

Pengaruh e-payment terhadap keputusan Konsumtif studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Habibah Shobri¹, Purnama Ramadani Silalahi², Khairina Tambunan³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, prodi Ekonomi Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email : habibahshobri985@gmail.com¹
purnamaramadani@uinsu.ac.id² khairinatambunan@uinsu.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan. e-payment terhadap keputusan Konsumtif pada mahasiswa UIN Sumatera Utara Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa UIN Sumatera Utara Medan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019 yang berjumlah kurang lebih 250 mahasiswa yang jumlah sampelnya yaitu 51 mahasiswa. Sampel penelitian ini diambil menggunakan cara *cluster random sampling*. Pada hasil Uji Hipotesis t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi E-payment pada tabel *coefficients* sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $> (7,297 > 2,010)$. Koefisien determinasi sebesar 0,521 yang berarti 52,1% perubahan keputusan Konsumtif dijelaskan oleh variabel e-payment tersebut. Ada pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan e-payment terhadap keputusan Konsumtif mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam Islam Negeri Sumatera Utara Medan angkatan 2019. . Hal ini disebabkan karena secara psikologis akan lebih mudah bagi seseorang untuk membelanjakan uang non tunai daripada uang tunai. Ini bukan masalah teknologi, ini adalah perilaku manusia saat bertransaksi uang dengan instrumen fisik dan non-fisik.

Kata kunci : e-payment, keputusan Konsumtif

Latar belakang

Teknologi adalah alat yang memudahkan manusia untuk menggunakan sumber daya yang mereka butuhkan. Menggunakan teknologi di seluruh sumber daya menjadi lebih mudah dan efisien. Menjadikan teknologi semakin dihargai dan digunakan oleh masyarakat. Salah satu teknologi yang berkembang di masyarakat

adalah penggunaan internet. Pesatnya perkembangan internet memunculkan berbagai inovasi, termasuk financial technology, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dengan pemanfaatan teknologi, layanan pembayaran elektronik atau electronic payment akan menjadi bentuk pembayaran yang dapat memudahkan konsumen dalam memproses transaksi pembayaran dan memberikan kemudahan. Ming-Yen Teoh dkk. , (2013) Dengan terus meningkatnya penggunaan internet dan peningkatan e-commerce, pembayaran elektronik saat ini digunakan untuk bisnis jarak jauh seperti belanja online. Contoh e-cash, e-wallet, dan smart card yang banyak digunakan oleh mahasiswa adalah Go Pay, Ovo, Shopee Pay, dan Dana.

Konsumsi pribadi adalah nilai pengeluaran yang dilakukan seseorang dalam waktu tertentu untuk membeli berbagai jenis kebutuhan. Konsumsi swasta hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya kemajuan teknologi. Karena perkembangan teknologi, sistem pembayaran telah beralih dari menggunakan uang tunai sebagai metode pembayaran menjadi pembayaran non-tunai.

Rumusan masalah

1. Seberapa pengaruh adanya e-payment terhadap keputusan konsumen mahasiswa UINSU Medan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kajian teoritis

1. Perilaku konsumtif

Menurut Samuelson (2000: 88), konsumsi diartikan sebagai kegiatan yang didasarkan pada nilai guna barang dan jasa. Konsumsi memiliki pengertian yang luas. Dengan kata lain, produk dan jasa akhir dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Produk dan jasa akhir adalah produk dan jasa yang dapat dikonsumsi konsumen. Barang konsumsi ini terdiri dari barang konsumsi sekali pakai dan barang konsumsi multi guna (Nopirin, 1997). Pengeluaran konsumsi akhir rumah tangga adalah biaya rumah tangga untuk membeli berbagai jenis kebutuhan pada waktu tertentu. Pengeluaran konsumsi akhir rumah tangga merupakan bagian terbesar dari total pengeluaran riil (Sukirno, 1994: 38).

2. E-payment

Dalam publikasi yang diterbitkan oleh Bank for International Settlements (BIS) pada bulan Oktober 1996, uang elektronik didefinisikan sebagai instrumen pemeliharaan nilai atau prabayar di mana sejumlah tertentu disimpan pada media elektronik milik individu. Berbeda dengan kartu telepon yang merupakan kartu prabayar single purpose, e-money merupakan metode pembayaran yang memungkinkan berbagai jenis pembayaran (multi purpose).

Epayment adalah bentuk pembayaran elektronik dimana nilai uang disimpan dalam media elektronik tertentu. Epayment sering disebut uang elektronik. Pengguna harus terlebih dahulu menyetor uang ke penerbit dan menyimpannya di media elektronik sebelum digunakan untuk tujuan transaksi apa pun. Saat digunakan, nilai uang elektronik yang disimpan dalam media elektronik berkurang sebesar jumlah transaksi, dan setelah itu dimungkinkan untuk diisi ulang (replenish). Media elektronik yang menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa sirkuit mikro atau server.

Menurut Turban, E., & King, D. (2014), Pembayaran memiliki beberapa faktor keberhasilan:

1. Kemerdekaan.

Beberapa metode pembayaran memerlukan perangkat lunak atau perangkat keras khusus. Metode pembayaran elektronik ini mengharuskan pedagang/pedagang untuk menginstal perangkat lunak khusus untuk menerima pembayaran dan melakukan pembayaran.

2. Interoperabilitas dan portabilitas

Bentuk EC dengan sistem yang menghubungkan sistem perusahaan lain ke aplikasi. Metode pembayaran ini membutuhkan platform standar.

3. Keamanan

Apakah aman untuk mengirim uang? Apa yang dimaksud dengan garansi? Jika risiko bagi pembayar lebih besar daripada risiko bagi penerima, metode ini sama sekali tidak dapat diterima.

4. Anonimitas

Tidak seperti kartu kredit atau cek, sekali pelanggan menggunakan uang tunai, tidak ada cara untuk mengembalikannya kepada pelanggan. Beberapa pembeli ingin identitas mereka menjadi anonim dengan setiap pembelian. Metode pembayaran seperti ECash harus tetap anonim agar berhasil.

5. Kemudahan penggunaan

Untuk B2C Epayment, menggunakan kartu kredit adalah standar yang mudah.

6. Biaya operasional

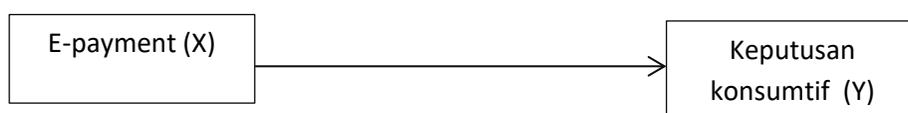
Mekanisme bagi hasil antara pihak peserta Epayment.

7. peraturan Semua pembayaran diatur dengan peraturan internasional dan negara.

Bahkan dengan pembayaran model baru yang diperkenalkan oleh institusi atau asosiasi yang ada (misalnya Visa), akan berhadapan aturan yang ketat. PayPal, sebagai contoh, harus menghadapi hukum yang dibawah peraturan pemerintah, dimana dikatakan bahwa PayPal melanggar regulasi bank Negara.

Metodologi penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara angkatan 2019. Jumlah total mahasiswa dalam penelitian ini adalah kurang lebih 250 siswa. Sementara itu, jumlah sampel penelitian ini adalah 51 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *clustered random sampling*. Alat bantu penelitian ini diklasifikasikan ke dalam pertanyaan terstruktur menurut variabel dengan menggunakan kuesioner atau angket.

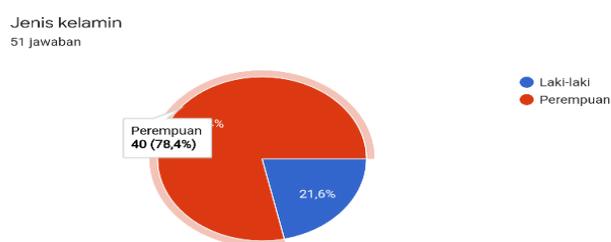


Hasil Pembahasan

Karakteristik data responden

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UINSU yang pernah menggunakan e-payment. Dari jumlah seluruh kuesioner diperoleh 51 responden yang digunakan untuk analisis data.

responden itu sendiri terdiri dari : jenis kelamin, Fakultas, jenis e-payment, pendapat responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini.



Karakteristik masing-masing responden yang disajikan dalam grafik dapat dijelaskan dengan fakta bahwa 11 dari 51 responden laki-laki (21,6 dari total responden) dan hingga 40 responden perempuan dari 51 responden atau 78,4% dari total responden.



Jika dilihat dari jenis e-payment yang digunakan, dari 51 responden lebih banyak yang menggunakan jenis e-payment Dana sebanyak 28 responden atau Sebesar 54,9%, sebanyak 12 responden menggunakan jenis e-payment gopay atau sebesar 23,5%, sebanyak 7 responden menggunakan jenis e-payment ovo atau sebesar 13,7%, dan 4 responden menggunakan jenis e-payment lainnya seperti shopeepay, ATM dan lain sebagainya.

Uji validitas

X			Y		
Indikator	r-count	note	Indikator	r-count	note
1	0,763	Valid	1	0,749	Valid
2	0,776	Valid	2	0,732	Valid
3	0,560	Valid	3	0,838	Valid
4	0,834	Valid	4	0,916	Valid
5	0,738	Valid	5	0,885	Valid
6	0,718	Valid	Nb : r-count > 0,357		
7	0,704	Valid			
8	0,795	Valid			
9	0,802	Valid			
10	0,720	Valid			

Uji Reliabilitas

Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	10

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel X menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,882 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan kriteria reliabilitas, suatu alat penelitian dikatakan sangat reliabel jika koefisien reliabilitas Cronbach Alpha > 0,6. Oleh karena itu, indikator penelitian ini dinilai sangat reliabel, artinya setiap unsur pernyataan yang akan digunakan akan menghasilkan data yang konsisten.

Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	5

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel Y menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,877 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan kriteria reliabilitas, suatu alat penelitian dikatakan sangat reliabel jika koefisien reliabilitas Cronbach Alpha > 0,6. Oleh karena itu, indikator penelitian ini dinilai sangat reliabel, artinya setiap unsur pernyataan yang akan digunakan akan menghasilkan data yang konsisten.

Uji parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.565	2.159		3.041	.004
	E_payment	.366	.050	.722	7.297	.000

a. Dependent Variable: keputusan_konsumtif

Hasil Pengujian Hipotesis Pertama (H1) , diketahui nilai Sig untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,297 > t$ tabel 2,010 sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji secara parsial H0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh Pembayaran e-payment (X) terhadap Keputusan konsumtif (Y) secara signifikan. Berpengaruh secara signifikan dilihat dari hasil analisa penulis, dimana faktor Pembayaran e-payment mempengaruhi keputusan Konsumtif.

Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.722 ^a	.521	.511	2.068	.521	53.243	1	49	.000

a. Predictors: (Constant), E_payment

Berdasarkan tabel diatas, nilai yang digunakan adalah nilai R Square yaitu 0,521. Maka dapat diartikan bahwa 52,1% variabel independen e-payment dapat menjelaskan variabel dependen keputusan Konsumtif. Sisanya 47,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Regresi linier sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.565	2.159		3.041	.004
	E_payment	.366	.050	.722	7.297	.000

a. Dependent Variable: keputusan_konsumtif

persamaan regresi linear sederhana yang dibaca adalah nilai dalam kolom B, baris pertama menunjukkan konstanta dan baris selanjutnya menunjukkan koefisien regresi variabel independen. Berdasarkan tabel diatas model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = 6,565 + 0,366 X$$

Dari hasil pengujian regresi linear sederhana diatas, maka dapat diketahui bahwa :

- Nilai konstanta sebesar 6,565 menunjukkan bahwa jika variabel independen (e-payment) dianggap konstan atau nol maka nilai Y (Efisiensi Sistem Pembayaran Transportasi) adalah sebesar 6,565.
- Nilai koefisien variabel Uang Elektronik (X) sebesar 0, 366. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan e-payment sebesar 1 satuan, maka efisiensi sistem pembayaran transportasi akan naik sebesar 0,366 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Dapat disimpulkan bahwa koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara e-payment dengan keputusan Konsumtif.

Uji Asumsi klasik

Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.04758030
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.084
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Pada output data ini terlihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dari α ($\alpha = 0.05$) yaitu $0,200 > 0,05$ yang berarti bahwa data terdistribusi dengan normal.

Penggunaan pembayaran elektronik merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi mahasiswa, dan semakin tinggi tingkat penggunaan pembayaran elektronik mahasiswa maka pengeluaran konsumsi mahasiswa akan semakin tinggi. Hal ini disebabkan karena secara psikologis akan lebih mudah bagi seseorang untuk membelanjakan uang non tunai daripada uang tunai. Ini bukan masalah teknologi, ini adalah perilaku manusia saat bertransaksi uang dengan instrumen fisik dan non-fisik. Promotes Chatterjee, seorang profesor pemasaran di University of Kansas, mengatakan ada perilaku yang berbeda ketika membelanjakan uang tunai dan ketika membelanjakan uang yang tidak. Konsumen menggunakan uang tunai untuk membeli barang/jasa yang mereka butuhkan sehari-hari. Dalam transaksi tunai, konsumen fokus pada jumlah atau nilai yang dibelanjakan. Di sisi lain, konsumen menggunakan mata uang non tunai untuk membeli barang/jasa yang mereka sukai (Fajrian, 2015).

Dalam penelitian ini diketahui bahwa penggunaan e-payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Konsumtif mahasiswa. Hasil survei ini sejalan dengan survei Dien Ilham Genandy, yang membuat pengguna e-commerce lebih nyaman, termasuk sistem kerja, penggunaan, nilai praktis, metode pembayaran alternatif, dan akses mudah dijangkau membuat masyarakat menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran.

Sejalan dengan Hidayanti yang mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi dan informasi telah memberi dampak ke berbagai bidang, tak terkecuali di bidang sistem pembayaran, khususnya sistem pembayaran ritel dengan munculnya instrumen pembayaran yang dikenal sebagai electronic Money.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, terdapat pengaruh E-payment terhadap Keputusan konsumtif. Dapat dilihat dimana hasil penelitian dari uji Reliabilitas variabel X dan Y menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan sangat reliabel, artinya bahwa setiap item pernyataan yang akan digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti pula bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relative sama dengan jawaban sebelumnya. Pada hasil Uji Hipotesis t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi E-payment pada tabel coefficients sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan $> (7,297 > 2,010)$. Koefisien determinasi sebesar 0,521 yang berarti 52,1% perubahan keputusan Konsumtif dijelaskan oleh variabel e-payment tersebut. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara

penggunaan e-payment terhadap keputusan Konsumtif mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam Islam Negeri Sumatera Utara Medan angkatan 2019.

Referensi

Khairi, M. R., & Gunawan, E. (2019). *Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) dan E-Money Terhadap Konsumsi Masyarakat di Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, 1(1).*

BUDHIARJO, I. S., & FEBRIANA, H. (2020). *PENGARUH PROMOSI E-PAYMENT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE DI RUANG LINGKUP UNIVERSITAS PAMULANG (STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN).* Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis, 5(2), 133-141.

Parastiti, D. E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). *Analisis penggunaan uang elektronik pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri malang (studi kasus: uang elektronik brizzi).* Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan, 7(1), 75-82.

Ramadani, L. (2016). *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa.* Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan, 8(1), 1-8.

Dewantara, Y. F. (2021). *Pengaruh Pembayaran Non Tunai Sebagai Promosi Pada Masa Pandemi COVID 19 Terhadap Keputusan Pembelian di Sudut Pandang Kopi.* Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata, 4(1), 1-11.

Genady, D. I. (2018). *Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat (studi kasus di Provinsi DKI Jakarta) (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis).*

Hikmah, L. (2018). *Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Efisiensi Sistem Pembayaran Transportasi Di Wilayah Jabodetabek Studi Kasus Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah).*