
**PENGARUH PENGGUNAAN E-WALLET TERHADAP POLA KONSUMSI
GENERASI Z DI INDONESIA**

***THE EFFECT OF E-WALLET USE ON GENERATION Z CONSUMPTION
PATTERNS IN INDONESIA***

Shindi Nirmalasari¹⁾, Jumriah Basri²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka

²⁾Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

¹ shindinirmalasari@gmail.com, ² jumriahbasri1@gmail.com,

Korespondensi : jumriahbasri1@gmail.com

ABSTRAK

Pemakaian E-wallet bisa mengubah perilaku konsumsi pada generasi Z disebabkan mudahnya bertransaksi serta berbagai promosi yang dinerikan. E-wallet membuat belanja menjadi sangat mudah dan implusif, memungkinkan pengeluaran yang boros karena membeli sesuatu yang yang tidak direncanakan. Perkembangan teknologi digital telah memajukan kemudahan transaksi non-tunai dengan berbagai macam aplikasi e-wallet seperti ShopeePay, DANA, GoPay, dan lainnya. Generasi Z yang terkenal sebagai generasi digital menjadi pengguna paling banyak layanan tersebut, diperkirakan menjadi pengaruh pada pola konsumsi mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey kepada generasi Z yang aktif menggunakan e-wallet. Data yang dihasilkan pada artikel ini yaitu dengan cara membuat kuesioner melalui google form yang didalamnya berisikan pertanyaan mengenai penggunaan e-wallet yang memiliki pengaruh kecenderungan perubahan pola konsumsi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Artikel ini memiliki tujuan mengetahui sisi negatif dari penggunaan e-wallet khususnya bagi kalangan generasi Z yang lebih cenderung konsumtif dalam pemakaiannya dan menganalisis faktor-faktor penyebabnya. Terutama didukung oleh kemudahan dalam pemakaian e-wallet. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan menjadikan edukasi bagi pembaca dalam pemakaian e-wallet agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Kata Kunci: E-Wallett, Pola Konsumsi, Generasi Z, Indonesia.

ABSTRACT

The use of e-wallets can change consumption behavior among Generation Z due to the minimal transaction fees and various promotional offers. E-wallets make shopping very easy and intuitive, preventing wasteful spending due to unplanned purchases. The development of digital technology has advanced the ease of cashless transactions with various e-wallet applications such as ShopeePay, DANA, GoPay, and others. Generation Z, known as the digital generation, is the largest user of these services, which is expected to influence their consumption patterns. This study used a quantitative approach with a survey method for Generation Z who actively use e-wallets. Data generated in this article was created by creating a questionnaire via Google Form containing questions about e-wallet usage and its influence on the tendency to change consumption patterns in meeting their needs and desires. This article aims to identify the negative aspects of e-wallet use, especially for Generation Z, who tend to be more consumptive in their use, and analyze the contributing factors. This is especially true given the ease of use of e-wallets. This research is expected to educate readers about e-wallet use and avoid consumptive behavior.

Keywords: E-Wallet, Consumption Patterns, Generation Z, Indonesia.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju menghasilkan berbagai macam perubahan dan inovasi yang memudahlkan kehidupan masyarakat.

Salah satu perubahan tersebut adalah pola berbelanja, yang awalnya menggunakan sistem pembayaran tunai, sekarang beralih ke pembayaran non-tunai. Produk fintech yang paling populer adalah e-wallet, yang saat ini hampir 90% dimiliki setiap masyarakat (GoodStarts,2023). E-wallet (dompet digital) adalah salah satu bentuk fintech yang memanfaatkan media internet serta digunakan untuk metode pembayaran online dengan menawarkan kemudahan tanpa perlu membawa uang tunai dan bisa diakses oleh semua kalangan. Selain digunakan untuk kebutuhan pokok, e-wallet juga dimanfaatkan untuk hiburan, gaya hidup, dan konsumsi impulsif. Berdasarkan data penggunaan menunjukkan DANA, ShopeePay, OVO, dan GoPay telah menguasai pasar dengan tingkat adopsi tinggi.

E-wallet hadir menawarkan banyak kemudahan dengan teknologi kekinian yang bisa diakses oleh semua kalangan terutama generasi Z. Generasi Z adalah generasi individu yang lahir antara tahun 1997-2012, yang terkenal sebagai 'penduduk asli digital' karena paling adaktif terhadap teknologi digital. Mereka memiliki kecenderungan aktif menggunakan e-wallet dan menerapkan gaya hidup cashless.

Dengan terciptanya sistem pembayaran digital yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dalam bentuk aplikasi dapat memberi kemudahan para konsumen. Bank merupakan lembaga keuangan yang berperan dalam menyalurkan dan mengelola dana masyarakat, yang kemudian disalurkan ke unit-unit kegiatan ekonomi lainnya (Annastaya & Iradianty, 2020). Transaksi menggunakan uang elektronik lebih praktis dibandingkan dengan uang tunai, cukup dengan mendekati perangkat ke mesin pembaca atau chip, sehingga konsumen dapat melakukan pembayaran dengan mudah. Akibatnya, perkembangan e-wallet mendorong peningkatan jumlah pedagang offline yang bekerja sama dengan platform tersebut.

Gaya hidup generasi z di Indonesia dalam menggunakan e-wallet telah menjadi hal yang biasa, karena dianggap memenuhi kebutuhan kuliah dan lainnya. E-wallet juga dipakai oleh semua kalangan, termasuk mahasiswa dan siswa sekolah, yang sering terkait dengan pembelian barang. Yosafat Putra (2024) menyatakan bahwa kemudahan, kepraktisan, dan kesederhanaan adalah alasan utama yang paling sering disebutkan mengapa dompet digital digunakan. Dengan berbagai keunggulan transaksi digital, generasi Z merasa dimanjakan, sehingga tanpa sadar menjadi konsumtif karena pengeluaran dalam bentuk digital terasa tidak seberat uang tunai. Kemajuan teknologi ini meningkatkan daya beli generasi Z menuju gaya hidup yang lebih mewah dan berlebihan, yang dikenal sebagai budaya konsumtif. Orang dengan sifat konsumtif membeli barang tanpa mempertimbangkan fungsi atau kegunaannya. Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan, hanya menonjolkan keinginan yang muncul karena faktor pemicu tertentu.

Menurut Erich Fromm (dalam Paujiah & Ariani, 2023) terdapat aspek-aspek perilaku konsumtif: 1) wasteful buying, yaitu pemborosan dana tanpa kebutuhan yang jelas; 2) non-rational buying, yaitu membeli untuk mencari

kesenangan; 3) impulsive buying, yaitu pembelian berdasarkan keinginan sesaat dan emosional. Selain itu, perilaku konsumtif meliputi penggunaan kartu debit atau kredit yang tidak rasional, kurangnya kontrol impuls, kesulitan memikirkan pola pengeluaran, berbelanja untuk menghilangkan stress, dan ketegangan saat tidak berbelanja. Sifat konsumtif pada generasi Z di Indonesia tidak mencerminkan nilai karakter yang seharusnya dimiliki generasi muda, seperti indikator nilai inspirasi yang melibatkan pengorbanan waktu, harga, pikiran dan tenaga. Transaksi non-tunai secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif, karena kemudahan yang ditawarkan membuat masyarakat memilih metode ini dan cepat mengambil keputusan. Sesuai dengan prinsip perilaku generasi Z sekarang ini yang fokus pada status sosial, pemenuhan keinginan, kegunaan produk, dan gaya hidup, bukan hanya sebagai alat pembayaran.

Kemudahan akses dalam penggunaan e-wallet, berbagai diskon dan promo cashback yang ada membuat penggunaannya cenderung melakukan pembelian secara impulsif. Phan dan Riyadi (2022) menjelaskan bahwa teknologi keuangan telah mengubah cara generasi muda menangani keuangan mereka, dengan aplikasi seperti dompet elektronik yang memungkinkan transaksi cepat tanpa biaya besar. Pembelian secara impulsif bisa menimbulkan kekhawatiran bagi generasi Z sehingga memengaruhi cara pengelolaan pada keuangan pribadi yang baik. Studi tentang pengaruh penggunaan transaksi e-wallet pada perilaku keuangan sangat penting karena generasi Z menjadi kekuatan ekonomi utama di masa depan. Pemahaman dalam hubungan penggunaan transaksi e-wallet dengan pola konsumsi pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada generasi muda supaya bijaksana dalam penggunaan teknologi keuangan.

Tujuan dari penelitian ini untuk membuktikan secara ilmiah bahwa pengaruh kemudahan dalam penggunaan e-wallet terhadap pola kebiasaan konsumsi pada generasi Z. Perubahan pola konsumsi dapat terpengaruh oleh tingkat sosial ekonomi orang tua generasi Z, karena hal ini dianggap memiliki dampak signifikan pada kehidupan generasi Z. Orang tua yang mampu secara finansial cenderung lebih mudah membelanjakan untuk anaknya tanpa hambatan, sehingga anak tersebut mungkin selalu merasa kurang terhadap sesuatu, terutama jika mereka hanya fokus pada penampilan dan gengsi tanpa memikirkan manfaat serta harga barang. Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui seberapa besar dampak teknologi e-wallet pada pola konsumsi generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan google form untuk mengumpulkan data, guna mempermudah analisis fenomena di kalangan generasi Z akibat perkembangan teknologi yang memengaruhi pola hidup. Pada akhirnya penelitian ini akan menghasilkan solusi untuk mengatasi masalah serius ini, sehingga gaya hidup generasi Z dapat lebih terkendali.

Hasil awal pengumpulan data menunjukkan bahwa semua generasi Z menggunakan e-wallet dan menganggapnya penting untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan, ada juga diskon dan promosi yang membuat mereka lebih tertarik membeli, bahkan jika barang tersebut bukan kebutuhan pokok. Hal ini menunjukkan

adanya perubahan pola konsumsi yang cenderung impulsif. Seseorang bisa membeli produk karena danya hadiah, bonus, atau promo. Konsumen lebih tertarik jika harga dianggap wajar, yaitu nilai yang sesuai saat bertransaksi. Dari temuan ini, solusi yang diusulkan adalah mendorong budaya menabung, untuk memberikan pemahaman lebih kepada masyarakat umum dan khususnya generasi Z di Indonesia.

Menabung merupakan kegiatan penting karena dapat digunakan sebagai dana darurat di masa depan. Literasi ekonomi sebagai alat utama untuk mengubah perilaku seseorang menjadi lebih bijak. Dengan menyusun artikel ilmiah ini, diharapkan generasi Z di Indonesia lebih memperhatikan apa yang benar-benar perlu dibeli untuk menghindari perilaku konsumtif. Dengan demikian, mereka dapat menggunakan uang dengan bijak. Penelitian ini mengungkap masalah umum di kalangan generasi Z, seperti perilaku konsumtif dalam membeli album NCTzen (Ananda et al. 2021), terkait penggunaan dompet digital, serta solusi untuk menekan budaya tersebut. Hasilnya diharapkan bermanfaat bagi pembaca terutama generasi Z dalam penggunaan layanan e-wallet sesuai kebutuhan nyata.

E-wallet adalah bentuk inovasi dalam sistem pembayaran secara online yang membuat pemakainya menyimpan data keuangan, melakukan transaksi, dan mengatur keuangan secara digital dengan aplikasi di smartphone. E-wallet memiliki peran penting dalam sistem digital sebab menawarkan efisiensi, keamanan, dan kemudahan dalam bertransaksi terutama untuk generasi Z yang mahir teknologi.

Selain menawarkan kemudahan, berbagai macam layanan dari platform e-wallet juga memberikan banyak insentif dalam bentuk diskon, cashback, sampai notifikasi pengingat pembayaran yang meningkatkan kenyamanan pemakainya (Putri & Susanti, 2022). Kemudahan cara pemakaian e-wallet serta tingkat pengguna smartphone yang tinggi menjadikan teknologi ini sangat cepat diterima oleh generasi muda.

Pola konsumsi adalah pola pengeluaran individu untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan, baik yang direncanakan maupun impulsif. Kecepatan dan kemudahan yang ditawarkan kepada pemakai e-wallet bisa mendorong tindakan konsumtif, apalagi ketika digabungkan dengan macam-macam penawaran promosi. Kesan kemudahan serta manfaat e-wallet bisa menambah tindakan konsumtif pada generasi Z, karena prinsip mereka yang mengedepankan kepraktisan dalam berbelanja. Konsumsi bukan lagi menjadi aktivitas pemenuhan kebutuhan, melainkan menjadi ajang mengekspresikan identitas, status sosial, bahkan kebahagiaan.

Tumbuh di tengah kemajuan internet, smartphone, serta media sosial menjadikan generasi Z responsif pada perkembangan digital termasuk berpengaruh pada kebiasaan konsumsi dan mengelola keuangan. Menurut Phan (2025), generasi Z yang tumbuh di zaman internet, lebih cepat menerapkan aplikasi keuangan teknologi seperti dompet elektronik dan mata uang kripto, yang menawarkan kesempatan finansial melalui perdagangan daring dan pengumpulan dana bersama. Generasi Z memiliki karakteristik yang iconic,

seperti multitasking, cenderung mencari pengalaman yang instan, serta orientasi pada kecepatan juga efisiensi. Karakteristik tersebut membuat generasi Z menjadi pengguna aktif layanan e-wallet yang bisa memengaruhi perubahan pola konsumsi mereka. Mereka dengan mudah tergiur dengan promosi berbasis algoritma, fomo pada postingan di media sosial, serta iklan digital akhirnya membuat mereka belanja berlebihan. Dalam penelitian Ainul Millah *et al.* (2025) mengungkapkan bahwa sebagian besar generasi Z di Indonesia, sekitar 80% dari mereka, mengalami pergeseran dalam pola konsumsi karena digitalisasi, dengan peningkatan penggunaan layanan streaming dan belanja online sebagai fokus utama.

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa korelasi yang signifikan antara jumlah pengguna e-wallet dengan peningkatan perilaku konsumtif, khususnya di kalangan generasi Z. Mudahnya akses transaksi digital e-wallet bisa mempercepat keputusan pembelian tanpa pertimbangan secara rasional.

Muhammad Fiqrianto *et al.* (2025) menjelaskan bahwa insentif seperti cashback dan diskon dari e-wallet seperti GoPay dan OVO secara signifikan mendorong peningkatan konsumsi digital di kalangan generasi Z, karena mereka merasa mendapatkan manfaat ekstra dari setiap transaksi. Kalangan anak muda yang sering menggunakan e-wallet cenderung belanja online lebih tinggi daripada mereka yang masih menggunakan uang tunai atau transfer secara manual untuk membayar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan salah satu metode dalam prosesnya untuk menganalisis data yang didapatkan dengan memperhatikan informasi berikut. Analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Dimana jawaban dari pengisian angket atau kuesioner disimpulkan oleh peneliti untuk memperoleh informasi data lewat pengisian google form. Populasi penelitian ini adalah generasi Z (berusia 18-27 tahun) yang menggunakan e-wallet dan sumber data kali ini berupa data sekunder yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh generasi Z, beberapa sumber dari internet seperti artikel-artikel serta media informasi yang lain.

Teknik dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian survey, dengan memberi kuesioner dari pertanyaan yang sebelumnya dirangkum untuk diberikan kepada responden yaitu generasi Z yang menggunakan e-wallet. Melalui beberapa pertanyaan yang diberikan lewat google forms kemudian hasil data kuesioner dikumpulkan dan dianalisis untuk menarik kesimpulan. Pertanyaan dalam kuesioner berjumlah 14 pertanyaan menggunakan skala linier dengan menggunakan angka 1-4 yang diisi sesuai dengan keadaan responden masing-masing. Yang mana angka 1 merupakan pernyataan sangat tidak setuju sampai angka 4 berupa pernyataan sangat setuju. Berikut ini analisis data yang dilakukan:

- 1) Membuat kuesioner berisi beberapa pertanyaan lewat google form,
- 2) Membagikan link kuesioner lewat grup chat dan sosial media lainnya,

- 3) Pengisian data dilakukan oleh responden,
- 4) Mengumpulkan data menganalisis dan menarik kesimpulan.

Metode penulisan dan penelitian bertujuan untuk menjelaskan hasil survey sesuai hasil isian responden penelitian. Hampir 100% mereka menggunakan e-wallet tapi masing-masing memiliki penggunaan yang berbeda. Di antara responden yang mengisi 87% mengaku cenderung lebih impulsif dalam berbelanja dan 13% lainnya mengaku tidak terpengaruh. Tapi responden yang mengisi kuesioner hampir sebagian besar dapat disimpulkan belanja secara impulsif karena mudahnya penggunaan e-wallet sekarang ini.

Dari pertimbangan jawaban beberapa responden memberikan sedikit informasi bagaimana perubahan perilaku konsumsi generasi Z yang cenderung impulsif karena pengaruh e-wallet. Hasil pengisian kuesioner menjelaskan bahwa hampir sebagian besar dari mahasiswa tanpa didasari menerapkan perilaku konsumtif. Dengan angket yang diisi oleh beberapa responden tersebut kami berupaya untuk mengetahui apakah pengaruh e-wallet dapat menyebabkan perilaku konsumtif baik yang disadari maupun yang tidak didasari bagi generasi saat ini, dimana hal ini sesuai dengan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Selain itu juga mencari solusi atau upaya bagaimana seharusnya bersikap dengan hati-hati dan hemat dalam pengeluaran serta penggunaan e-wallet yang sewajarnya. Diharapkan penelitian ini bisa berjalan sesuai dengan tujuan karena penerapan metode yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Umumnya, e-wallet adalah suatu sistem yang dibuat dan dikembangkan untuk mempermudah dalam melakukan transaksi. E-wallet dapat memberikan pengaruh positif bagi kehidupan masyarakat. Masyarakat diharuskan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi terutama layanan e-wallet ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat sesuai dengan tujuan penelitian yaitu: menganalisis pengaruh dari e-wallet terhadap perilaku konsumsi di kalangan generasi Z. dalam artikel ini diperoleh pengaruh penggunaan e-wallet dialami oleh generasi Z seperti para pelajar, mahasiswa, bahkan yang sudah bekerja. Adanya e-commerce juga salah satu pengaruh bagi generasi Z berperilaku konsumtif, yang biasanya belanja datang ke toko langsung sekarang bisa membeli apapun lewat online kemudian dikirim ke rumah diantar oleh kurir. Selaras dengan hal itu, terdapat hubungan keterkaitan dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Metode pembayaran online untuk transportasi semata (Jannah et al., 2020) dan Salah satu jenis e-wallet yang digemari yaitu DANA (Abrilia & Tria, 2020). Generasi Z sekarang menganggap e-wallet adalah alat pembayaran yang praktis, apalagi saat ini semua orang senang berbelanja dengan adanya e-wallet memudahkan dalam bertransaksi online tanpa perlu memikirkan membawa uang tunai. E-wallet ini salah satu teknologi finansial terbaru dengan sistem teknologi pembayaran instan yang hadir di Indonesia dalam kalangan masyarakat.

Generasi Z disebut terkesan konsumtif dalam berbelanja karena saat belanja dengan e-wallet menjadi lebih mudah, efektif, dan cepat. Apalagi

generasi z ini dikenal mengedepankan hal yang bersifat mudah dan praktis. Sesuai dengan penelitian perkembangan teknologi yang dilakukan peneliti sebelumnya yaitu E-wallet yang bisa digunakan sebagai alat pembayaran terintegrasi (Rahmawati & Yuliana, 2020). Berdasarkan kajian tersebut, diperoleh analisis sebagai berikut:

A. E-Wallet

1. Pengertian E-Wallet

E-wallet adalah dompet digital yang bisa digunakan sebagai alat pembayaran terintegrasi (Rahmawati & Yuliana, 2020). Pengaruh penggunaan e-wallet sedang menjadi perhatian saat ini, terutama mengenai perubahan pola konsumsi yang menjadi impulsif di kalangan generasi Z. Hal ini tidak terlepas dari perkembangan zaman yang sangat cepat dengan teknologi yang semakin canggih dan serba mudah.

2. Hasil Analisis Pengaruh E-Wallet Terhadap Pola Konsumsi Generasi Z

1) Tidak realistis dalam berbelanja

Diketahui penggunaan DANA, salah satu jenis e-wallet yang menjadi alat pembayaran paling praktis untuk para Mahasiswa (Abrilia & Tria, 2020). Pemanfaatan e-wallet oleh generasi z yang digunakan hanya sebatas untuk membayar transportasi saja (Jannah et al., 2020). Misalnya Linda yang berusia 22 tahun menggunakan e-wallet untuk memesan aplikasi grab saat ingin pergi keluar. Selain itu, dia slalu menggunakan e-wallet untuk memesan makanan secara online saat merasa lapar di aplikasi grab food juga.

2) Boros

Lia yang berusia 22 tahun sering memanfaatkan e-wallet ketika belanja dan beli makan. Rizki (23 tahun) kadang juga memanfaatkan e-wallet untuk membayar tagihan shopeepay dan pergi ke mall. Penggunaan e-wallet secara bijak adalah menggunakannya pada kebutuhan yang penting dan sangat dibutuhkan. Bisa diasumsikan bahwa generasi z menggunakan e-wallet dalam bertransaksi karena adanya promo dan kenyamanan yang diberikan. Hal yang paling disukai generasi saat ini adalah sistem potongan harga, yang seakan akan menarik minat mereka. Promo dan harga sering menjadi acuan pertimbangan ketika memutuskan membeli agar bisa menekan jumlah pengeluaran uang.

3) Mudah terbujuk promosi

Ada aspek yang sangat kuat (promosi, keuntungan, dan manfaat) yaitu promosi, sebab dianggap paling memengaruhi dalam pengambilan keputusan, apalagi saat promosi tersedia terus menerus, akan membuat pembeli mudah terbujuk untuk membeli. E-wallet memiliki bermacam bentuk promosi. Kegiatan promosi yang slalu ditawarkan adalah cashback untuk pembelian pada tingkat harga tertentu, diskon, hingga promosi dengan slogan "beli satu gratis satu". Hal itu jelas menunjukkan promosi sebagai salah satu alasan pengaruh yang kuat supaya pembeli tergiur untuk membeli suatu barang yang disediakan. Cara menarik minat pembeli dalam e-commerce dengan menawarkan promo bagi pengguna yang ingin belanja online di toko mereka atau lewat situs web maupun aplikasi yang dimiliki.

4) Self Reward

Alasan utama kenapa penggunaan e-wallet sangat terkenal di kalangan generasi Z, yaitu penggunaannya sangat mudah. Mereka yang terbiasa menggunakan e-wallet ingin terlihat beda dari yang lain dan setelah mencapai sesuatu mereka akan membeli barang yang sangat diinginkan, mereka menyebutnya "self reward" sehingga banyak anak muda yang melakukan gaya hidup konsumtif. Untuk top up e-wallet prosesnya sangat cepat dan mudah, pengisian saldo bisa menggunakan m-banking dari handphone yang dimiliki. E-wallet sangat nyaman digunakan membuat seseorang berperilaku konsumtif. Di era sekarang pemakaian e-wallet sangat mendominasi di berbagai kalangan bahkan dalam survei yang dilakukan, hampir 100% menjawab generasi Z menggunakan e-wallet untuk bertransaksi.

5) Fomo dengan teman sebaya

Generasi Z tentu ingin tampil menarik seperti teman-teman sebaya atau influencer yang diikutinya sehingga banyak dari mereka yang melakukan gaya hidup dengan berperilaku konsumtif. Tidak hanya itu, mereka juga merasa saat memakai barang yang bagus dan mahal bisa menambah rasa percaya diri. Kenyataannya dengan kepraktisan penggunaan e-wallet membuat mereka menjadi lebih konsumtif dan sering membelanjakan uangnya daripada menabung.

Salah satu kasus yang ditemukan adalah saat online shop seperti tiktokshop yang setiap hari mengadakan event promo belanja gratis ongkir. Dimana hal ini membuat minat belanja mereka semakin tinggi yang tadinya tidak butuh akan barang atau jasa tersebut kemudian karena ada promo cashback memutuskan untuk membelinya dengan bertransaksi melalui dana atau shopeepay.

3. Dampak Adanya Kemudahan E-Wallet

Di zaman yang serba canggih seperti sekarang membutuhkan media teknologi yang praktis untuk menunjang kelangsungan hidup. Teknologi memiliki peranan penting, sudah banyak berbagai jenis teknologi yang dibuat oleh manusia salah satunya membuat dompet digital. Sistem cashless memungkinkan mahasiswa untuk melakukan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai, yang sangat praktis di era digital saat ini (Anjeli et al., 2025). Hal ini merupakan pembaharuan cara mempermudah dalam beraktivitas yang tidak efisien. Dengan kemajuan dan perkembangan teknologi yang terjadi secara terus menerus memberikan kemudahan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan. Transformasi Indonesia menuju masyarakat cashless didorong oleh kemajuan teknologi digital, yang memungkinkan transaksi tanpa uang tunai untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional (Andriani et al., 2022). Perkembangan teknologi salah satunya yaitu adanya e-wallet yang memiliki dampak pada sistem perekonomian negara, berikut ini beberapa yang bisa dikaji.

1. Dampak Positif

Perkembangan layanan e-wallet sebagai metode dalam melakukan transaksi secara online membuat para pedagang yang mencoba mengembangkan bisnisnya melalui media sosial memperoleh banyak

keuntungan. Karena generasi Z lebih memilih belanja dan bertransaksi secara online daripada harus datang langsung ke toko atau mall dan membayar secara tunai. Apalagi di mall belum tentu ada barang yang mereka inginkan sehingga tidak efisien. Perubahan perilaku konsumen di era digital dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi yang mengubah cara individu mencari, menilai, dan membeliproduk (Pramiarsih, 2024). Namun dengan perkembangan teknologi, saat generasi Z membutuhkan suatu barang ataupun keperluan yang diinginkan, mereka hanya perlu membuka aplikasi e-commerce di smartphone lalu mencari barang yang diperlukan. Kemudian akan muncul bermacam macam toko dari barang tersebut dengan harga yang lebih terjangkau. Inilah salah satu sisi positif dari kemajuan dan perkembangan teknologi yang dapat menyatukan pedagang dari dalam maupun luar negeri dalam sebuah aplikasi.

2. Dampak Negatif

Adanya tindakan negatif seperti munculnya hacker yang bisa membobol informasi pribadi di internet dengan mudah dan melakukan tindakan penipuan. Dengan modal keahlian komputer yang tinggi bisa disalahgunakan untuk hal yang baik seperti melakukan tindakan pembobolan suatu sistem informasi, perbankan, dan lain sebagainya. Maka perlu waspada dan menjaga dengan baik informasi pribadi untuk mengimbangi kemajuan teknologi agar lebih mengerti dalam penggunaannya.

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Sikap Konsumtif

Sikap konsumtif merujuk pada kebiasaan membeli barang tanpa memepertimbangkan kebutuhan nyata, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan pribadi. Definisi operasional dari sikap konsumtif adalah ukuran keseluruhan yang mencerminkan tingkat konsumtif seseorang secara emosional, berdasarkan perilaku pembelian yang dipengaruhi oleh faktor sosial seperti penerimaan kelompok, trend terkini, diskon, promosi buy one get one, warna produk, merek terkenal, gengsi, prioritas harga daripada fungsi, iklan, serta kemudahan akses internet melalui dompet digital atau e-wallet (Kusuma, 2020). Nilai subjek yang tinggi menunjukkan sikap konsumtif yang kuat, sedangkan nilai yang rendah menandakan sikap konsumtif yang lemah.

Sebuah merek memiliki peran yang cukup signifikan yaitu dapat membuat seseorang menjadi lebih percaya diri dan meningkatkan konsep diri mereka. Akibatnya, perilaku individu cenderung mengarah pada peningkatan konsep diri melalui merek yang memiliki makna khusus bagi mereka. Fenomena ini diperkuat oleh pernyataan salah satu teman saya yang mendukung hal tersebut: "kalau pakai barang-barang branded, jadi lebih pede, jadi rasanya keren." (wawancara pribadi, tanggal 26 Oktober 2025). Dari hasil survey yang dikumpulkan melalui google form dengan 14 pertanyaan tentang perubahan pola konsumsi terkait penggunaan e-wallet oleh generasi Z, sebanyak 46 responden dari berbagai kota di Indonesia untuk mengisi kuesioner via Google Form.

Tabel 1. Hasil presentase terbanyak dari setiap pertanyaan

No	Indikator	Presentase (%)	Kriteria
1	Pengguna e-wallet	95,7%	Tinggi
2	Jenis e-wallet yang digunakan	97,8%	Tinggi
3	Pemikiran dalam menggunakan e-wallet	83,6%	Sedang
4	Pentingnya e-wallet	78,2%	Sedang
5	E-wallet membuat belanja menjadi cenderung impulsif	87%	Sedang
6	Kenyamanan menggunakan e-wallet	95,6%	Tinggi
7	Promo membuat perilaku konsumtif	89,1%	Sedang
8	Transaksi melalui e-wallet	80,5%	Sedang
9	Kemudahan top-up	52,2%	Sedang

Berikut penjelasan mengenai hasil survei:

1. Mayoritas bahkan seluruh responden menyatakan bahwa generasi Z adalah pengguna e-wallet. E-wallet yang paling sering digunakan adalah DANA, diikuti oleh ShopeePay. Alasan utama menggunakan e-wallet adalah untuk memenuhi keinginan, kemudian untuk kebutuhan, dan yang terakhir untuk kombinasi kebutuhan dan keinginan.
2. Hampir semua generasi Z merasa e-wallet sangat diperlukan di era modern saat ini. Penggunaan e-wallet membuat generasi Z menjadi lebih konsumtif. Survei menunjukkan bahwa kenyamanan dalam penggunaan e-wallet dan adanya promo di dalamnya meningkatkan minat berbelanja.
3. Banyak generasi Z melakukan transaksi melalui e-wallet untuk membeli barang kebutuhan atau keinginan. Proses top-up e-wallet juga sangat mudah, sehingga generasi Z sangat menyukai penggunaannya. Selain survei via Google Form, pengamatan dilakukan melalui media sosial seperti instagram, di mana banyak generasi Z yang aktif. Pengamatan melalui followers menunjukkan bahwa generasi Z sering nongkrong bersama teman di cafe atau warung kopi yang menyediakan minuman dan makanan. Kebiasaan ini mencerminkan sikap konsumtif, terutama jika cafe tersebut menawarkan promo potongan harga untuk transaksi menggunakan e-wallet seperti DANA, ShopeePay, dan GoPay, yang mendorong generasi Z untuk sering berkunjung.

Kajian-kajian sebelumnya yang membahas perilaku konsumtif akibat perkembangan teknologi seperti e-wallet terhadap generasi z didukung oleh penelitian lain. Contohnya, definisi konseptual perilaku konsumtif (Kusuma, 2020), dan penggunaan e-wallet oleh generasi Z biasanya untuk pembayaran online transportasi (Jannah et al., 2020). Namun, belum ada kajian yang secara spesifik meneliti sikap konsumtif generasi Z di Indonesia. Oleh karena itu, topik ini sangat relevan dan menarik untuk dibahas sebagai pembaharuan perilaku.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjabaran diatas bisa diambil kesimpulan bahwa penelitian ini membahas tentang e-wallet yang menjadi pengaruh pada sikap konsumtif generasi Z. Penyebabnya karena rata-rata semua generasi Z menggunakan e-wallet dalam bertransaksi. Maka dari itu menyebabkan beberapa dampak dan faktor yang memengaruhi penggunaan e-wallet terhadap pola konsumsi generasi Z di Indonesia. Kesimpulan didasarkan pada pola konsumsi yang cenderung impulsif dari penggunaan e-wallet dan teknologi dalam transaksi yang terus berkembang banyak diminati para generasi Z. Dimana perkembangan teknologi dalam bertransaksi terutama penggunaan e-wallet hampir sebagian besar memengaruhi sikap yang konsumtif di kalangan generasi muda. Hal ini karena mereka tidak menyadari e-wallet yang digunakan menimbulkan perilaku konsumtif baik berdampak ke hal positif maupun negatif. Dengan demikian penggunaan e-wallet dapat memengaruhi pada pola konsumsi yang cenderung impulsif. Upaya untuk menekan pengaruh e-wallet tersebut bisa dilakukan mendahulukan kebutuhan yang penting daripada keinginan dalam membeli hal yang benar-benar dibutuhkan. Maka diharapkan menggunakan e-wallet dengan baik dan bijak agar tidak mengarah ke perilaku konsumtif saat belanja.

SARAN

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel dan memasukkan variabel kontrol tambahan dengan mempertimbangkan faktor lain seperti tingkat pendidikan finansial orang tua untuk mendapatkan gambaran yang lebih holistik atau peran media sosial dalam mendorong perubahan pola konsumsi impulsif, agar mendapat gambaran yang lebih holistik tentang interaksi teknologi dan perilaku. Bisa tambahkan evaluasi dampak jangka panjang dengan studi longitudinal. Selain itu, mengembangkan dan uji intervensi spesifik untuk mengukur efektivitannya dalam mengurangi perilaku konsumtif di kalangan generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3).
- Ainul Millah, Muslikhati*, & Arif Lukman Hakim. (2025). Perubahan pola konsumsi Gen Z sebagai dampak digitalisasi ekonomi. *e-JEBAUJ (Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi Universitas Jember)*, 8(1), 45-58.
- Ananda, M., Hadi, N., & Meiji, N. H. P. (2021). Di balik Perilaku Konsumtif NCTZEN dalam Pembelian Merchandise NCT (studi kasus komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(9).

- Andriani, A. D., Yuniawati, R. I., Hamidin, D., Priambodo, A., Sulaeman, M., Susanti, L., ... & Martono, S. (2022). Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society. Tohar Media.
- Anjeli, R., Putri, D. C. S., Perengki, M., & Soleh, E. (2025). Penggunaan Cashless di Lingkungan Mahasiswa. Penerbit Widina.
- Annastasya Meisa Putri, & Iradianty, A. (2020). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional 2015-2019. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(8).
- GoodStats. (2023). Pengguna dompet digital di Indonesia.
- Jannah, M., Febriadi, S. andy R., & Saputra, P. A. A. (2020). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Penggunaan Manfaat Gopay dalam Transaksi pada Aplikasi Gojek. ... *Hukum Ekonomi Syariah*.
- Kusuma, V. T. (2020). Pengaruh Dompot Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa Di Universitas Raharja. *Jl-Tech*, 16(2).
- Muhammad Fiqrianto, Aryadilla Putra, Deni Pratama, & Ayu Lucy Larassaty. (2025). Pengaruh cashback dan diskon terhadap konsumsi digital e-wallet: Studi kasus generasi Z. *Jurnal Sosial, Ekonomi, dan Humaniora*, 10(2), 123-135.
- Paujiah, P., & Ariani, L. (2023). Perilaku Konsumtif: Studi Kuantitatif Deskriptif Masyarakat di Kabupaten Kotabaru. *Jurnal Ilmu Psikologi dan Kesehatan (SIKONTAN)*, 2(2), 153-160.
- Phan, I. K. (2025). *Ekonomi Digital Dan Peluang Finansial Generasi Z*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Phan, M. S. K., & Riyadi, O. T. A. (2022). *Teknologi Keuangan Anak Muda*. SCU Knowledge Media.
- Pramiarsih, E. E. (2024). Perilaku Konsumen di Era Digital. Deepublish.
- Putri, A. R., & Susanti, A. (2022). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(01), 20-33.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE bank BPD JATENG. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2).