BY-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

sebagainya. Oleh karena itu, jumlah pengguna transaksi pembayaran melalui media elektronik dompet digital terus bertambah. Dikutip dalam suatu riset yang dilakukan oleh *InsightAsia* dalam (Handayani, 2022) diketahui bahwa dompet digital menjadi pilihan pertama bagi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan.



Gambar 1. Persentase Metode Pembayaran yang Banyak Digunakan Masyarakat
Sumber : *Investor.id* (2022)

Seiring dengan bertambahnya pengguna dompet digital, masyarakat memanfaatkan hal tersebut untuk keperluan transaksi sehari – hari, karena dompet digital menawarkan fitur yang lebih cepat, praktis, menguntungkan, aman dan lebih mudah digunakan. Dompet digital merupakan aplikasi elektronik yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran baik secara *online* maupun *offline* (Kurniawan Phan, 2022). Menurut (Suyanto, 2023) dompet digital adalah teknologi yang dapat digunakan melalui perangkat digital atau *smartphone* untuk menyimpan atau menggunakan uang elektronik. Menurut (Dr. Rita, 2023) dompet digital adalah alat transaksi pembayaran non tunai yang menggunakan perangkat *smartphone* dan mengharuskan penggunanya memiliki uang digital didalamnya. Sedangkan menurut (Nasution et al., 2019) dompet digital merupakan aplikasi berbasis elektronik yang digunakan untuk transaksi *online* melalui *smartphone* yang kegunaannya hampir sama dengan kartu debit maupun kredit. Dengan uraian diatas dapat dikemukakan kembali bahwa dompet digital merupakan aplikasi penyimpanan uang secara digital yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi keuangan.

Dompet digital biasanya ditautkan dengan rekening atau kartu kredit pengguna. Dengan menginstall dompet digital, pengguna dapat mengakses dan mengelola saldo yang terdapat didalamnya. Transaksi dilakukan dengan memasukkan informasi yang diperlukan, seperti jumlah uang yang akan dibayarkan, nomor penerima dan konfirmasi menggunakan pin atau sidik jari pengguna. Kemudahan akses yang diberikan oleh dompet digital membuat masyarakat semakin lancar dan tanpa hambatan dalam melakukan transaksi. Selain itu, dukungan fitur – fitur yang disediakan oleh dompet digital turut meminimalisir penggunanya membawa uang tunai kemana – mana. Cukup dengan akses menggunakan *smartphone*, semua jenis transaksi baik yang berupa tatap muka maupun non tatap muka dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Kemudahan dalam bertransaksi telah banyak mempengaruhi budaya masyarakat yang nyaman dengan metode *cashless* (Lubis, 2022). Oleh karena itu, penggunaan dompet digital harus digunakan secara cerdas dan bijak, karena jika dompet digital tidak digunakan secara cerdas dan bijak maka akan menimbulkan dampak negatif. Salah satunya pengguna dompet digital akan lebih konsumtif ketika banyaknya diskon dan *cashback* yang ditawarkan.

Tentu saja keadaan tersebut tidak diharapkan karena dengan adanya dompet digital diharapkan dapat membantu masyarakat memenuhi tuntutan mereka melalui layanan yang ditawarkan, bukan untuk membuat penggunaannya menjadi pengelola keuangan yang buruk (Raya Fitriani, 2021).

Perilaku konsumtif merupakan suatu aktivitas membeli barang dan jasa secara terus menerus tanpa mempertimbangkan aspek kegunaannya (Ekonomi et al., 2021). Ketika produk dengan jenis yang sama namun merek yang berbeda sedang menawarkan diskon besar – besaran maka produk tersebut akan habis terjual bukan karena kegunaannya tetapi karena promo yang diberikan. Manusia cenderung memiliki sikap seperti itu karena ketidakmampuan mereka dalam mengelola hasrat atau keinginan serta godaan untuk memiliki suatu produk. Menurut (Fatmawatie, 2022) perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak dapat memprioritaskan kebutuhan, namun lebih mementingkan gaya hidup serta kepuasan semata. Menurut (Effendi, 2019) konsumtif adalah tindakan menggunakan produk secara tidak tuntas. Menurut (Paulina, 2021) kata “konsumtif” sering digunakan untuk merujuk pada masalah mengenai sikap konsumen dalam kehidupan manusia. Sedangkan menurut (Anggraini & Santhoso, 2019) perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk membeli produk secara berlebihan. Dengan uraian diatas dapat dikemukakan kembali bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli atau menggunakan suatu produk secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kegunaan atau manfaat dari barang tersebut. Perilaku konsumtif hadir karena gaya hidup yang serba mewah dan pengaruh untuk mengikuti orang lain atas dasar keinginan bukan kebutuhan semata.

Perilaku konsumtif memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif dari perilaku konsumtif bagi konsumen secara pribadi dapat menimbulkan rasa puas. Sedangkan bagi produsen perilaku konsumtif dapat mendorong perputaran roda perekonomian mengingat karakter perilaku konsumtif cenderung berbelanja terus menerus. Dampak negatif dari perilaku konsumtif yaitu pemborosan, tidak memiliki perencanaan keuangan yang baik dan terciptanya ketimpangan sosial karena kepemilikan barang sehingga terdapat kesenjangan antara si kaya dan si miskin (Sandi, 2020). Faktor lingkungan menjadi salah satu pemicu terjadinya perilaku konsumtif. Akibatnya, masyarakat mudah tergiur dengan perilaku konsumtif. Penelitian terkait perilaku konsumtif akibat penggunaan dompet digital masih sangat terbatas di kalangan masyarakat. Penelitian – penelitian sebelumnya selalu melibatkan mahasiswa sebagai objek penelitian. Namun pada hakikatnya, penggunaan dompet digital melapisi seluruh kalangan masyarakat mulai dari remaja sampai dewasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yaitu penelitian yang menanyakan hubungan antara 2 variabel atau lebih (Prof.Dr.Sugiyono, 2019). Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert untuk setiap kategori. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Skor Skala Likert

| Jawaban | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Ragu – ragu (R) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini yaitu dompet digital (X). Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif (Y). Lokasi penelitian bertempat di Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur dengan populasi penelitian berjumlah 61.891 jiwa yang terdiri dari 31.565 laki – laki dan 30.326 perempuan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*

sampling dengan ketentuan responden memiliki dompet digital dan penggunaannya melebihi 3 kali dalam jangka waktu satu bulan.

Uji yang dilakukan dalam analisis regresi linier sederhana adalah uji instrument (uji validitas dan uji reliabilitas). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu data (Riduwan, 2020). Data dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data sudah reliabel atau belum. Data dapat dikatakan reliabel jika *Cronbach's alpha* > signifikansi. Uji selanjutnya yaitu uji asumsi klasik dengan melakukan beberapa uji, antara lain uji normalitas, uji linearitas regresi, uji regresi linear sederhana, uji korelasi dan koefisien determinasi. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis yaitu uji t. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur

Ho : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur

Berikut merupakan definisi operasional dan indikator untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel

| No | Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Sumber |
|----|------------------------|---|---|------------------------|
| 1 | Dompet Digital (X) | Layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran, seperti alat pembayaran | Kemudahan, keamanan, promosi | (Bank Indonesia, 2020) |
| 2 | Perilaku Konsumtif (Y) | Perilaku membeli berdasarkan emosional, dikatakan perilaku konsumtif karena perilakunya dalam membeli berdasarkan faktor emosional seperti membeli berdasarkan penerimaan dan pengakuan social, mudah terpengaruh penawaran – penawaran iklan, gengsi, atau mencoba lebih dari satu jenis produk, model, warna, kemasan yang menarik. Semakin tinggi skor subjek menunjukkan perilaku konsumtif yang semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah skor subjek menunjukkan perilaku konsumtif yang rendah | Hadiah, kemasan menarik, penampilan dan gengsi, harga, status | (Fatmawatie, 2022) |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Tabel dibawah ini memberikan informasi tentang karakteristik responden. Berdasarkan responden menurut jenis kelamin didominasi oleh wanita sebesar 70% sedangkan laki – laki hanya 30%. Secara umum 37,5% merupakan pengguna DANA, 30% pengguna Shopeepay, 16,7% pengguna Gopay dan 8,3% pengguna dompet digital OVO, 6,7% pengguna LinkAja, dan 0,8% Pengguna GrabPay. Selain itu, pengelompokkan responden menurut usia didominasi oleh usia 14 – 20 tahun sebanyak 48,2%, usia 20 – 25 tahun sebanyak 39,1%, usia 25 – 55 tahun sebanyak 12,7%.

Tabel 3 Karakteristik Responden

| Responden | Total | Persentase % |
|--|-------|--------------|
| Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | | |
| Pria | 36 | 30% |
| Wanita | 84 | 70% |
| Responden Berdasarkan Aplikasi Yang Digunakan | | |
| DANA | 45 | 37,5% |
| Shopeepay | 36 | 30% |
| Gopay | 20 | 16,7% |
| OVO | 10 | 8,3% |
| LinkAja | 8 | 6,7% |
| GrabPay | 1 | 0,8% |
| Responden Berdasarkan Usia | | |
| 14 – 20 tahun | 58 | 48,2% |
| 20 – 25 tahun | 47 | 39,1 % |
| 25 – 55 tahun | 15 | 12,7 % |

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sampel berdistribusi normal atau tidak. Hal ini berkaitan dengan ketetapan pemilihan uji statistik yang akan digunakan. Pada uji normalitas, metode yang digunakan untuk mengolah data adalah Uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai sig > 0,005 maka data berdistribusi normal
 Jika nilai sig < 0,005 maka data tidak berdistribusi normal

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardize d Residual | |
|--|-------------------------|-----------------------------|------|
| N | | 120 | |
| Normal Parameters ^{a, b} | Mean | .0000000 | |
| | Std. Deviation | 6.97395278 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | .061 | |
| | Positive | .036 | |
| | Negative | -.061 | |
| Test Statistic | | .061 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | .200 ^d | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e | Sig. | .322 | |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .310 |
| | | Upper Bound | .334 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Data Olahan SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa uji normalitas *Kolmogorov-smirnov* didapati nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa nilai residual dari variabel dompet digital dan perilaku konsumtif berdistribusi normal.

Uji Linearitas Regresi

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui status linear atau tidaknya suatu distribusi nilai yang diperoleh. Untuk mengetahui apakah model linear atau tidak dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan taraf signifikansi 5% yaitu :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linear adalah ditolak
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linear adalah diterima

Tabel 5 Hasil Uji Linearitas Regresi

| | | ANOVA Table | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|----------------|--------------------------|--|----------------|-----|-------------|--------|-------|
| Perilaku Konsumtif * Dompset Digital | Between Groups | (Combined) | | 5038.090 | 34 | 148.179 | 2.992 | <,001 |
| | | Linearity | | 3460.306 | 1 | 3460.306 | 69.865 | <,001 |
| | | Deviation from Linearity | | 1577.785 | 33 | 47.812 | .965 | .531 |
| | Within Groups | | | 4209.901 | 85 | 49.528 | | |
| | Total | | | 9247.992 | 119 | | | |

Sumber : Data Olahan SPSS 29

Berdasarkan hasil uji linearitas regresi diketahui F_{hitung} sebesar 0,965 < F_{tabel} sebesar 1,573. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear yang diterima antara variabel bebas yaitu dompet digital (X) terhadap variabel terikat perilaku konsumtif (Y).

Analisis Regresi Sederhana

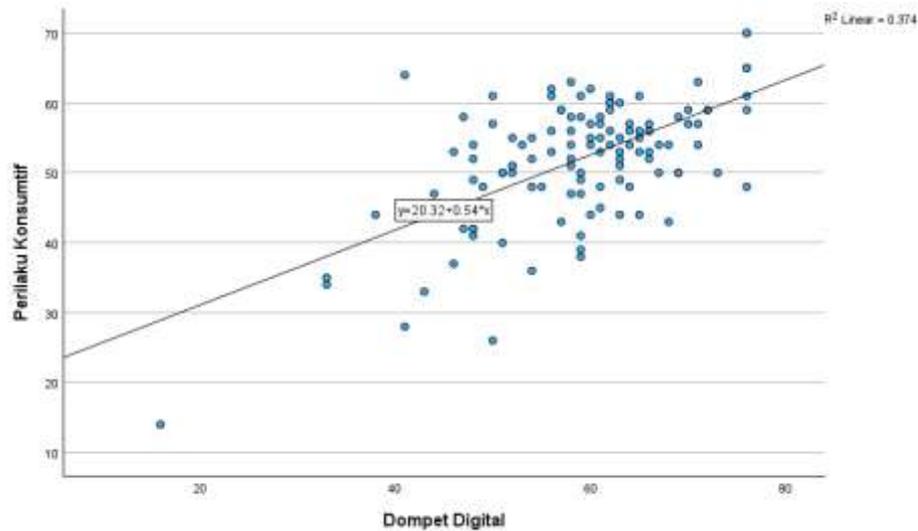
Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Sederhana

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 20.324 | 3.807 | | 5.339 | <,001 |
| | Dompset Digital | .537 | .064 | .612 | 8.399 | <,001 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data Olahan SPSS 29

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapatkan dari analisis regresi sederhana dengan nilai konstanta sebesar 20,324 menyatakan bahwa pada saat dompet digital (X) bernilai nol atau tidak meningkat maka perilaku konsumtif akan tetap bernilai 20,324. Sementara nilai regresi 0,537 menunjukkan pengaruh positif atau searah yang berarti apabila dompet digital dinaikkan sebesar 0,537 satuan maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,537 satuan.



Gambar 2 Grafik Regresi Linear Sederhana
 Sumber : Data Olahan SPSS 29

Dari Grafik persamaan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa variabel – variabel tersebut mempunyai hubungan positif, karena titik – titik pada gambar tersebut menunjukkan gejala dari kiri bawah ke kanan atas dan variabel – variabel tersebut mempunyai korelasi linear karena titik – titik pada grafik tersebut menunjukkan gejala linearitas atau kelurusan letak.

Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .612 ^a | .374 | .369 | 7.003 |

a. Predictors: (Constant), Dompnet Digital

Sumber : Data Olahan SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi atau rasio (R) sebesar 0,612. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa dompet digital memiliki korelasi atau hubungan yang positif terhadap perilaku konsumtif. Dompnet digital berkorelasi kuat terhadap perilaku konsumtif, karena berada pada rentang interval 0,61 – 0,80. Didapatkan pula besar R Square atau yang disebut dengan Koefisien Determinasi (KD) yaitu sebesar 0,374 atau 37,4% yang berarti bahwa pengaruh dompet digital (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 37,4%. Jadi dapat disimpulkan bahwa 37,4% variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada kalangan masyarakat adalah dompet digital yang mereka gunakan, sedangkan 62,6% (100% - 37,4%) selebihnya disebabkan oleh variabel lain selain dompet digital yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel *independent* secara parsial terhadap variabel *dependent*. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} :

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 8 Hasil Uji T

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 20.324 | 3.807 | | 5.339 | <,001 |
| | Dompnet Digital | .537 | .064 | .612 | 8.399 | <,001 |

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data Olahan SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas maka didapatkan konstanta sebesar 20,324 bermakna bahwa konsisten variabel perilaku konsumtif sebesar 20,324. Jika dompet digital meningkat maka perilaku konsumtif akan mengikuti peningkatnya. Selain itu diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,399 > 1,980$. Hal ini menunjukkan pengaruh yang positif antara dompet digital dan perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis alternatif H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dompet digital mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku konsumtif di kalangan masyarakat.

Pembahasan

Dari hasil pengujian didapatkan hasil bahwa dompet digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Diketahui bahwa variabel dompet digital memiliki t_{hitung} sebesar $8,399 > t_{tabel}$ sebesar $1,980$. Hal ini didukung teori yang disampaikan oleh (Ika Febrilia et al., 2020) bahwa dompet digital dapat dimanfaatkan untuk menampung dana. Sehingga dompet digital menjadi peluang bagi masyarakat untuk memudahkan mereka dalam bertransaksi karena penggunaannya yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam bertransaksi juga fleksibel ketika digunakan.

Penggunaan dompet digital dapat mengurangi peredaran uang palsu dan terjamin keamanannya karena setiap pengguna wajib melakukan verifikasi data identitas serta pengguna juga diminta untuk mengaktifkan fitur keamanan seperti verifikasi pin, sidik jari dan pemindai wajah. Kemudahan, keamanan dan promosi yang ditawarkan menjadi strategi bagi dompet digital untuk meningkatkan penggunaannya. Strategi yang ditawarkan dompet digital dengan menghadirkan banyak penawaran menarik membuat masyarakat memiliki hasrat mengeluarkan uang lebih untuk membeli barang yang bukan menjadi prioritasnya tetapi hanya sebagai pemuas keinginan atau gengsi. Jadi semakin banyak dompet digital dan kemudahan – kemudahan yang ditawarkan dalam menggunakannya mengakibatkan perilaku konsumtif sebagai suatu hal yang lumrah di kalangan masyarakat. Pada hakikatnya, perilaku konsumtif jika dibiarkan akan berdampak buruk bagi keuangan maupun kebiasaan gaya hidup masyarakat.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Azka Fikri, 2021) yang berjudul Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU terjadi akibat menggunakan Shopeepay sebagai dompet digital dikarenakan mendapatkan promo atau *cashback* ketika bertransaksi menggunakan Shopeepay.

Adapun penelitian dari (Mujahidin, 2020) yang berjudul Pengaruh *Fintech E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan :

- 1) Dompot digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur
- 2) Kemudahan, keamanan dan penawaran yang menarik menjadi strategi bagi dompet digital dalam meningkatkan penggunaannya
- 3) Perilaku konsumtif yang dilakukan secara terus menerus dapat menimbulkan dampak bagi keuangan maupun gaya hidup masyarakat

Saran yang dapat direkomendasikan berkaitan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1) Bagi masyarakat, diharapkan dapat menggunakan dompet digital sesuai kebutuhan. Dengan begitu dapat meminimalisir terjadinya perilaku konsumtif
- 2) Bagi masyarakat, untuk menghindari pemborosan diharapkan dapat memonitoring pengeluaran secara berkala dan menyusun daftar skala prioritas kebutuhan.
- 3) Bagi pembaca, diharapkan dapat mempertimbangkan kebutuhan bukan keinginan semata untuk meminimalisir perilaku konsumtif

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas variabel – variabel lain agar faktor – faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif pada kalangan masyarakat dapat diketahui secara rinci.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Azka Fikri. (2021). Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu. *Komunika*, 17(2), 1–11. <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7556>
- Bank Indonesia. (2016). PBI 18/40/PBI/2016 Processing of Payment Transactions. *Bank Indonesia*, 51. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx
- Bank Indonesia. (2020). *Dompot Elektronik*. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#Dompot-Elektronik>
- Dr. Rita, S. E. M. S. (2023). *TREN M-FINANCIAL INVESTIVES PAYMENT BAGI PELAKU BISNIS DAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL* (K. Umatin (ed.); Pertama). CV. Jakad Media Publishing.
- Effendi, U. (2019). *Psikologi Konsumen* (A. R. Batubara (ed.)). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Ekonomi, J., Teknologi, M., Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65. <http://journal.lembagakita.org>
- Fatmawatie, N. (2022). *E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF* (Pertama). IAIN Kediri Press.
- Handayani, I. (2022). *Riset: Dompot Digital Paling Dipilih Masyarakat Indonesia*. Investor.Id. <https://investor.id/finance/314524/riset-dompot-digital-paling-dipilih-masyarakat-indonesia>
- Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, & Irianto Djatikusumo. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.1.01>
- Kurniawan Phan, M. S. (2022). *Teknologi Keuangan Anak Muda* (Pertama). SCU Knowledge Media. https://www.google.co.id/books/edition/Teknologi_Keuangan_Anak_Muda/WxBsEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

- Lubis, R. H. (2022). Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 1–10.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Nasution, D. S., Ec, M., Aminy, M. M., & Ramadani, L. A. (2019). *Ekonomi Digital* (M. Yusuf (ed.); Pertama). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.
- Paulina, D. (2021). *Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan* (P. & Rolland (ed.); Pertama). Literasi Nusantara.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitaif,Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta* (Issue 465).
- Raya Fitriani, L. (2021). *Cara Bijak Menggunakan Dompot Elektronik* (Pertama). LP3M LSPR.
- Riduwan. (2020). *Belajar Mudah Penelitian (Untuk Guru - Karyawan Peneliti Pemula)*. Alfabeta.
- Sandi, F. (2020). DAMPAK PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP KONSUMTIF PEREMPUAN SHOPAHOLIC DI KOTA PALOPO. *FERA*.
- Suyanto. (2023). *Mengenal Dompot Digital di Indonesia* (1st ed.). CV. AA RIZKY.