

PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI E-WALLET TERHADAP KEBIASAAN KONSUMSI DAN MENABUNG GENERASI Z

¹Vionn Orianna Patrick, ²Puji Isyanto
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang

mn22.vionnpatrick@mhs.ubpkarawang.ac.id, puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan *e-wallet* menawarkan beberapa kemudahan seperti proses transaksi yang cepat, praktis, nyaman, dan memiliki berbagai promo menarik yang berpotensi memengaruhi perilaku keuangan pengguna, baik dari sisi konsumsi maupun aktivitas menabung. Kemudahan transaksi *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan konsumsi Generasi Z. Artinya, semakin mudah suatu transaksi dilakukan melalui *e-wallet*, maka semakin besar kecenderungan individu untuk berbelanja. Sementara itu, kemudahan transaksi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan menabung, namun pengaruhnya lebih lemah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi *e-wallet* cenderung mendorong perilaku konsumtif lebih kuat dibandingkan dengan perilaku menabung pada Generasi Z. Temuan ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam edukasi keuangan digital yang seimbang antara kemudahan bertransaksi dan kesadaran pengelolaan keuangan.

Kata kunci: *E-wallet*, kemudahan transaksi, kebiasaan konsumsi, menabung dan generasi Z.

ABSTRACT

Using e-wallets offers several conveniences, such as fast, practical, and convenient transactions, and a variety of attractive promotions that have the potential to influence users' financial behavior, both in terms of consumption and savings. The ease of e-wallet transactions has a positive and significant effect on Generation Z's consumption habits. This means that the easier it is to conduct transactions via e-wallet, the greater the individual's tendency to spend. Meanwhile, the ease of transactions also has a positive and significant effect on savings habits, but the effect is weaker. Therefore, it can be concluded that the ease of e-wallet transactions tends to encourage consumption behavior more strongly than savings behavior among Generation Z. This finding can be used as a consideration in digital financial education that balances transaction convenience and financial management awareness.

Keywords: *E-wallet*, ease of transactions, consumption habits, savings, and Generation Z.

Article history

Received: Juli 2025
Reviewed: Juli 2025
Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 850
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang terjadi saat ini memberikan beberapa dampak yang mempermudah para pengguna. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan dalam bidang teknologi mencakup ke berbagai aspek pekerjaan. Kemajuan teknologi memberikan pengaruh terhadap kualitas dan kuantitas hidup masyarakat (Rangkuty, 2021). Di era digital yang terus mengalami kemajuan, penggunaan e-wallet semakin meluas di berbagai kalangan, khususnya di kalangan Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan teknologi modern. Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, adalah generasi yang terbiasa dengan keterampilan teknologi dan beradaptasi dengan cepat terhadap inovasi baru dalam dunia digital saat ini.

Dengan semakin pesatnya arus globalisasi, kebutuhan masyarakat terhadap metode transaksi non-tunai turut meningkat yang mendorong berbagai penyedia jasa untuk menawarkan berbagai produk dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Perkembangan ini turut didorong oleh upaya dari pemerintah melalui Bank Indonesia, yang terus meningkatkan efisiensi sistem pembayaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital. Salah satu bentuk nyata peningkatan aksesibilitas teknologi dalam pembayaran digital adalah pengenalan *e-wallet*, suatu sistem dompet digital yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan sejumlah dana yang dapat diakses melalui perangkat gadget atau ponsel. Pembayaran menggunakan *e-wallet* merupakan bentuk layanan *Fintech* di Indonesia yang banyak digunakan pada saat ini. Di Indonesia, beberapa aplikasi populer yang digunakan oleh masyarakat antara lain OVO, GoPay, Dana, dan QRIS yang didukung oleh berbagai bank.

E-wallet menawarkan kemudahan dengan memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi, namun dapat memengaruhi perilaku konsumsi pengguna. Dengan kemudahan akses, berbagai macam promo cashback, dan diskon yang tersedia hampir setiap saat pengguna cenderung melakukan pembelian secara impulsif. Pembelian secara impulsif dapat menimbulkan kekhawatiran mengenai untuk para pengguna menjadi hilangnya minat menabung, yang merupakan salah satu indikator penting dalam pengelolaan keuangan pribadi yang sehat.

Pemakaian *e-wallet* perlu diimbangi dengan penerapan perilaku manajemen keuangan yang baik. Manajemen keuangan berperan penting karena dapat berdampak langsung terhadap kondisi keuangan individu secara menyeluruh. Pengaturan akan keuangan yang baik dapat membantu seseorang menghindari masalah keuangan dan mencapai tujuan keuangan jangka panjang mereka (Purwanto et al., 2022).

Studi mengenai pengaruh kemudahan transaksi *e-wallet* terhadap perilaku keuangan, khususnya pada Generasi Z, menjadi penting mengingat kelompok ini akan menjadi kekuatan ekonomi utama di masa mendatang. Dengan memahami hubungan antara kemudahan transaksi dan perilaku konsumsi serta menabung, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dalam mengedukasi generasi muda agar lebih bijak dalam menggunakan teknologi keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara ilmiah bahwa antara pengaruh kemudahan transaksi menggunakan e-wallet terhadap hubungan kebiasaan konsumsi dan menabung pada generasi Z. Dalam hubungan tersebut akan terbentuk beberapa struktur hipotesa diantaranya sebagai berikut :

- H1 : Kemudahan transaksi *e-wallet* berpengaruh positif terhadap kebiasaan konsumsi Generasi Z.
- H2 : Kemudahan transaksi *e-wallet* berpengaruh positif terhadap kebiasaan menabung Generasi Z.

- H0₁: Tidak terdapat pengaruh kemudahan transaksi *e-wallet* terhadap kebiasaan konsumsi Generasi Z.
- H0₂: Tidak terdapat pengaruh kemudahan transaksi *e-wallet* terhadap kebiasaan menabung Generasi Z.

TINJAUAN PUSTAKA

E-wallet

E-wallet adalah bentuk dompet elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan sejumlah uang dalam bentuk digital serta melakukan berbagai transaksi pembayaran melalui perangkat elektronik seperti *smartphone*. Menurut Nugroho et al. (2024), *e-wallet* memudahkan transaksi digital dengan menawarkan fitur seperti penyimpanan saldo, pembayaran tagihan, hingga akses ke berbagai promo menarik. Di Indonesia, penggunaan *e-wallet* semakin meningkat dengan hadirnya layanan seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan QRIS. Karim et al. (2023) menyebutkan bahwa kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan menjadi alasan utama peningkatan penggunaan *e-wallet* di kalangan masyarakat urban, khususnya Generasi Z.

Kemudahan Transaksi

Kemudahan transaksi merujuk pada tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam melakukan suatu transaksi, termasuk dari sisi kecepatan, proses yang sederhana, hingga aksesibilitas. Putri & Yennisa (2023) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan *e-wallet* ditentukan oleh user interface yang intuitif, waktu proses yang singkat, serta tersedianya fitur tambahan seperti promo dan *cashback*. Violinda & Khorunnisya (2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan faktor penting dalam keputusan penggunaan *e-wallet* dan dapat memengaruhi perilaku pengguna dalam mengatur pengeluaran.

Perilaku

Menurut Ajzen, niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku adalah prediktor utama dari tindakan aktual, dan niat tersebut dipengaruhi oleh :

- *Attitude toward the behavior* (Sikap terhadap perilaku)
Yaitu pandangan positif atau negatif seseorang terhadap perilaku tertentu. Semakin positif sikap terhadap suatu tindakan, semakin besar kemungkinan orang tersebut akan melakukannya.
- *Subjective norms* (Norma subjektif)
Merupakan tekanan sosial atau pengaruh dari orang lain (misalnya keluarga, teman, atau masyarakat) yang dianggap penting. Jika seseorang merasa bahwa lingkungan sosialnya mendukung suatu perilaku, maka kemungkinan besar ia akan mengikuti perilaku tersebut.
- *Perceived behavioral control* (Kontrol perilaku yang dirasakan)
Ini adalah sejauh mana seseorang merasa memiliki kendali atas perilaku yang akan dilakukan, seperti kemampuan, sumber daya, atau hambatan yang ada. Makin besar kontrol yang dirasakan, makin kuat niat dan kemungkinan perilaku tersebut terjadi.

Ketiga faktor ini berkontribusi pada *behavioral intention* (niat untuk berperilaku), yang kemudian akan berpengaruh pada *actual behavior* (perilaku nyata). Dalam beberapa kasus, *perceived behavioral control* juga bisa secara langsung memengaruhi perilaku, bukan hanya melalui niat.

Kebiasaan Konsumsi

Kebiasaan konsumsi adalah pola pengeluaran seseorang dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan, baik secara terencana maupun impulsif. Penggunaan *e-wallet* dengan kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dapat mendorong perilaku konsumtif, terutama

ketika dipadukan dengan berbagai penawaran promosi. Menurut Kharismasuci (2023), persepsi kemudahan dan manfaat *e-wallet* dapat meningkatkan perilaku konsumtif Generasi Z, karena mereka cenderung mengutamakan kepraktisan dalam berbelanja.

Menabung

Menabung merupakan kegiatan menyisihkan sebagian pendapatan untuk disimpan atau diinvestasikan demi tujuan keuangan masa depan. Dalam era digital, kemudahan transaksi justru dapat menjadi tantangan tersendiri bagi perilaku menabung. Ramadhani et al. (2023) menemukan bahwa penggunaan *e-wallet* lebih sering dikaitkan dengan peningkatan perilaku konsumtif daripada peningkatan kesadaran menabung. Akses yang terlalu mudah untuk membelanjakan uang menyebabkan kurangnya kontrol terhadap pengeluaran, sehingga alokasi untuk menabung menjadi berkurang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi *e-wallet* terhadap kebiasaan konsumsi dan menabung Generasi Z. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form dengan skala Likert 1-5. Responden dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang aktif menggunakan *e-wallet* seperti OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay. Penelitian dimulai dengan menyebarkan kuesioner di *platform group chat*, media sosial, serta orang ketiga.

Kuesioner yang telah diisi oleh responden akan menghasilkan data-data yang dibutuhkan, seperti *e-wallet* apa saja yang digunakan, pengaruh *e-wallet* terhadap kebiasaan konsumsi, dan pengaruh *e-wallet* pada kebiasaan menabung. Data tersebut diolah menggunakan alat pembantu statistik yaitu SPSS26. Aplikasi SPSS26 digunakan sebagai lanjutan dari teknik pengumpulan data kuesioner sehingga menghasilkan presentase dan keterkaitan antara penggunaan *e-wallet* terhadap kebiasaan konsumsi dan kebiasaan menabung pada Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana. Uji regresi linear sederhana adalah uji yang digunakan untuk membuktikan sejauh apa hubungan variabel (X) terhadap variabel (Y), hubungan yang terjalin sebab akibat dimana kemudahan transaksi *e-wallet* sebagai variabel (X) menjadi faktor penyebab dari kebiasaan konsumsi sebagai variabel (Y1) dan kebiasaan menabung sebagai variabel (Y2). Uji ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan hasil berdasarkan tabel dibawah ini :

Gambar 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi antara X terhadap Y1

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .590 ^a | .348 | .342 | 2.833 |

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana antara variabel kemudahan transaksi *e-wallet* (X) terhadap kebiasaan konsumsi (Y1), diperoleh nilai R Square sebesar 0,348. Hal ini menunjukkan bahwa 34,8% variasi dalam kebiasaan konsumsi dapat dijelaskan oleh kemudahan transaksi *e-wallet*, sedangkan sisanya sebesar 65,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini.

Gambar 2. Hasil Uji F X terhadap Y1

Hasil
ANOVA

ANOVA^a

uji

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 420.657 | 1 | 420.657 | 52.400 | .000 ^b |
| | Residual | 786.733 | 98 | 8.028 | | |
| | Total | 1207.390 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kebiasaan Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi

menunjukkan nilai F sebesar 52,400 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang berarti bahwa model regresi signifikan, atau dengan kata lain, kemudahan transaksi memiliki pengaruh secara simultan terhadap kebiasaan konsumsi.

Gambar 3. Hasil Regresi Linear Sederhana X terhadap Y1

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.818 | 2.502 | | .727 | .469 |
| | Kemudahan Transaksi | .847 | .117 | .590 | 7.239 | .000 |

a. Dependent Variable: Kebiasaan Konsumsi

Selanjutnya, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi *e-wallet* (X) memiliki nilai koefisien sebesar 0,847 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Ini berarti bahwa kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan konsumsi (Y1). Artinya, semakin mudah transaksi melalui *e-wallet*, maka kebiasaan konsumsi responden cenderung meningkat.

Dengan demikian, hipotesis H1 kemudahan transaksi *e-wallet* berpengaruh positif terhadap kebiasaan konsumsi Generasi Z, dapat diterima.

Gambar 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi antara X terhadap Y2

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .249 ^a | .062 | .053 | 2.395 |

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana antara variabel kemudahan transaksi *e-wallet* (X) terhadap kebiasaan menabung (Y2), diperoleh nilai R Square sebesar 0,062, yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi hanya mampu menjelaskan 6,2% variasi kebiasaan menabung, sementara 93,8% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini.

Gambar 5. Hasil Uji X terhadap Y2

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 38.157 | 1 | 38.157 | 6.655 | .011 ^b |
| | Residual | 579.105 | 101 | 5.734 | | |
| | Total | 617.262 | 102 | | | |

a. Dependent Variable: Kebiasaan Menabung

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi

Hasil uji ANOVA menghasilkan nilai F sebesar 6.655 dengan signifikansi 0.011 ($p < 0.05$), yang berarti model regresi ini signifikan secara statistik. Artinya, kemudahan transaksi *e-wallet* berpengaruh terhadap kebiasaan menabung meskipun tidak terlalu besar.

Gambar 6. Hasil Regresi Linear Sederhana X terhadap Y2

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 12.921 | 2.642 | | 4.891 | .000 |
| | Kemudahan Transaksi | .318 | .123 | .249 | 2.580 | .011 |

a. Dependent Variable: Kebiasaan Menabung

Nilai koefisien regresi sebesar 0.318 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan skor kemudahan transaksi akan meningkatkan kebiasaan menabung sebesar 0.318 satuan. Hasil ini didukung oleh nilai signifikansi sebesar $0.011 < 0.05$, yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik.

Dengan demikian, hipotesis H2 kemudahan transaksi *e-wallet* berpengaruh positif terhadap kebiasaan menabung Generasi Z, dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi *e-wallet* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebiasaan konsumsi dan kebiasaan menabung pada Generasi Z. Pengaruh paling besar terlihat pada kebiasaan konsumsi, di mana kemudahan dalam menggunakan *e-wallet* mendorong peningkatan perilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari nilai koefisien yang tinggi dan signifikansi yang sangat kuat. Sementara itu, kemudahan transaksi juga berpengaruh terhadap kebiasaan menabung, namun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan terhadap konsumsi.

Secara umum, penggunaan *e-wallet* yang semakin praktis dan cepat memang memberi kemudahan, namun di sisi lain dapat memicu pola pengeluaran yang kurang terkontrol apabila tidak diimbangi dengan kesadaran finansial yang baik. Maka dari itu, penting bagi Generasi Z untuk tetap memiliki kontrol terhadap kebiasaan finansial mereka.

Bagi Generasi Z, penting untuk mengembangkan kesadaran dalam mengatur keuangan pribadi. Meskipun *e-wallet* memudahkan transaksi, pengguna tetap perlu mengatur anggaran, menetapkan prioritas, dan membatasi pengeluaran yang bersifat impulsif. Bagi penyedia layanan *e-wallet*, sebaiknya mulai menyertakan fitur-fitur edukatif, seperti pelacak pengeluaran otomatis, pengingat tabungan, atau laporan keuangan bulanan, agar pengguna bisa lebih sadar terhadap kebiasaan finansial mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, N. R. (2024). Tragedi lumpur lapindo di Sidoarjo. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2(6), 119-123.
- Anjani, D., Awali, H., & Misidawati, D. N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet. *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 124-134. www.dana.id,
- Gustantio, E. R., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11261-11273. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11417>
- Mey Intakhiya, D., Santoso, U. P., & Mutiarin, D. (2021). Strategi Dalam Penanganan Kasus Lumpur Lapindo Pada Masyarakat Terdampak Lumpur Lapindo Porong-Sidoarjo Jawa Timur. *Jurnal MODERAT*, 7(3), 565-585. <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat/article/download/2487/1894/8711>
- Ramadhani, A., Puspitasari, D., Salsabilla, F., Haq, P. N., Putri, S. M., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). Pengaruh e-wallet terhadap manajemen keuangan masyarakat: saving atau hedonisme. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 3(3), 268-275. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/223>
- Sari, R. A., & Rahmawati, F. (2021). Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 500-507.
- Sholikah, M., Wibowo, E., Sumpah Pemuda No, J., Kec Banjarsari, K., & Surakarta, K. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan dan Gaya Hidup Gen Z terhadap Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Survei pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2, 19-41. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JRIME>
- Yuliani Dwi Rahmawati, & Rahmi Yuliana. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157-168. <https://www.liputan6.com>