

Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan *E-Money* OVO terhadap Perilaku Konsumtif dengan *Gender* sebagai Variabel Moderasi

Diah Indiani*, Lasmanah

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*diahindiani88@gmail.com, lasmanah.ina@gmail.com

Abstract. This study aims to determine the effect of financial literacy and use of e-money on consumptive behavior simultaneously and partially and the effect of financial literacy and use of e-money moderated by gender. The research method used in this study is descriptive verifikative that aims to test the correctness the hypothesis. The population used in this study were Management 2018's active students of the Bandung Islamic University. The sampling technique used was purposive sampling. The statistical analysis technique used is multiple regression analysis. The result of this study indicate that financial literacy and the use of e-money simultaneously have a significant effect on consumptive behavior. Financial literacy partially has a significant negative effect on consumptive behavior. Then, the use of e-money has a significant positive effect on consumptive behavior. And, Gender does not moderate the relation between financial literacy and the use of e-money on consumptive behavior.

Keywords: *Financial Literacy, E-Money, Consumptive Behavior.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif secara simultan dan parsial dan pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *e-money* yang dimoderasi oleh gender. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif yang bertujuan untuk menguji kebenaran dari hipotesis. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif program studi Manajemen Universitas Islam Bandung Angkatan Tahun 2018. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan *e-money* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya, penggunaan *e-money* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan, gender tidak memoderasi hubungan literasi keuangan dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan, E-Money, Perilaku Konsumtif.*

A. Pendahuluan

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang dan jasa yang tak memiliki pertimbangan dasar secara rasional dan di mana lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan sebagai faktor untuk mencapai kepuasan maksimal sehingga menimbulkan pemborosan.

Dewasa ini kecerdasan finansial menjadi *essential life skill* dalam rangka pemberdayaan masyarakat. Agar dapat menyejahterakan hidupnya maka seseorang harus belajar cara mengelola keuangan supaya dapat mengambil keputusan yang bijak. Keputusan keuangan seseorang akan dipengaruhi oleh literasi keuangan. Menurut OJK (1) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Ketika individu cukup teredukasi dalam literasi keuangan, maka wawasannya akan diimplementasikan salah satunya dengan menggunakan produk *e-money*. Dikutip dari Usman (2) pada dasarnya *e-money* atau uang elektronik merupakan uang tunai tanpa fisik (*cashless money*) yang disimpan dalam media *chip* dan *server based* sehingga lebih praktis dalam penggunaannya. Produk *e-money* yang mengalami perkembangan dari tahun ke tahun membuat para penyelenggara produk terus melakukan inovasi. Oleh karena itu *Fintech Report 2021* melakukan survei terhadap penggunaan *e-money* paling banyak di Indonesia. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi *e-money* OVO menjadi yang paling banyak digunakan sebagai pembayaran *offline* maupun *online*. Hal ini didukung oleh penelitian dari Trirahayu (3) yang menyebut bahwa “OVO merupakan salah satu aplikasi *e-money* yang mengusung layanan finansial yang cerdas.” Berdasarkan hal tersebut literasi keuangan dan penggunaan *e-money* menjadi faktor yang berpengaruh dalam perilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif secara simultan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara parsial.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif secara parsial.
4. Untuk mengetahui apakah gender memoderasi hubungan literasi keuangan dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis deskriptif verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung Angkatan Tahun 2018 sebanyak 337 mahasiswa.

Selain itu teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 77 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan link kuesioner dari google form kepada mahasiswa.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Money OVO terhadap Perilaku Konsumtif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3490.545	2	1745.273	48.070	.000 ^b
	Residual	2686.701	74	36.307		
	Total	6177.247	76			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah, 2022

Gambar 1. Uji F

Berdasarkan hasil uji F di atas menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $48,070 > 2,02$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara simultan. Adanya literasi keuangan membuat terhindar dari ketidakefektifan pengelolaan keuangan. Selain itu adanya kemudahan dari fitur *e-money* memudahkan penggunaannya dalam bertransaksi. Namun, apabila hal tersebut tidak terkendali maka seseorang akan cenderung berperilaku konsumtif.

Setelah mengetahui hasil uji F (uji simultan), peneliti juga melakukan uji t (uji parsial) terhadap variabel literasi keuangan (X1) dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	49.732	5.018		9.910	.000
	X1	-.824	.155	-.523	-5.308	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah, 2022

Gambar 2. Uji T

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar -5,308 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,66 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,10$. Hal ini berarti literasi keuangan (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Selanjutnya peneliti juga melakukan uji t (uji parsial) terhadap variabel penggunaan *e-money* (X2) dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.131	2.043		3.001	.004
	X2	.812	.089	.724	9.077	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah, 2022

Gambar 3. Uji T

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai t_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar 9,077 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,66 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,10$. Hal ini berarti penggunaan *e-money* OVO (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Money OVO terhadap Perilaku Konsumtif yang Dimoderasi dengan Gender

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1					
	(Constant)	20.215		3.445	.001
	X1	-.357	.152	-.226	.021
	X2	.692	.118	.614	.000
	G_X1	-.013	.099	-.023	.899
	G_X2	.002	.138	.002	.989

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah, 2022

Gambar 4. Koefisien

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil koefisien beta sebesar -0,013 nilai signifikan variabel literasi keuangan yang dimoderasi oleh gender sebesar $0,899 > 0,10$ dan $t_{hitung} (-0,128) < t_{tabel} (1,66)$. Selain itu, variabel penggunaan *e-money* yang dimoderasi oleh gender sebesar $0,989 > 0,10$ dan $t_{hitung} (0,013) < t_{tabel} (1,66)$. Artinya gender tidak memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan penggunaan *e-money* OVO terhadap perilaku konsumtif.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Secara simultan literasi keuangan dan penggunaan *e-money* OVO berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya variabel literasi keuangan dan penggunaan *e-money* OVO secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
2. Secara parsial literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hubungan literasi keuangan dan perilaku konsumtif berbanding terbalik. Artinya, jika variabel literasi keuangan ditingkatkan maka berpengaruh terhadap penurunan perilaku konsumtif.
3. Secara parsial penggunaan *e-money* OVO berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hubungan penggunaan *e-money* OVO dan perilaku konsumtif berbanding lurus. Artinya jika variabel penggunaan *e-money* OVO ditingkatkan maka berpengaruh terhadap meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa
4. Gender tidak memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan penggunaan *e-money* OVO terhadap perilaku konsumtif. Artinya, gender bukan variabel moderasi antara literasi keuangan dan penggunaan *e-money* OVO terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terima kasih yang mendalam terhadap pihak-pihak yang sudah berkontribusi memberikan dukungan moral dan menjadi penyemangat dalam proses penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Daftar Pustaka

- [1] OJK. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Otoritas Jasa Keuang. 2020;378.
- [2] Usman R. Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. Yuridika. 2017;32(1):134.
- [3] Trirahayu KN. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Literasi Ekonomi dalam Penggunaan E-Wallet (OVO) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). Universitas Sanata Dharma Yogyakarta; 2021.
- [4] Hasanah Lisna Sri Uswatun, Nurdin. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Keuangan,*

Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 1(2), 122-126.