

ANALISIS PENGARUH TRANSAKSI *CASHLESS E-WALLET SHOPEEPAY* DAN MINAT BELI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA DENPASAR

Ni Made Depik Suarningsih¹, I Nyoman Wahyu Widiani², Ida Ayu Sasmitha Putri³
Universitas Mahendradatta, Denpasar, Bali
Email: depiksuarningsih284@gmail.com¹, wahyuwidiana94@gmail.com²

Abstract

This study aims to determine the effect of cashless transactions and buying interest on consumptive behavior in the Millennial Generation in Denpasar City. quantitative approach is used in completing the research results. The research data was obtained through a survey method by distributing questionnaires to 78 respondents. The results show that: (1) Cashless transactions (X1) have a significant effect on consumptive behavior, as evidenced by the t-count value of $4.348 > 1.665$ and the regression coefficient of 0.390. (2) Purchase Interest (X2) has a significant effect on consumptive behavior, as evidenced by the t-count value of $6.983 > 1.665$ and the regression coefficient of 0.586. (3) Cashless Transactions (X1) and Purchase Interest (X2) have a simultaneous or joint effect on consumptive behavior, as evidenced by the F-count value of $224,976 > F\text{-table}$ which is 3.12 with a sig value of $0.000 < 0.05$. (4) The magnitude of the contribution of the influence of the independent variables (X1 and 2) on the dependent variable (Y) is evidenced by the Adjusted R Square coefficient of determination of 0.853. This value indicates that the contribution or effect of cashless transactions (X1) and Purchase Interest (X2) on consumptive behavior (Y) is 85.3%. The remaining 14.7% was caused by other factors not discussed in this study.

Keywords: Non-Cash Transactions, Purchase Interest, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Dengan adanya revolusi industri *digital* 4.0 kian memudahkan manusia dalam melaksanakan aktivitas. Akibat perkembangan teknologi, selalu menghadirkan sisi positif dan negatif pada produk-produk hasil *intelligence*. Dalam memenuhi kebutuhan hidup Perilaku manusia terus berkembang seiring dengan kemajuan produk teknologi. Perilaku bisnis juga mulai berubah akibat Digitalisasi pada revolusi industri 4.0. Perusahaan mulai mengembangkan produknya untuk meraup pangsa pasar yang lebih luas, demi mendapatkan loyalitas pelanggan. Dengan adanya perangkat dan cara transaksi finansial digital yang sering dikenal dengan *cashless* terbukti memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi. *Cashless* berarti tidak menggunakan uang secara tunai. *Cashless* merupakan metode transaksi atau pembayaran secara *digital* (*tanpa uang tunai*). Transaksi *cashless* sudah dapat dikatakan menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat dalam transaksi dalam ekonomi.

Transaksi *cashless* mampu mendapat tempat tersendiri di kalangan masyarakat terutama di kalangan generasi milenial sebagai bentuk alat transaksi baru, yang memberi dampak penggunaan uang tunai cenderung semakin berkurang. Transaksi lebih banyak menggunakan uang *digital* berupa ATM, kartu debit, kartu kredit dan belakangan ini sebuah inovasi baru berupa kartu yang bisa diisi ulang dan mampu menjadi alat transaksi yang sah sering disebut *e-money*. Selain *E-money* beberapa *e-commers* memunculkan sebuah aplikasi uang digital yaitu GoPay, OVO, Dana dan ShoopePay. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ikut berpartisipasi dalam menyediakan layanan keuangan digital yang dikenal dengan sebutan Link Aja. Pesatnya infrastruktur dalam menyediakan *trend* tersebut dan ditambah pengguna *smartphone* semakin meningkat jumlahnya dari hari ke hari, sehingga transaksi *cashless* semakin mudah berkembang. Dengan tersedianya aplikasi layanan keuangan ini lebih memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi seperti transaksi jual beli *online*, *transfer mobile* atau membayar tagihan melalui kartu kredit atau kartu debit yang disediakan oleh bank. Hal inilah yang menjadikan dasar dari perubahan perilaku komsumtif pada generasi milenial.

Konsumtif adalah perilaku konsumsi yang berlebih (boros) dan lebih mendahulukan keinginan dari kebutuhan. Kebutuhan konsumsi kian hari kian berkembang sejalan dengan pola dan *Lifestyle* dari manusia. Semakin berkembangnya teknologi, kebutuhan pada barang-barang yang akan dikonsumsi oleh manusia semakin tinggi dan beragam. Dengan berkembangnya teknologi membuat pola hidup manusia semakin berubah memberikan manfaat yang cukup baik bagi masyarakat dan memberikan manfaat yang cukup baik bagi masyarakat. Pada *era modern* (Sekarang) semua hal bisa dilakukan dengngaman tangan dengan menggunakan *smartphone*.

Bali merupakan salah satu daerah yang terletak di kepulauan Indonesia yang tercatat menjadi penyumbang devisa terbesar pada sektor pariwisata di Indonesia. Bali memiliki keindahan alam dan laut serta keunikan budaya Bali menjadi daya tarik untuk memikat banyak wisatawan baik itu wisatawan asing maupun wisatawan lokal untuk berkunjung serta menikmati keindahan alam di Pulau Dewata (Bali). Berbagai bisnis lokal mulai dari bisnis rumah makana dan minuman, bisnis akomodasi, *Tour Guide*, dan sebagainya banyak tumbuh kembang di Bali. Dengan adanya sistem pembayaran non tunai yang mudah dan praktis tentunya akan sangat menunjang kebutuhan bisnis di Bali.

Kota Denpasar (Ibu Kota Provinsi Bali) menjadi pusat dari kegiatan masyarakat Bali dalam melakukan kegiatan bisnis, berdagang maupun pemerintahan. Denpasar diberikan julukan sebagai kota Madya lebih cepat mengangkat kecanggihan teknologi baru dibanding

daerah lainnya yang ada di Bali. Kota Denpasar, membuka peluang *Start-up* transportasi *online* seperti Shopee serta banyak merchant besar maupun kecil yang mulai tersebar di Kota Denpasar. Dalam pelayanannya Shopee menyediakan pilihan pembayaran dengan menggunakan *e-wallet*. Selain transaksi *online*, *outlet-outlet* penyedia makanan dan minuman yang banyak tersebar di Kota Denpasar turut menyediakan *e-wallet* sebagai pilihan alat pembayaran. Apalagi di masa pandemi yang saat ini sedang terjadi, dimana pemerintah mengeluarkan kebijakan agar para pedagang ritel baik kecil maupun besar untuk menggunakan sistem pembayaran *non* tunai.

Menurut *Research Director Customer Experience* Ipsos Indonesia, generasi milenial merupakan pengguna terbanyak *e-wallet* dengan besar persentase adalah 68 %. Hal ini dikarenakan tingkat produktivitasnya jauh lebih aktif jika dibandingkan dari kalangan yang lain. Mayoritas Generasi Milenial ini pun telah mengenal teknologi. Bagi perbankan dan *e-commerce* hal ini merupakan sebuah peluang dalam mengembangkan usaha mereka. Terjadinya pandemi berdambak diberbagai sektor salah satunya perekonomian. Munculnya kebijakan *physical distancing* yang dibuat oleh *World Health Organization* (WHO) membuat terjadinya perubahan sistem pembayaran di seluruh dunia. Hal ini juga menjadi penyebab meningkatnya penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Transaksi menggunakan *e-wallet* dinilai aman dan juga cepat, selain itu transaksi menggunakan *e-wallet* juga dirasa sesuai dengan protokol kesehatan.

Salah satu jenis *e-wallet* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Shopeepay. Shopeepay merupakan Layanan *e-wallet* yang Dapat dipakai pada aplikasi Shopee sebagai metode pembayaran. Shopeepay ini juga dapat digunakan pada *Merchant* Shopeepay dan bahkan para pengguna masih dapat menyimpan uang mereka untuk melakukan transaksi selanjutnya. Ada banyak sekali keuntungan yang diberikan oleh *e-wallet* Shopeepay seperti contohnya pengguna bias mendapatkan voucher, cashback, transfer yang juga cepat dan fitur gratis ongkir. Dengan adanya kemudahan yang diberikan dari beberapa *Star-up* baik itu Shoope membuat Minat Beli Masyarakat kota Denpasar kian meningkat. Menurut Schiffman dan Kanuk (Maghfiroh, Arifin, & Sunarti, 2016) minat adalah salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap sikap perilaku (konsumen). Sehingga Schiffman dan Kanuk menjelaskan bahwa minat beli diartikan sebagai bentuk pikiran yang nyata dari fefleksi rencana pembeli untuk membeli beberapa unit dalam jumlah tertentu dari beberapa merek yang tersedia dalam periode waktu tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis Pengaruh Transaksi

Cashless E-Wallet ShopeePay dan Minat Beli Terhadap Prilaku Konsumtif pada Generasi Milenial di Kota Denpasar.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumtif

Menurut Waluyo (Fitri.2013:30) adalah gaya hidup atau juga perilaku yang selalu membelanjakan uang tanpa mempertimbangkan dengan matang. Maulana (Hidayah,2015:20) perilaku konsumtif adalah salah satu perilaku yang dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan demi memenuhi hasrat kepuasan pribadi.

Transaksi Cashless

Menurut (Abbas,2017) Transaksi Cashless merupakan istilah yang mencerminkan keadaan dimana masyarakat sudah melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai (*e-money*). Menurut (*Businessnovice*,2018) Cashless adalah konsep ekonomi yang cenderung untuk melakukan transaksi keuangan dengan uang elektronik dibandingkan dengan uang tunai (cash).

Minat Beli

(Kotler dan Keller, 2016). Minat Beli adalah besaran keinginan konsumen untuk membeli suatu merk dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari suatu merk ke merk yang lainnya. Menurut Febriani & Dewi (2018) Minat beli diartikan sebagai sesuatu yang timbul dengan sendirinya setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk membelinya. Minat beli yang muncul ini menciptakan motivasi yang terus terekam di dalam benaknya, yang pada

akhirnya konsumen harus memenuhi kebutuhannya meskipun pembelian yang belum tentu dilakukan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah suatu proses awal mengenai perasaan yang timbul setelah menerima rangsangan atau stimulus dari produk atau jasa yang dilihatnya, kemudian stimulus tersebut menimbulkan perasaan senang dan keinginan untuk membeli produk atau jasa tersebut dalam waktu tertentu.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif (jenis metode survei). Dalam penelitian ini menyertakan populasi Generasi Y (milenial) di Kota Denpasar yang berjumlah 347 populasi dan menerapkan Teknik Purposive sampling. Dengan Sampel responden penelitian berjumlah 78 generasi Y (milenial) di Kota Denpasar.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Sebelum melakukan pengolahan data, peneliti ini terlebih dahulu melakukan uji validitas & reliabilitas pada kuesioner. Pengujian validitas menunjukkan hasil bahwa uji validitas pada indikator setiap variabel Transaksi Cashless, Minat Beli dan Perilaku Konsumtif, menghasilkan 0.05 ($\alpha=5\%$) di bawah nilai signifikansi. Dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pernyataan dinyatakan valid. Selain uji indikator, pengujian reliabilitas pada ketiga variabel penelitian menghasilkan nilai Cronbach alpha yang lebih besar dari 0.60. Dan dapat disimpulkan ketiga variabel dinyatakan reliabel.

Hasil Analisis Regresi Liner Berganda

Analisis digunakan untuk mengetahui pola perubahan pada Perilaku Konsumtif, yang merupakan variabel terikat yang akan dipengaruhi oleh Transaksi *Cashless* dan Minat Beli yang merupakan variabel bebas. Hasil analisisnya terdapat pada Tabel 1:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.511	1.119		.457	.649
	Transaksi <i>Cashless</i>	.390	.090	.368	4.348	.000
	Minat Beli	.586	.084	.591	6.983	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan nilai-nilai pada 1, diperoleh persamaan regresi linier berganda akan menjadi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0,511 + 0,390 X_1 + 0,586 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut, diperoleh persamaan garis regresi yang memberikan informasi bahwa :

- a. Konstanta a sebesar 0,511, artinya apabila Transaksi *Cashless*, dan Minat Beli bernilai 0 maka nilai Perilaku Konsumtif akan tetap sebesar 0,511.
- b. Konstanta b_1 sebesar 0,390, artinya apabila Transaksi *Cashless* mengalami peningkatan sebesar 1% maka nilai Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0,390 dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- c. Konstanta b_2 sebesar 0,586, artinya apabila Minat Beli mengalami peningkatan sebesar 1% maka nilai Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0,586 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Dari persamaan di atas maka dapat dijelaskan pola perubahan Perilaku Konsumtif yang yang dipengaruhi oleh Transaksi *Cashless* dan Minat Beli adalah positif. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah, dimana apabila

Transaksi *Cashless* dan Minat Beli ditingkatkan, maka akan diikuti oleh meningkatnya Perilaku Konsumtif Pada generasi milenial di Kota Denpasar, begitu sebaliknya.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi atau sumbangan antara Transaksi *Cashless* dan Minat Beli terhadap Perilaku Konsumtif yang dinyatakan dalam presentase. Dimana hasilnya dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square. Hasil analisisnya dapat dilihat dari Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Analisis Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.857	.853	1.90796
a. Predictors: (Constant), Minat Beli, Transaksi <i>Cashless</i>				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2 hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,853. Karena besarnya $R^2 = 0.853$, maka besarnya koefisien determinasi adalah $D=R^2 \times 100\% = 0.853 \times 100\% = 85,3\%$. Ini berarti besarnya kontribusi atau sumbangan Transaksi *Cashless* dan Minat Beli terhadap Perilaku Konsumtif adalah 85,3% sedangkan sisanya 14,7% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji F

Berikut ini hasil uji F yang dihasilkan pada model regresi dalam penelitian ini:

Tabel 3 Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1637.964	2	818.982	224.976	.000 ^b
	Residual	273.023	75	3.640		
	Total	1910.987	77			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Minat Beli, Transaksi <i>Cashless</i>						

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 3 diatas didapat nilai F hitung 224.976 dengan F sig. 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 maka Ho ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Transaksi Cashless dan Minat Beli secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Denpasar.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara Transaksi *Cashless* & Minat Beli terhadap Perilaku Konsumtif apakah signifikan atau diperoleh secara kebetulan. Hasil analisis uji t dapat disimak pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.511	1.119		.457	.649
	Transaksi <i>Cashless</i>	.390	.090	.368	4.348	.000
	Minat Beli	.586	.084	.591	6.983	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Sumber: Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan hasil tabel 4, besarnya nilai signifikansi variabel bebas dari Transaksi *Cashless* pada Uji t yaitu $< 0,05$ atau 0.000. Ini menunjukkan bahwa Ho ditolak & Ha diterima. Dan nilai signifikansi Minat Beli pada Uji t adalah $< 0,05$ atau 0.000 hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak & Ha diterima. Sehingga Transaksi *Cashless* dan Minat

Beli secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku Konsumtif pada Generasi Y (milenial) di Kota Denpasar.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini diperoleh berdasarkan rumusan masalah, analisis data dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis diperoleh 224,976 nilai F-hitung dan 3,12 lebih besar dari nilai F-tabel. Sehingga disimpulkan Transaksi *Cashless* & Minat Beli memberi pengaruh yang signifikan dan positif secara simultan pada Perilaku Konsumtif. ini memberikan arti semakin meningkat Transaksi *Cashless* dan Minat Beli secara bersama-sama maka akan meningkatkan Perilaku Konsumtif Pada Generasi Y (milenial) di Kota Denpasar.
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh 0,390 nilai koefisien regresi variable positif dari *Transaksi Cashless* dan 4,348 nilai t_1 -hitung lebih besar dari 1,665 dari nilai t-tabel. Sehingga disimpulkan Transaksi *Cashless* memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumtif.
3. Berdasarkan hasil Analisis diperoleh 0,586 nilai positif dari koefisien regresi variable Minat Beli dan 6,983 nilai t_1 -hitung yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,665. Dengan kesimpulan, Minat Beli memberikan dampak positif dan signifikan secara parsial pada Perilaku Konsumtif, dengan kata lain semakin meningkatnya Minat Beli pada Generasi Y (Milenial) yang ada di Kota Denpasar maka semakin meningkat juga Perilaku Konsumtifnya.

SARAN

Saran yang dapat disampaikan oleh penulis melalui hasil penelitian dan kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian adalah:

1. Bagi pengguna *Cashless E-Wallet* diharapkan agar lebih bijak dalam mengatur dan menggunakan metode pembayaran tersebut dalam bertransaksi sehingga kedepannya tidak menjadi masyarakat yang konsumtif.
2. Kepada generasi milenial diharapkan dapat lebih mengontrol diri dalam memenuhi gaya hidup dengan melakukan perencanaan dan membuat daftar kebutuhan prioritas sehingga dapat berbelanja sesuai dengan kebutuhan.
3. Dari hasil nilai koefisien determinasi, 85,3% Variabel Transaksi *Cashless* & Minat Beli berkontribusi besar terhadap Perilaku Konsumtif. Sedangkan 14,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor – faktor lain, sehingga dapat dikatakan.
4. Variabel bebas yang terdapat dalam penelitian ini belum dapat mencakup keseluruhan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi Perilaku Konsumtif pada kalangan generasi milenial di Provinsi Bali. Dari data tersebut diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menambah jumlah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. (2015). ampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 3(2), 1–21.
- Adhinegara, B. Y. (2019). *Dompot Digital dan Perilaku Konsumtif*. Jawa: JawaPos.com.
- Adhiyani, O. R. (2021). Analisa Pengaruh Iklan, Cashback, dan User Friendly Terhadap Impulse Buying Konsumen Dompot Elektronik ShoopePay di Surakarta. . *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 31–45.
- Bank Indonesia. (2018). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik*. Jakarta: www.bi.go.id.
- Dzulhaida, R., & Rifaldi Windya Giri, R. (2018). Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan layanan e-money di indonesia dengan menggunakan model modifikasi unified theory of acceptance and use technology 2. *Majalah Ilmiah*, UNIKOM, 15.
- Estetika, M. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsimtif. *Skripsi*.
- Ghozali Imam. (2018). *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program IBM SPSS 22* . Semarang: Undip.
- Giswandhani,M.,Hilmi,A.z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makasar. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , Vol.9 No.2.

- Irkham, A. (2020). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Electronic Wallet (E-Wallet) Di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi*, 64–69.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Mataharimall.com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 478–484.
- Merdeka. (2020). *ShopeePay Jadi Dompot Digital Paling Unggul di Indonesia*. Jakarta : Merdeka.com.
- Mujahidin & Astuti. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial,. *Jurnal Ilmiah*.