


Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Medan di Era Digital

Suci Ramadhani¹, Anisa Putri Rahayu², Dian Fitriani³, Adhel Whise Naibaho⁴, Roza Thohiri⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Medan

E-mail: suciiramadhani3009@gmail.com

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.891>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 15 May 2025

Revised: 20 May 2025

Accepted: 27 May 2025

Kata kunci

e-wallet, konsumsi digital, remaja perkotaan, perilaku ekonomi, literasi keuangan

Keywords

e-wallet, digital consumption, urban youth, economic behavior, financial literacy



ABSTRACT

Kemajuan teknologi digital telah membawa transformasi besar dalam sistem pembayaran global, termasuk di Indonesia, dengan meningkatnya adopsi e-wallet sebagai sarana transaksi non-tunai. Perkembangan ini menimbulkan kekhawatiran akan pergeseran pola konsumsi, terutama di kalangan remaja yang tinggal di wilayah perkotaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana penggunaan e-wallet memengaruhi perilaku konsumtif remaja di Kota Medan. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 155 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis dengan metode statistik deskriptif untuk mengidentifikasi tren penggunaan e-wallet dan dampaknya terhadap kebiasaan konsumsi. Hasil analisis menunjukkan bahwa 98,7% dari responden secara aktif menggunakan e-wallet, dengan DANA sebagai aplikasi yang paling dominan digunakan. Sebanyak 87,1% responden mengakui bahwa penggunaan e-wallet mempermudah mereka dalam melakukan pengeluaran, sementara 79,9% menyatakan sering melakukan pembelian tanpa disadari, yang mencerminkan kecenderungan terhadap perilaku konsumtif. Walaupun sebagian responden tidak merasakan perubahan yang drastis dalam pengeluaran, terdapat kelompok yang mengaku menjadi lebih boros sejak menggunakan e-wallet. Temuan ini menegaskan peran e-wallet dalam membentuk perilaku ekonomi digital remaja dan mendukung teori Utilitas serta Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), yang menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kemudahan dan kendali diri memengaruhi keputusan konsumsi. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam memahami perilaku konsumen di era digital, serta menekankan pentingnya intervensi melalui program literasi keuangan agar penggunaan e-wallet dapat dilakukan secara lebih bijak dan bertanggung jawab.

The advancement of digital technology has brought about a major transformation in the global payment system, including in Indonesia, with the increasing adoption of e-wallets as a means of non-cash transactions. This development raises concerns about shifts in consumption patterns, especially among adolescents living in urban areas. This study aims to evaluate the extent to which e-wallet usage influences the consumer behavior of adolescents in Medan City. Using a quantitative descriptive approach, data were obtained through the distribution of online questionnaires to 155 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using descriptive statistical methods to identify trends in e-wallet usage and their impact on consumption habits. The results of the analysis showed that 98.7% of respondents actively use e-wallets, with DANA as the most dominant application used. As many as 87.1% of respondents admitted that using e-wallets made it easier for them to make expenses, while 79.9% stated that they often made purchases without realizing it, reflecting a tendency towards consumer behavior. Although some respondents did not feel a drastic change in spending, there was a group who admitted to being more wasteful since using e-wallets. This finding confirms the role of e-wallets in shaping adolescents' digital economic behavior and supports the Utility theory and the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), which explain how perceptions of convenience and self-control influence consumption decisions. This study provides a theoretical contribution to understanding consumer behavior in the

digital era, and emphasizes the importance of intervention through financial literacy programs so that e-wallet use can be carried out more wisely and responsibly.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Suci Ramadhani, et al (2025). Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Medan di Era Digital 3(4). 2318-2328 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.891>

PENDAHULUAN

Dalam satu dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah merevolusi berbagai aspek kehidupan masyarakat global, termasuk di Indonesia. Salah satu dampak paling nyata adalah transformasi dalam sistem pembayaran yang bergeser dari metode konvensional menuju sistem pembayaran digital. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan integrasi dengan berbagai layanan digital menjadikan e-wallet (dompet digital) sebagai salah satu inovasi keuangan yang paling menonjol. Bank Indonesia mencatat bahwa pada akhir tahun 2023, volume transaksi e-wallet telah melampaui 1 miliar transaksi, menunjukkan tingginya adopsi dan preferensi masyarakat terhadap sistem pembayaran non-tunai (Widiatami et al., 2023).

Perkembangan tersebut tidak hanya mempermudah aktivitas ekonomi, tetapi juga mengubah pola konsumsi masyarakat secara fundamental. Digitalisasi sistem pembayaran memberikan akses yang lebih mudah terhadap berbagai produk dan layanan, sekaligus menciptakan kecenderungan perilaku konsumtif yang baru. Penggunaan e-wallet memungkinkan pengguna melakukan pembelian impulsif tanpa hambatan fisik maupun psikologis seperti halnya pembayaran tunai. Dalam konteks ini, e-wallet tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga berperan dalam membentuk perilaku ekonomi individu (Deborah et al., 2022; Widiatami et al., 2023).

Kota Medan, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan budaya di Indonesia, merupakan contoh nyata dari percepatan adopsi teknologi digital. Akses internet yang semakin luas, menjamurnya startup digital, serta gaya hidup masyarakat urban yang mengedepankan efisiensi turut mendorong peningkatan penggunaan e-wallet di kota ini (Asnawi, 2022). Karakteristik masyarakat perkotaan yang dinamis dan heterogen menjadikan Medan sebagai lokasi yang tepat untuk mengeksplorasi lebih dalam dampak digitalisasi keuangan terhadap pola konsumsi masyarakat secara kontekstual dan terukur.

Walaupun sejumlah penelitian telah mengulas hubungan antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif, sebagian besar studi tersebut masih terbatas pada kelompok tertentu, seperti mahasiswa atau generasi milenial (Widiatami et al., 2023; Amanah & Harahap, 2024). Padahal, untuk memahami pengaruh e-wallet secara menyeluruh, dibutuhkan kajian yang mencakup kelompok masyarakat yang lebih luas. Kekosongan literatur inilah yang menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini, khususnya dengan pendekatan kuantitatif agar menghasilkan data yang lebih objektif dan generalisabel untuk masyarakat perkotaan di Kota Medan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Medan di era digital. Fokus utama terletak pada sejauh mana e-wallet mendorong perilaku konsumtif dan bagaimana fenomena tersebut terjadi di tengah dinamika sosial ekonomi kota. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen di era digital, serta menjadi dasar bagi pemerintah daerah, penyedia layanan e-wallet, dan pelaku usaha dalam merancang strategi literasi keuangan digital dan kebijakan pemasaran yang adaptif terhadap perubahan perilaku konsumsi masyarakat (Purnomo et al., 2024; Abdulloh, 2023).

METODE

Pendekatan dan Jenis Riset

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif terkait perilaku dan pandangan masyarakat, khususnya kalangan remaja di Kota Medan, dalam penggunaan layanan dompet digital (e-wallet). Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menyajikan data dalam bentuk numerik yang objektif dan dapat diukur secara

sistematis. Dengan demikian, karakteristik responden serta pola konsumsi yang terkait dengan penggunaan e-wallet dapat diuraikan secara rinci dan terstruktur.

Jenis penelitian deskriptif dipilih karena fokus utamanya bukan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk mendeskripsikan realitas yang ada di lapangan berdasarkan fakta dan data aktual dari responden. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kecenderungan masyarakat, terutama kalangan remaja, dalam menggunakan layanan dompet digital. Aspek-aspek yang dikaji mencakup frekuensi penggunaan, jenis e-wallet yang paling sering digunakan, serta pandangan responden mengenai kenyamanan, kemudahan transaksi, dan dampaknya terhadap perilaku konsumsi. Melalui pendekatan ini, data yang diperoleh dianalisis tanpa adanya intervensi atau perlakuan khusus terhadap variabel yang diteliti.

Lokasi Penelitian dan Karakteristik Subjek

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Medan, salah satu kota besar di Indonesia dengan tingkat penetrasi teknologi digital yang cukup tinggi. Kota ini dipilih karena masyarakatnya, terutama generasi mudanya, sangat terbuka terhadap perkembangan teknologi, termasuk layanan keuangan digital seperti e-wallet. Selain itu, Medan merupakan pusat kegiatan ekonomi dan pendidikan, sehingga dianggap layak mewakili perilaku digital remaja di kawasan perkotaan.

Adapun subjek penelitian adalah remaja yang berdomisili di Kota Medan, yang mencakup pelajar dan mahasiswa. Mereka termasuk dalam kategori usia produktif dan dikenal sebagai generasi yang adaptif terhadap inovasi teknologi. Pemilihan subjek ini didasarkan pada kenyataan bahwa remaja memiliki kecenderungan tinggi dalam menggunakan aplikasi digital, khususnya untuk kegiatan konsumtif seperti memesan makanan, menggunakan transportasi online, maupun berbelanja melalui platform daring. Remaja juga sering menjadi sasaran promosi dari penyedia e-wallet, sehingga perilaku konsumsi mereka relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks ini.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner daring yang dibuat melalui platform Google Form. Metode ini dinilai efisien dalam menjangkau responden dalam jumlah besar, terutama di era digital. Kuesioner tersebut terdiri dari pertanyaan tertutup, di mana responden diminta memilih jawaban dari opsi yang telah tersedia, agar memudahkan proses analisis kuantitatif.

Distribusi kuesioner dilakukan melalui berbagai saluran media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Telegram, yang merupakan platform umum bagi remaja untuk berinteraksi. Responden diberikan kebebasan untuk mengisi kuesioner secara sukarela. Dengan strategi ini, partisipasi yang diperoleh berasal dari individu yang benar-benar memiliki pengalaman menggunakan e-wallet dan bersedia memberikan informasi berdasarkan pengalaman pribadi mereka. Teknik ini juga memungkinkan pengumpulan data dalam waktu singkat serta menjangkau responden yang tersebar di berbagai area dalam Kota Medan.

Populasi dan Teknik Sampel

Populasi penelitian mencakup remaja pengguna e-wallet yang tinggal di Kota Medan. Mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya, penelitian ini tidak menggunakan metode pengambilan sampel secara acak (random sampling), melainkan menggunakan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Artinya, responden dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu.

Kriteria responden yang ditetapkan meliputi:

1. Berdomisili di Kota Medan,
2. Berusia antara di bawah 17 tahun hingga di atas 30 tahun,
3. Memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam menggunakan dompet digital,
4. Bersedia mengisi kuesioner secara sukarela.

Dengan teknik ini, peneliti memastikan bahwa responden yang terlibat benar-benar relevan dengan fokus penelitian. Total sebanyak 155 responden berhasil dikumpulkan melalui kuesioner daring. Jumlah ini dianggap memadai untuk memberikan gambaran representatif terkait fenomena penggunaan e-wallet di kalangan remaja Kota Medan dalam konteks penelitian deskriptif.

Strategi Analisis Data

Setelah data berhasil dikumpulkan, langkah berikutnya adalah melakukan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis ini dilakukan dengan cara menghitung frekuensi dan persentase dari setiap jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner. Hasil analisis tersebut ditampilkan

dalam bentuk tabel, yang kemudian disertai penjelasan naratif agar pembaca dapat memahami informasi dengan lebih mudah.

Teknik analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola umum dari data yang diperoleh, seperti frekuensi penggunaan e-wallet oleh remaja, motivasi utama dalam menggunakannya, serta dampak penggunaan dompet digital terhadap pola konsumsi mereka. Analisis ini tidak bertujuan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel, melainkan lebih berfokus pada penggambaran situasi aktual berdasarkan data yang ada.

Jenis Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, digunakan dua jenis skala pengukuran, yaitu skala nominal dan skala ordinal, yang disesuaikan dengan jenis informasi yang hendak dikumpulkan melalui kuesioner.

1. Skala Nominal digunakan untuk mengklasifikasikan data ke dalam kategori tanpa mempertimbangkan urutan atau tingkatan. Contohnya adalah data mengenai jenis kelamin, domisili, serta jenis e-wallet yang digunakan. Skala ini dianalisis dengan menghitung frekuensi tiap kategori.
2. Skala Ordinal digunakan untuk mengukur data berdasarkan urutan atau tingkatan, meskipun tidak mencerminkan jarak antar kategori secara pasti. Contohnya termasuk tingkat persetujuan terhadap suatu pernyataan, seperti “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju.” Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi dan sikap responden terhadap penggunaan e-wallet.

Penggunaan kedua skala ini membantu peneliti menyajikan data secara tepat sesuai dengan jenis informasi yang diperoleh, sehingga hasil analisis menjadi lebih akurat dan bermakna.

Tabel 1. Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran

Variabel Penelitian	Indikator / Pertanyaan	Skala
Penggunaan e-wallet	Status penggunaan (Ya / Tidak)	Nominal
	Jenis e-wallet (DANA, ShopeePay, GoPay, OVO, dll.)	Nominal
	Frekuensi penggunaan (harian, mingguan, tidak menentu)	Ordinal
	Tujuan penggunaan (belanja online, makanan, transportasi, dll.)	Nominal
Dampak penggunaan	Kemudahan membelanjakan uang (Ya, Tidak, Tidak yakin)	Ordinal
	Pengaruh promo & cashback (sangat berpengaruh - tidak terpengaruh)	Ordinal
	Pengeluaran harian (<Rp25.000 - >Rp100.000)	Ordinal
	Perubahan pengeluaran (hemat, boros, sama saja)	Ordinal
	Ketidaksadaran pengeluaran (sering, kadang, tidak pernah)	Ordinal
	Penilaian manfaat vs risiko (manfaat lebih besar, risiko lebih besar, seimbang)	Ordinal

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 155 responden dengan berbeda latar belakang, baik dari segi status, usia, maupun kebiasaan penggunaan e-wallet. Dari segi status, mayoritas responden merupakan mahasiswa, yaitu sebanyak 105 orang. Sisanya terdiri dari 23 pelajar, 17 pekerja, 8 orang tua, dan 2 orang yang sedang tidak bekerja atau menganggur. Hal ini menunjukkan bahwa e-wallet paling banyak digunakan di kalangan mahasiswa, yang notabene aktif dalam aktivitas digital, namun penggunaannya juga mulai merambah ke kelompok usia produktif hingga orang tua. Dari sisi usia, responden terbanyak berada pada rentang 17 hingga 20 tahun, yaitu sebanyak 112 orang. Rentang usia ini termasuk dalam kategori remaja akhir hingga dewasa muda yang umumnya sudah terbiasa dengan teknologi digital. Berikut disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Data Rentang Usia Responden

Rentang Usia	Jumlah
≤ 17 tahun	13 orang
17 – 20 tahun	112 orang
21 – 25 tahun	17 orang
26 – 30 tahun	4 orang

≥ 30 tahun	9 orang
------------	---------

Distribusi ini menggambarkan bahwa generasi muda merupakan pengguna e-wallet paling dominan, baik dari segi kebutuhan, kepraktisan, maupun kemudahan dalam mengakses layanan digital.

Terkait penggunaan e-wallet secara umum, sebanyak 148 dari 155 responden menyatakan bahwa mereka menggunakan e-wallet dalam kegiatan sehari-hari, seperti untuk berbelanja, membayar makanan, dan keperluan digital lainnya. Sementara itu, terdapat 7 responden yang mengaku tidak menggunakan e-wallet secara aktif. Namun, setelah dilakukan analisis lanjutan terhadap jawaban mereka pada bagian pertanyaan berikutnya, diketahui bahwa hanya 2 orang yang benar-benar tidak pernah menggunakan e-wallet sama sekali, dan lebih memilih uang tunai sebagai alat transaksi utama. Artinya, 153 dari 155 responden (sekitar 98,7%) setidaknya pernah atau sedang aktif menggunakan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan untuk jenis-jenis e-wallet yang sering digunakan, sebagian besar responden memilih DANA sebagai platform utama, disusul oleh ShopeePay dan GoPay. Beberapa lainnya menggunakan OVO, M-Banking, dan sebagian kecil memilih LinkAja atau tetap menyertakan tunai sebagai metode transaksi, meskipun bukan pilihan utama. Preferensi ini mencerminkan bahwa masyarakat cenderung memilih platform yang mudah digunakan, memiliki banyak promo, serta terintegrasi dengan kebutuhan mereka, seperti belanja online dan pembayaran makanan.

Statistik Deskriptif

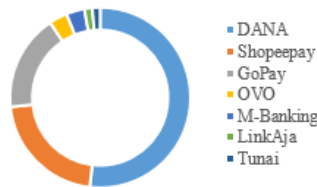


Diagram 1. Persentase Jenis E-wallet yang Digunakan

Karena setiap orang bisa menggunakan lebih dari satu jenis e-wallet, maka total dari semua pilihan bisa lebih dari 155 dari total jumlah responden. Dengan hitungan persentase sebagai berikut:

Tabel 2. Persentase Penggunaan Jenis E-wallet

Jenis E-wallet	Jumlah Pengguna	Persentase (%)
DANA	111	71,61%
Shopeepay	46	29,68%
GoPay	37	23,87%
OVO	7	4,52%
M-Banking	7	4,52%
LinkAja	3	1,94%
Tunai	3	1,94%

Data menunjukkan bahwa DANA merupakan e-wallet yang paling dominan digunakan, dengan 111 dari 155 responden (sekitar 71,61%) memilihnya sebagai salah satu alat transaksi mereka. Hal ini bisa jadi karena fitur-fitur yang lengkap, promosi yang menarik, dan kemudahan integrasi dengan platform belanja online. Selanjutnya, ShopeePay dan GoPay juga digunakan cukup luas, masing-masing oleh 29,68% dan 23,87% responden, yang umumnya terhubung dengan aplikasi belanja atau layanan transportasi. Sementara itu, e-wallet lain seperti OVO, M-Banking, dan LinkAja hanya digunakan oleh sebagian kecil responden. Ini menunjukkan bahwa dominasi penggunaan masih dimiliki oleh tiga besar tadi. Pilihan Tunai masih masuk di sini karena sebagian responden menyebutkan masih menggunakannya meskipun bukan e-wallet murni.

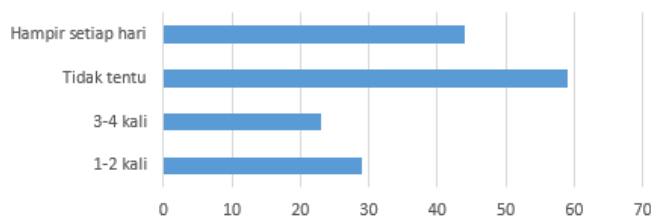


Diagram 2. Frekuensi Penggunaan E-wallet

Tabel 3. Frekuensi Penggunaan E-wallet

Frekuensi Penggunaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Setiap hari	44	28,39%
3-4 kali seminggu	23	14,84%
1-2 kali seminggu	29	18,71%
Tidak tentu	59	38,06%

Berdasarkan data, sebagian besar responden menggunakan e-wallet secara tidak menentu, yaitu sebanyak 59 orang (38,06%). Hal ini bisa disebabkan oleh kebutuhan yang fluktuatif, seperti hanya mengisi saldo saat ada keperluan mendesak atau promo tertentu. Sementara itu, sebanyak 44 orang (28,39%) menggunakan e-wallet setiap hari, menunjukkan adanya ketergantungan atau kebiasaan dalam transaksi digital harian seperti membeli makanan, membayar transportasi, atau belanja kecil. Pengguna yang memakai e-wallet dengan frekuensi mingguan terbagi antara 1–2 kali dan 3–4 kali seminggu, menunjukkan pola penggunaan menengah. Ini bisa berkaitan dengan gaya hidup yang tidak sepenuhnya cashless namun tetap mengikuti tren digitalisasi transaksi.

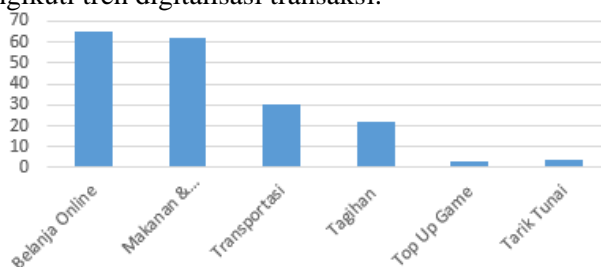


Diagram 3. Tujuan Penggunaan E-wallet

Tabel 4. Persentase Penggunaan E-wallet

Tujuan Penggunaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Belanja online	65	41,94%
Makanan & minuman	62	40%
Transportasi	30	19,35%
Tagihan	22	14,19%
Top up game	3	1,94%
Tarik tunai	4	2,58%

Totalnya lebih dari 155 karena satu responden dapat memilih lebih dari satu tujuan penggunaan. Hasil menunjukkan bahwa belanja online (41,94%) dan makanan & minuman (40%) menjadi dua alasan utama penggunaan e-wallet. Hal ini mencerminkan pergeseran gaya hidup masyarakat ke arah digital, terutama dalam kebutuhan konsumsi sehari-hari. Banyak di kalangan mahasiswa, mereka menggunakan e-wallet sebagai alat pembayaran untuk bertransaksi dalam pembelian makanan atau minuman bahkan di e-commerce saat memesan sesuatu sesuai kebutuhannya. Penggunaan untuk transportasi (19,35%) juga cukup signifikan, menunjukkan integrasi layanan e-wallet dengan aplikasi ojek online dan layanan umum lainnya. Sementara itu, pembayaran tagihan juga menjadi salah satu fungsi penting, digunakan oleh 14,19% responden. Namun untuk fitur lain seperti top up game (1,94%) dan tarik tunai (2,58%), masih sangat terbatas penggunaannya—kemungkinan besar karena fitur ini bersifat lebih spesifik dan tidak semua e-wallet menyediakannya.

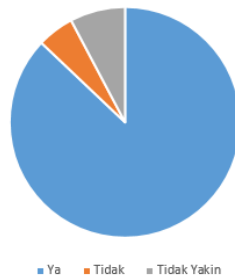


Diagram 4. Kemudahan Mengeluarkan Uang dibanding Tunai

Mayoritas responden, yaitu 135 dari 155 orang (87,10%), merasa bahwa penggunaan e-wallet membuat mereka lebih mudah mengeluarkan uang dibandingkan dengan transaksi tunai. Hal ini bisa disebabkan oleh proses transaksi yang cepat, tidak perlu membawa uang fisik, dan sering kali hanya perlu satu kali klik saja untuk membayar. Namun, masih ada sebagian kecil (5,16%) yang merasa tidak demikian, serta 7,74% responden menyatakan tidak yakin, kemungkinan karena mereka belum benar-benar membandingkan secara sadar atau merasa tergantung pada konteks situasi tertentu.

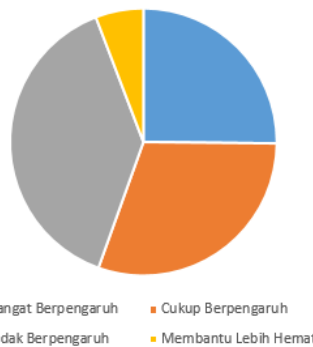


Diagram 5. Pengaruh Promo dan Cashback

Data menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak terlalu terpengaruh oleh promo atau cashback yang ditawarkan oleh e-wallet, dengan 60 dari 155 responden (38,71%) menyatakan tidak terpengaruh. Meskipun demikian, sekitar 55,48% responden (gabungan dari yang menjawab “sangat berpengaruh” dan “cukup berpengaruh”) mengakui bahwa promo dan cashback tetap memberikan dampak terhadap keputusan mereka dalam menggunakan e-wallet. Ini menunjukkan bahwa strategi promosi digital masih memiliki efektivitas dalam menarik pengguna, terutama dalam konteks belanja online atau pembelian harian. Sementara itu, sebagian kecil responden (5,81%) merasa bahwa promo membantu mereka lebih hemat, yang menandakan bahwa ada juga kelompok yang justru menggunakan promo secara strategis untuk mengatur keuangan.

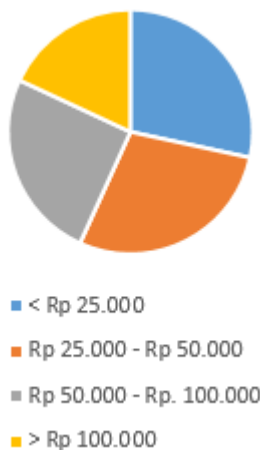


Diagram 6. Pengeluaran Harian Saat Menggunakan E-wallet

Tabel 5. Persentase Pengeluaran Harian Saat Menggunakan E-wallet

Kategori Pengeluaran	Jumlah Responden	Persentase (%)
----------------------	------------------	----------------

≤ Rp 25.000	44	28,39%
Rp 25.000 – Rp 50.000	44	28,39%
Rp 50.000 – Rp 100.000	39	25,16%
≥ Rp 100.000	28	18,06%

Data menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengeluaran harian yang cukup rendah hingga sedang saat menggunakan e-wallet. Kategori pengeluaran ≤ Rp 25.000 dan Rp 25.000 – Rp 50.000 masing-masing mencakup 28,39% responden, menandakan bahwa penggunaan e-wallet umumnya digunakan untuk kebutuhan ringan sehari-hari seperti makanan, transportasi, atau belanja kecil. Namun, ada juga 25,16% responden yang mengeluarkan antara Rp 50.000 – Rp 100.000, serta 18,06% yang bahkan bisa menghabiskan lebih dari Rp 100.000 per hari. Hal ini menunjukkan bahwa e-wallet juga dipakai untuk transaksi yang lebih besar oleh sebagian pengguna, misalnya untuk membayar tagihan atau belanja bulanan. Penggunaan yang praktis dan cepat bisa mendorong konsumen untuk melakukan lebih banyak transaksi tanpa merasa repot.



Diagram 7. Perubahan Pengeluaran Setelah Menggunakan E-wallet

Tabel 6. Persentase Perubahan Pengeluaran Setelah Menggunakan E-wallet

Perubahan Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
Hemat	35	22,58%
Boros	32	20,65%
Sama saja	88	56,77%

Berdasarkan data, mayoritas responden (56,77%) merasa bahwa tidak ada perubahan yang signifikan pada pengeluaran mereka setelah menggunakan e-wallet. Hal ini bisa menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna sudah cukup bijak dalam mengatur transaksi digitalnya, atau memang pola konsumsi mereka tidak terlalu berubah. Namun, ada 22,58% responden yang merasa lebih hemat setelah menggunakan e-wallet. Kemungkinan, mereka terbantu oleh fitur-fitur pencatatan transaksi, promo tertentu, atau kemudahan membandingkan harga secara online. Sebaliknya, 20,65% responden mengaku menjadi lebih boros. Hal ini mungkin disebabkan oleh kemudahan bertransaksi yang membuat mereka kurang sadar akan pengeluaran, apalagi jika tidak ada “rasa kehilangan” seperti saat menggunakan uang tunai. Ini sejalan dengan fenomena cashless yang bisa mendorong perilaku konsumtif jika tidak dikontrol.

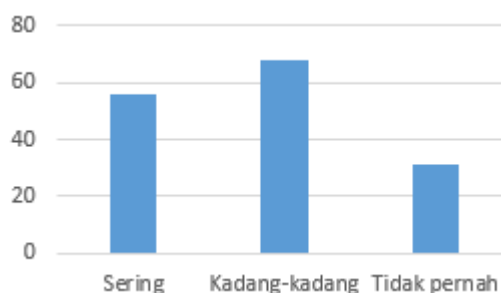


Diagram 8. Kesadaran Terhadap Pengeluaran Saat Menggunakan E-wallet

Tabel 7. Tingkat Kesadaran Pengeluaran Saat Menggunakan E-wallet

Frekuensi Tidak Sadar Uang Habis	Jumlah Responden	Persentase (%)
Sering	56	36,13%
Kadang-kadang	68	43,87%

Tidak pernah	31	20%
--------------	----	-----

Sebanyak 43,87% responden mengaku kadang-kadang tidak sadar uangnya sudah habis saat menggunakan e-wallet, dan 36,13% bahkan menyatakan sering mengalaminya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna (sekitar 80%) cenderung mengalami “blind spending” atau pengeluaran tanpa sadar ketika menggunakan e-wallet. Fenomena ini bisa terjadi karena sifat transaksi digital yang cepat dan minim hambatan emosional seperti saat menyerahkan uang fisik. Apalagi, banyak aplikasi e-wallet tidak memberikan notifikasi pengeluaran secara real-time secara rinci, sehingga pengguna kurang menyadari saldo yang semakin menipis. Hanya 20% responden yang mengaku tidak pernah mengalami hal ini, yang berarti masih cukup sedikit pengguna yang betul-betul punya kontrol dan kesadaran tinggi dalam penggunaan e-wallet mereka.

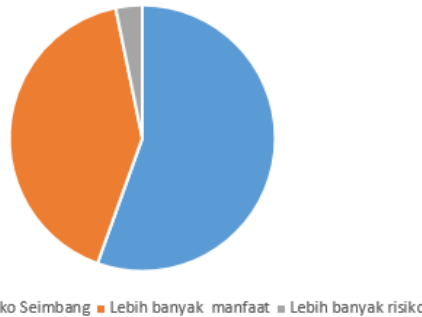


Diagram 9. Penilaian Responden terhadap Manfaat dan Risiko E-wallet

Tabel 8. Penilaian Manfaat vs Risiko Penggunaan E-wallet

Penilaian	Jumlah Responden	Persentase (%)
Manfaat dan risiko seimbang	86	55,48%
Lebih banyak manfaat	64	41,29%
Lebih banyak risiko	5	3,23%

Sebagian besar responden (55,48%) menilai bahwa penggunaan e-wallet memiliki manfaat dan risiko yang seimbang. Ini menunjukkan bahwa para pengguna menyadari adanya keuntungan seperti kemudahan transaksi dan promo menarik, namun juga menyadari potensi risiko seperti pengeluaran berlebih atau keamanan data. Sementara itu, 41,29% responden merasa bahwa manfaat yang diberikan e-wallet lebih dominan daripada risikonya. Ini bisa berarti bahwa efisiensi, kenyamanan, dan fitur-fitur modern dari e-wallet berhasil memenuhi kebutuhan mereka dengan baik. Hanya 3,23% responden yang merasa e-wallet lebih banyak risikonya. Meski jumlahnya kecil, ini menunjukkan masih ada kekhawatiran terhadap penggunaan e-wallet, kemungkinan terkait keamanan transaksi, kontrol keuangan, atau kebocoran data pribadi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil survei terhadap 155 responden di Kota Medan, diketahui bahwa penggunaan e-wallet telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda. Mayoritas responden merupakan mahasiswa dengan rentang usia 17–20 tahun, yang notabene termasuk dalam generasi Z atau generasi digital native. Mereka dikenal sebagai kelompok yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan cenderung mengadopsi digital payment karena kepraktisan dan kecepatannya.

Sebanyak 153 dari 155 responden menyatakan pernah atau masih aktif menggunakan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari. DANA menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan (111 responden), disusul oleh ShopeePay (46), GoPay (37), OVO dan M-Banking (masing-masing 7), serta LinkAja dan Tunai (masing-masing 3). Data ini menguatkan temuan dari Nadhilah, Jatikusumo, dan Permana (2021) bahwa efektivitas penggunaan e-wallet sangat dipengaruhi oleh promosi dan fitur menarik yang ditawarkan, serta kenyamanan penggunaannya. Frekuensi penggunaan e-wallet juga menunjukkan tren penggunaan yang cukup intens. Sebanyak 44 responden mengaku menggunakan e-wallet setiap hari, 23 orang menggunakan 3–4 kali seminggu, dan 29 orang 1–2 kali seminggu. Sisanya (59 responden) menyatakan bahwa penggunaan e-wallet tergantung pada kebutuhan. Hal ini memperlihatkan bahwa masyarakat, khususnya generasi muda, telah terbiasa dengan transaksi digital sebagai gaya hidup.

Tujuan utama penggunaan e-wallet juga menggambarkan pergeseran pola konsumsi. Responden menyatakan bahwa e-wallet paling sering digunakan untuk belanja online (65 responden) dan pembelian makanan serta minuman (62 responden). Temuan ini sejalan dengan hasil studi Rodiah dan Melati (2020) yang menunjukkan bahwa e-wallet seringkali dimanfaatkan dalam transaksi kebutuhan konsumtif yang tidak selalu bersifat mendesak atau primer. Selain itu, 135 dari 155 responden mengaku lebih mudah mengeluarkan uang saat menggunakan e-wallet dibandingkan uang tunai. Faktor kemudahan ini berpotensi memicu pengeluaran yang tidak terencana. Sebanyak 56 responden menyatakan sering tidak sadar telah menghabiskan uang lebih banyak karena e-wallet, dan 68 orang mengaku mengalaminya sesekali. Fenomena ini mendukung pernyataan Dewi (2021) bahwa kemudahan digital payment mendorong pengguna untuk cenderung melakukan pemborosan dalam konsumsi. Promo dan cashback juga terbukti menjadi pemicu perilaku konsumtif. Sebanyak 47 responden menyatakan bahwa promo cukup berpengaruh, dan 39 orang menyatakan sangat berpengaruh. Hanya sebagian kecil yang merasa tidak terpengaruh. Dalam hal ini, promosi seperti cashback memberikan kesan “uang kembali” yang mendorong konsumen untuk bertransaksi lebih banyak tanpa merasa benar-benar kehilangan uang. Dari segi pengeluaran harian, sebagian besar responden berada dalam kelompok < Rp 50.000 per hari, namun terdapat pula 28 orang yang menghabiskan lebih dari Rp 100.000. Ketika ditanya apakah penggunaan e-wallet membuat mereka lebih hemat atau boros, sebanyak 32 responden merasa menjadi lebih boros, 35 lebih hemat, dan 88 merasa tidak ada perubahan. Ini menunjukkan bahwa meskipun digital payment memudahkan transaksi, tidak semua pengguna mampu mengontrol pengeluarannya dengan baik.

Secara umum, responden menilai bahwa manfaat dan risiko dari penggunaan e-wallet cenderung seimbang. Sebanyak 86 responden menyatakan demikian, sementara 64 orang melihat lebih banyak manfaat, dan hanya 5 orang yang merasa e-wallet lebih banyak membawa risiko. Penilaian ini menandakan bahwa meskipun terdapat kekhawatiran terhadap perilaku konsumtif, masyarakat tetap menghargai kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari 155 responden di Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-wallet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Studi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memanfaatkan e-wallet dalam aktivitas sehari-hari, dengan platform DANA sebagai aplikasi yang paling banyak digunakan. Penggunaan e-wallet terbukti mempermudah proses belanja dan cenderung mendorong perilaku konsumtif, seperti pengeluaran yang tidak direncanakan dan peningkatan frekuensi transaksi. Namun, lebih dari setengah responden menyatakan tidak mengalami perubahan besar dalam jumlah pengeluaran mereka. Hipotesis bahwa penggunaan e-wallet memengaruhi pola konsumsi masyarakat dapat diterima secara deskriptif, meskipun belum diuji melalui analisis statistik inferensial karena pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif. Temuan ini selaras dengan teori Utilitas dan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), yang menekankan bahwa kemudahan penggunaan serta persepsi terhadap kontrol atas teknologi dapat memengaruhi niat dan perilaku konsumsi. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori terkait digitalisasi keuangan di masyarakat perkotaan Indonesia, khususnya di luar wilayah Pulau Jawa. Implikasi akademis dari temuan ini adalah pentingnya mengeksplorasi e-wallet sebagai alat transformasi perilaku konsumsi digital, sementara secara praktis, hasil ini dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan bagi pelaku usaha dan pemerintah dalam menyusun strategi literasi keuangan digital yang lebih bertanggung jawab. Untuk penelitian mendatang, disarankan menggunakan pendekatan statistik inferensial serta melibatkan cakupan usia dan wilayah yang lebih luas guna memperoleh hasil yang lebih kuat dan dapat digeneralisasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, direkomendasikan agar para penyedia layanan e-wallet seperti DANA, ShopeePay, dan GoPay meningkatkan fitur pengelolaan keuangan pribadi yang lebih adaptif dan responsif. Misalnya, dengan menambahkan notifikasi pengeluaran secara real-time, pengingat transaksi berdasarkan kategori, serta opsi penetapan batas harian atau mingguan dalam bertransaksi. Inovasi fitur semacam ini bertujuan untuk membantu pengguna, terutama kalangan muda, dalam mengontrol kebiasaan konsumtif yang sering terjadi secara tidak sadar akibat kemudahan bertransaksi digital.

Bagi pemerintah daerah dan pemangku kebijakan, urgensi untuk memperkuat literasi keuangan digital di kalangan remaja semakin meningkat. Upaya ini dapat diwujudkan melalui program kampanye edukatif, workshop, atau integrasi kurikulum berbasis literasi finansial digital di institusi pendidikan, yang menekankan pentingnya kesadaran, tanggung jawab, dan pengendalian diri dalam melakukan transaksi elektronik. Langkah ini tidak hanya akan mendorong perilaku konsumsi yang lebih sehat, tetapi juga membentuk generasi yang melek teknologi sekaligus bijak secara finansial.

Di sisi akademik, hasil penelitian ini dapat dijadikan pijakan dalam merumuskan model teoretis perilaku konsumtif berbasis teknologi dengan pendekatan kuantitatif yang lebih mendalam, seperti penggunaan analisis regresi berganda atau Structural Equation Modeling (SEM). Model tersebut juga disarankan untuk diperluas mencakup wilayah pedesaan dan kelompok usia yang lebih tua guna memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh dan generalisabel terkait pengaruh digitalisasi keuangan di masyarakat luas.

Selain itu, studi lanjutan sebaiknya mempertimbangkan integrasi variabel psikologis seperti impulsivitas (impulsivity) dan kemampuan pengendalian diri (self-control), agar dapat menjelaskan lebih komprehensif mekanisme psikologis di balik kecenderungan perilaku konsumsi digital. Pendekatan ini dapat memperkaya analisis terhadap faktor internal individu yang turut berperan dalam pengambilan keputusan konsumsi melalui e-wallet (lihat: Aji & Adawiyah, 2022; Rodiah & Melati, 2020).

REFERENSI

- Abdulloh, M. (2023). *Keamanan data pribadi dalam sistem pembayaran e-wallet*. ResearchGate
- Aji, H. M., & Adawiyah, W. R. (2022). How e-wallets encourage excessive spending behavior among young adult consumers? *Journal of Asia Business Studies*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2024). *Minat beli konsumen KotakSayur Bandung berdasarkan jasa pengiriman dan pembayaran digital*. ResearchGate.
- Asnawi, A. (2022). *Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0*. ResearchGate.
- Deborah, I., Oesman, Y. M., & Yudha, R. T. B. (2022). *Media sosial dan perilaku pembelian impulsif: Peran motivasi belanja hedonis dan orientasi belanja*. ResearchGate.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Nugroho, A. P., & Zulni, D. A. (2023). Exploring the Adoption of Digital Wallets among Islamic Millennials in Yogyakarta Using an Extended UTAUT Model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*.
- Prasasti, A., & Nuari, K. P. (2021). E-Wallet Usage Intensity and the Determining Factors During Pandemics: A Closer Look on Indonesian Students' Perspectives. *Journal of Research in Business and Management*.
- Purnomo, H., Arfani, M., & Shadiq, T. F. (2024). *Adapting and resilient: How Indonesian consumers navigate e-commerce restrictions in the post-pandemic retail industry*. ResearchGate.
- Putri, N., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektivitas penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa dalam proses menentukan keputusan pembelian. *JEMMA (Jurnal of Economic, Management, and Accounting)*, 4(2), 1–10.
- Rahmayanti, P. L. D., Widagda, I., & Yasa, N. N. K. (2021). Integration of TAM and Theory of Reasoned Action in Predicting E-Wallet Continuous Usage Intentions. *Journal of Data and Information Science*.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 1–10.
- Saputra, I. A. G., Yusuf, A., Hakim, L., & Rohayati, S. (2023). Determination of Generation Z's Intention in Using E-Wallet for Payment Transactions. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Widiatami, A. K., Fatimatuzzahro, A. K., & Astuti, D. P. (2023). *Apakah literasi keuangan mampu memperlemah perilaku konsumtif mahasiswa?* ResearchGate.