



Pengaruh Keuangan di Dompot dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Ilham Maulana^{1*}, Deri Apriadi²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ilhammaulanaboi098@gmail.com

Abstract. *The rapid advancement of digital technology has significantly influenced consumer financial behavior, particularly with the widespread adoption of digital wallets. This study aims to analyze the influence of physical wallet money and digital wallet balances on consumptive behavior among young adults. Using a quantitative research approach, data were obtained from 77 respondents through an online survey distributed via social media platforms. The research instrument employed a Likert scale ranging from 1 to 5 to measure three main variables: physical wallet money, digital wallet balance, and consumptive behavior. Data analysis included validity and reliability testing, followed by multiple linear regression using SPSS version 26. The results indicate that both independent variables—physical wallet money and digital wallet balances—have a positive and significant influence on consumptive behavior. However, the influence of digital wallet balances is more dominant than that of physical wallet money. The regression model produced an R-squared value of 0.615, indicating that 61.5% of the variation in consumptive behavior can be explained by the two variables. These findings highlight the psychological impact of the convenience of digital transactions on impulsive buying tendencies. Therefore, enhancing financial literacy is essential in today's digital economy. Further research is recommended to involve a broader population and consider additional financial technology variables to gain a more comprehensive understanding of digital consumption behavior.*

Keywords: *Consumptive Behavior; Digital Transactions; Digital Wallet; Financial Literacy; Physical Money.*

Abstrak. Kemajuan pesat teknologi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap perilaku keuangan konsumen, terutama dengan semakin meluasnya penggunaan dompet digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh uang dalam dompet fisik dan saldo dompet digital terhadap perilaku konsumtif di kalangan dewasa muda. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data diperoleh dari 77 responden melalui survei online yang disebarakan melalui media sosial. Instrumen penelitian berupa skala Likert 1–5 digunakan untuk mengukur tiga variabel utama, yaitu uang dalam dompet fisik, saldo dompet digital, dan perilaku konsumtif. Analisis data mencakup uji validitas dan reliabilitas, serta analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu uang fisik dan saldo dompet digital, berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, pengaruh saldo dompet digital lebih dominan dibandingkan uang fisik. Model regresi yang digunakan menghasilkan nilai R-squared sebesar 0,615, yang mengindikasikan bahwa 61,5% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini menunjukkan adanya dampak psikologis dari kemudahan transaksi digital terhadap peningkatan kecenderungan belanja impulsif. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi sangat penting di era digital saat ini. Penelitian lanjutan disarankan untuk mencakup populasi yang lebih luas serta mempertimbangkan variabel teknologi keuangan lainnya untuk pemahaman yang lebih mendalam.

Kata kunci: Dompet Digital; Literasi Keuangan; Perilaku Konsumtif; Transaksi Digital; Uang Fisik.

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi yang pesat telah memberikan pengaruh yang mendalam terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam hal transaksi keuangan. Salah satu perubahan paling signifikan adalah meningkatnya penggunaan dompet digital seperti OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay. Platform-platform ini menawarkan kemudahan, keamanan, serta insentif promosi yang membuatnya semakin digemari oleh konsumen dari kalangan milenial dan Generasi Z (Setiawan, 2020).

Dompot digital tidak hanya menyederhanakan proses transaksi, tetapi juga mengubah psikologi dalam pengeluaran. Menurut Suri dan Jack (2016), penggunaan uang dalam bentuk digital yang tidak berwujud dapat mengurangi "rasa sakit saat membayar", yang pada akhirnya menurunkan hambatan psikologis dalam membelanjakan uang. Selain itu, Mendoza-Tello et al. (2018) menekankan bahwa sistem pembayaran digital mendorong kecenderungan yang lebih tinggi terhadap perilaku konsumtif impulsif karena transaksi menjadi lebih lancar dan tidak terasa nyata.

Perilaku konsumtif, yang didefinisikan sebagai pembelian yang lebih didorong oleh keinginan emosional daripada kebutuhan rasional, semakin marak seiring dengan berkembangnya alat keuangan digital (Utami, 2018). Berbagai studi menunjukkan bahwa metode pembayaran memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumen, di mana bentuk pembayaran digital dikaitkan dengan impulsivitas yang lebih tinggi dan rendahnya kontrol diri dalam pengelolaan keuangan (Pham & Ho, 2015; Ramadhan & Arifin, 2020).

Meskipun minat terhadap topik ini semakin meningkat, penelitian yang ada umumnya hanya berfokus pada hubungan antara penggunaan dompet digital dengan perilaku pengeluaran, tanpa membandingkannya dengan penggunaan uang tunai tradisional. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman mengenai bagaimana keberadaan uang fisik dalam dompet dibandingkan dengan saldo dompet digital memengaruhi perilaku konsumtif.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji: (1) Pengaruh uang fisik dalam dompet terhadap perilaku konsumtif. (2) Pengaruh saldo dompet digital terhadap perilaku konsumtif.

Dengan mengeksplorasi hubungan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku keuangan di era digitalisasi.

2. KAJIAN TEORITIS

Keuangan di Dompot

Uang fisik dalam dompet merujuk pada uang tunai berwujud yang dibawa dan digunakan untuk transaksi sehari-hari. Sifat uang tunai yang berwujud menimbulkan resistensi psikologis terhadap pengeluaran, yang sering disebut sebagai "*pain of paying*" atau rasa sakit saat membayar (Prelec & Loewenstein, 1998). Konsumen cenderung lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang ketika menggunakan uang tunai karena mereka secara fisik merasakan tindakan melepaskan uang (Raghubir & Srivastava, 2008).

Pembayaran tunai menciptakan kesadaran yang lebih kuat terhadap pengurangan keuangan, yang diharapkan dapat menurunkan kecenderungan terhadap perilaku impulsif dan konsumtif dibandingkan dengan pembayaran non-tunai.

Keuangan di Dompot Digital

Saldo dompet digital merepresentasikan dana yang disimpan dalam platform elektronik yang memfasilitasi transaksi. Kemudahan dan sifat abstrak dari transaksi digital meminimalkan gesekan emosional, sehingga membuat konsumen lebih mudah membelanjakan uang (Soman, 2001). Selain itu, tawaran promosi yang menarik, cashback, dan poin reward dalam dompet digital semakin mendorong perilaku pembelian impulsif (Mendoza-Tello et al., 2018). Karena tidak adanya proses transaksi fisik, konsumen mungkin merasakan dampak pengeluaran yang lebih kecil, sehingga berpotensi meningkatkan kecenderungan konsumtif mereka.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif ditandai dengan kecenderungan membeli barang dan jasa berdasarkan keinginan daripada kebutuhan (Utami, 2018). Hal ini mencakup pembelian impulsif, kepuasan emosional, dan kecenderungan untuk mengutamakan kepuasan langsung dibandingkan dengan perencanaan keuangan jangka panjang. Mekanisme pembayaran, di samping faktor psikologis dan sosial lainnya, berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian menunjukkan bahwa pengguna pembayaran digital menunjukkan kecenderungan pembelian impulsif yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengguna uang tunai (Pham & Ho, 2015).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal untuk menganalisis pengaruh uang fisik dalam dompet dan saldo dompet digital terhadap perilaku konsumtif.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen muda yang aktif menggunakan dompet digital. Sampel yang digunakan berjumlah 77 responden, dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Telegram. Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur dengan skala Likert 1–5 yang mengukur tiga variabel utama, yaitu: (1)Uang Fisik dalam Dompot (X_1) – diukur melalui 5 pernyataan terkait kebiasaan membawa dan membelanjakan uang tunai. (2)Saldo Dompot Digital (X_2) – diukur melalui 5 pernyataan

terkait penggunaan dompet digital. (3) Perilaku Konsumtif (Y) – diukur melalui 5 pernyataan tentang kecenderungan pembelian impulsif dan emosional.

Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Seluruh item instrumen dinyatakan valid karena memiliki nilai korelasi signifikan ($p < 0,05$), dan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel $> 0,7$, menunjukkan konsistensi internal yang baik.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial dari X_1 dan X_2 terhadap Y. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Pengumpulan Data, Waktu, dan Lokasi Penelitian

Proses pengumpulan data dilakukan melalui survei daring menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Telegram. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2025, dengan responden berasal dari kalangan konsumen muda di wilayah perkotaan. Seluruh responden mengisi kuesioner secara mandiri (*self-reported*), dan dari 80 kuesioner yang dibagikan, 77 di antaranya dinyatakan lengkap dan layak dianalisis.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden menggambarkan profil dasar partisipan yang terlibat dalam penelitian ini. Mayoritas responden berusia antara 19 hingga 24 tahun, dengan rata-rata usia 21,5 tahun, terdiri atas mahasiswa dan profesional muda, baik laki-laki maupun perempuan.

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi *product-moment Pearson*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item dari masing-masing variabel memiliki nilai korelasi (r) $> 0,3$ dan nilai signifikansi (p) $< 0,05$, sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.

Variabel	Item	Korelasi (r)	Sig. (p)	Keterangan
Uang Fisik dalam Dompot	1–5	$> 0,3$	$< 0,05$	Valid
Saldo Dompot Digital	6–10	$> 0,3$	$< 0,05$	Valid
Perilaku Konsumtif	11–15	$> 0,3$	$< 0,05$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha. Seluruh variabel memperoleh nilai $\alpha > 0,7$ yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang tinggi.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.

Variabel	Cronbach's Alpha	Kategori
Uang Fisik dalam Dompot	0,794	Reliabel
Saldo Dompot Digital	0,812	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,841	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antara variabel independen (uang fisik dalam dompet dan saldo dompet digital) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif).

Persamaan regresi diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 5,218 + 0,321X_1 + 0,547X_2$$

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Regresi.

Variabel	Koefisien (B)	t-hitung	Sig. (p)	Keputusan
Uang Fisik dalam Dompot (X_1)	0,321	2,745	0,008	Signifikan
Saldo Dompot Digital (X_2)	0,547	5,298	0,000	Sangat Signifikan

Tabel 4. Ringkasan Model Regresi.

Nilai Statistik	Hasil
R-squared (R^2)	0,615
Adjusted R^2	0,605

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2025

Interpretasi dari hasil analisis menunjukkan bahwa baik uang fisik dalam dompet (X_1) maupun saldo dompet digital (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Saldo dompet digital memberikan pengaruh yang lebih besar, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien dan t-statistik yang lebih tinggi.

Pembahasan

Keterkaitan Hasil dengan Teori

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *pain of paying* dari Prelec & Loewenstein (1998), yang menyatakan bahwa pembayaran menggunakan uang fisik memberikan resistensi psikologis yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode pembayaran digital. Selain itu, hasil ini juga mendukung pendapat Soman (2001) dan Mendoza-Tello et al. (2018) yang

menunjukkan bahwa kemudahan dan sifat abstrak dari dompet digital mendorong perilaku konsumtif yang lebih tinggi.

Kesesuaian dengan Penelitian Terdahulu

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Pham & Ho (2015) dan Shah (2020), yang mengungkap bahwa pengguna dompet digital cenderung menunjukkan perilaku impulsif karena rendahnya hambatan emosional dalam membelanjakan uang secara digital. Penelitian ini memperkuat urgensi peningkatan literasi keuangan digital untuk membantu konsumen muda mengatur pengeluarannya secara lebih bijak.

Implikasi Teoretis dan Terapan

Secara teoretis, hasil ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang hubungan antara metode pembayaran dan perilaku konsumtif. Secara terapan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan program edukasi keuangan digital di kalangan generasi muda, serta pertimbangan bagi perusahaan *fintech* untuk mengembangkan fitur-fitur yang lebih memperhatikan kontrol pengeluaran pengguna.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh uang fisik dalam dompet dan saldo dompet digital terhadap perilaku konsumtif di kalangan konsumen muda, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Saldo dompet digital terbukti memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan uang fisik dalam dompet, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi dan tingkat signifikansinya. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan sifat abstrak dari transaksi digital cenderung menurunkan resistensi psikologis dalam pengeluaran, sehingga mendorong perilaku belanja yang lebih impulsif. Sementara itu, uang fisik dalam dompet tetap memberikan kontrol yang lebih besar terhadap pengeluaran, meskipun juga berkontribusi terhadap perilaku konsumtif. Model penelitian ini menjelaskan sebesar 61,5% variasi dalam perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa ketersediaan dana, baik secara fisik maupun digital, memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan agar upaya peningkatan literasi keuangan digital di kalangan generasi muda lebih diperkuat, agar mereka dapat lebih bijak dalam menggunakan fasilitas dompet digital yang tersedia. Selain itu, pengguna dompet digital juga perlu diberi edukasi mengenai pengendalian diri dalam bertransaksi agar tidak terjebak dalam konsumsi berlebihan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah dan karakteristik responden yang terbatas pada wilayah urban serta penggunaan pendekatan kuesioner mandiri

(*self-reported*). Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan demografi, serta menambahkan variabel eksternal lain seperti pengaruh teman sebaya, status ekonomi, atau paparan iklan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku konsumtif di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Alalwan, A. A., Al-Debei, M. M., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2017). Consumer adoption of mobile banking in Jordan: The role of security, trust, and privacy. *Journal of Financial Services Marketing*, 22(2), 45–55. <https://doi.org/10.1057/s41264-017-0022-0>
- Ananda, M. A. (2024). Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA*, 10(1), 34–42. <https://jurnal.stkippgritrenggalek.ac.id/index.php/dewantara/article/view/639>
- Fathoni, M. S. (2024). *Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/66998/>
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Lee, M. C. (2010). Explaining and predicting users' continuance intention toward e-learning: An extension of the expectation-confirmation model. *Computers & Education*, 54(2), 506–516. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.004>
- Liébana-Cabanillas, F., Rejón-Guardia, F., & Muñoz-Leiva, F. (2017). The determinants of mobile payment adoption: A cross-cultural comparison. *International Journal of Information Management*, 37(3), 239–250. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.11.007>
- Mendoza-Tello, J. C., Mora, H., Pujol-López, F. A., & Lytras, M. D. (2018). Mobile payment systems and consumer behavior: A literature review. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), 71–90. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762018000200107>
- Pham, T. H., & Ho, J. (2015). The effects of mobile payment on consumers' purchasing behavior: A study of Chinese consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1), 50–59. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n1p50>
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The red and the black: Mental accounting of savings and debt. *Marketing Science*, 17(1), 4–28. <https://doi.org/10.1287/mksc.17.1.4>
- Raghubir, P., & Srivastava, J. (2008). Monopoly money: The effect of payment coupling and form on spending behavior. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 14(3), 213–225. <https://doi.org/10.1037/1076-898X.14.3.213>

- Shah, A. M. (2020). Mobile wallet adoption in the context of the Covid-19 pandemic: An extended UTAUT2 model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102418. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102418>
- Soman, D. (2001). Effects of payment mechanism on spending behavior: The role of rehearsal and immediacy of payments. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 460–474. <https://doi.org/10.1086/319621>
- Suri, T., & Jack, W. (2016). The long-run poverty and gender impacts of mobile money. *Science*, 354(6317), 1288–1292. <https://doi.org/10.1126/science.aah5309>
- Xu, H., Teo, H. H., Tan, B. C., & Agarwal, R. (2010). The role of push-pull technology in privacy calculus: The case of location-based services. *Journal of Management Information Systems*, 26(3), 135–174. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222260305>
- Zhang, X., & Wang, T. (2016). Mobile payment adoption in China: An examination of the role of trust, social influence, and perceived ease of use. *Information & Management*, 53(8), 1101–1111. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.06.003>