INFOKOM : Jurnal Informasi dan Komputer
p-ISSN: 1978-6433
e-ISSN: xxxx-xxxx
Vol.18, No.2, Agustus 2025, pp. 60 – 64

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI KEUANGAN DIGITAL SHOPEEPAY TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA

Sukmo Banyu Jogo*[1], Yuhano[2], Faisal Akbar[3]
[1,2,3]*Program Studi Manajemen Informatika, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Poltek Cirebon, Indonesia*
*e-mail: **[1]*sukmobanyu@gmail.com*,[2]*yuhano@stikompoltek.ac.id*, [3]*faisal.akbar@stikompoltek.ac.id*,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi keuangan digital ShopeePay terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Manajemen Informatika. Fenomena penggunaan e-wallet yang semakin meningkat pada kalangan mahasiswa menimbulkan perubahan signifikan dalam pola belanja dan manajemen keuangan pribadi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei menggunakan kuesioner kepada 50 mahasiswa sebagai sampel, dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan ShopeePay dengan tingkat konsumsi mahasiswa, terutama pada pembelian impulsif dan frekuensi belanja online. Temuan ini mengindikasikan pentingnya literasi keuangan digital untuk mengimbangi perkembangan teknologi finansial di kalangan mahasiswa. Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian teknologi informasi dan perilaku konsumen di era digital.

Kata Kunci: ShopeePay, dompet digital, konsumsi mahasiswa, perilaku konsumen, keuangan digital

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan keuangan pribadi. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah hadirnya aplikasi keuangan digital atau *e-wallet*, seperti ShopeePay, yang menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi non-tunai secara cepat dan praktis [1]. Penggunaan aplikasi ini telah menjadi bagian dari gaya hidup, khususnya di kalangan generasi muda termasuk mahasiswa.

Mahasiswa sebagai bagian dari digital native memiliki kecenderungan tinggi dalam mengadopsi teknologi, termasuk dalam melakukan transaksi pembelian online melalui *e-commerce* yang terintegrasi dengan dompet digital [2]. ShopeePay, sebagai salah satu aplikasi keuangan digital yang paling populer di Indonesia, menyediakan berbagai fitur seperti pembayaran cepat, promo cashback, dan diskon eksklusif yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi pengguna [3].

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana intensitas penggunaan ShopeePay dapat memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, khususnya dalam konteks pembelian impulsif, pengeluaran rutin, serta pengelolaan keuangan sehari-hari. Studi sebelumnya menyebutkan bahwa kemudahan transaksi melalui aplikasi *fintech* dapat meningkatkan konsumsi impulsif dan menurunkan kontrol pengeluaran, terutama pada generasi muda [4], [5].

Urgensi dari penelitian ini terletak pada perlunya pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak penggunaan aplikasi keuangan digital terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan literasi keuangan

History of Article :
Received: Juli, 2025 : Accepted: Juli, 2025

digital di kalangan mahasiswa serta sebagai bahan evaluasi bagi institusi pendidikan dalam memberikan edukasi keuangan berbasis teknologi [6].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi keuangan digital ShopeePay terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Manajemen Informatika di Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Poltek Cirebon.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Apakah penggunaan aplikasi keuangan digital ShopeePay berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa?"
Sedangkan tujuan penelitian ini adalah: "Untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi keuangan digital ShopeePay terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Manajemen Informatika."

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh penggunaan aplikasi keuangan digital ShopeePay terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Penelitian kuantitatif digunakan karena memungkinkan analisis hubungan antar variabel secara objektif melalui data numerik dan teknik statistik [7].

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Informatika di Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Poltek Cirebon. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian [8]. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu: (1) mahasiswa aktif minimal semester 2, dan (2) pengguna aktif ShopeePay. Jumlah responden ditetapkan sebanyak 50 orang, jumlah ini masih dianggap cukup untuk analisis regresi sederhana dengan populasi homogen [9].

2.3 Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel utama, yaitu:

- **Variabel Independen (X):** Intensitas Penggunaan ShopeePay
  Indikator: frekuensi transaksi, jenis transaksi, penggunaan fitur cashback/promo.
- **Variabel Dependen (Y):** Perilaku Konsumsi Mahasiswa
  Indikator: frekuensi belanja online, kecenderungan pembelian impulsif, nominal pengeluaran bulanan.

Penentuan indikator variabel mengacu pada studi-studi sebelumnya yang membahas perilaku konsumen dalam konteks *e-wallet* dan transaksi digital [10].

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 poin, dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Skala Likert dipilih karena paling sesuai untuk mengukur sikap, persepsi, dan perilaku responden terhadap pernyataan-pernyataan tertentu [11].

Contoh pernyataan variabel X (penggunaan ShopeePay):

- “Saya menggunakan ShopeePay setiap kali melakukan transaksi di aplikasi Shopee.”
- “Saya sering memanfaatkan fitur cashback dari ShopeePay.”

Contoh pernyataan variabel Y (perilaku konsumsi):

- “Saya sering membeli barang yang sebenarnya tidak saya butuhkan.”

- “Penggunaan ShopeePay memudahkan saya untuk belanja impulsif.”

2.5 Teknik Analisa Data

Data dianalisis menggunakan teknik statistik **regresi linear sederhana** untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat [12]. Analisis dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi terbaru. Pengujian dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

- Uji Validitas dan Reliabilitas
- Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Uji t (parsial) untuk melihat signifikansi pengaruh

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 50 responden mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Informatika yang memenuhi kriteria pengguna aktif aplikasi ShopeePay. Sebanyak 58% responden adalah perempuan, dan 42% laki-laki. Mayoritas responden berada di semester 3 hingga 5. Frekuensi penggunaan ShopeePay rata-rata 3–5 kali per minggu, dengan nominal transaksi rata-rata Rp100.000–Rp250.000 per bulan.

3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan terhadap 10 item pertanyaan dari masing-masing variabel (X dan Y) menggunakan **Pearson Correlation**. Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai **r-hitung > 0,3** dan **signifikansi < 0,05**, sehingga dinyatakan **valid**.

Uji reliabilitas menggunakan nilai **Cronbach’s Alpha**:

- Variabel X (penggunaan ShopeePay): α = 0,802
- Variabel Y (perilaku konsumsi): α = 0,841

  Karena nilai α > 0,7 maka instrumen dinyatakan **reliable** [11].

3.3 Hasil Analisis Regresi Linear SederhanaAnalisis regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan ShopeePay (X) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (Y). Berikut ringkasan hasil output SPSS:

Tabel 1. Hasil Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized B	Std. Error	T	Sig.
(Constant)	9.214	2.321	3.969	0.000
Penggunaan ShopeePay (X)	0.675	0.123	5.488	0.000

Tabel 2. Koefisien Determinasi

R	R2	Adjusted R2	Std. Error
0.624	0.390	0.377	3.215

3.4 Interpretasi Hasil

Dari hasil regresi, diperoleh persamaan: Y = 9.214 + 0.675X Artinya, setiap peningkatan 1 satuan penggunaan ShopeePay akan meningkatkan skor perilaku konsumsi sebesar 0.675 poin. Nilai signifikansi (Sig. = 0.000 < 0.05) menunjukkan bahwa penggunaan ShopeePay berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Nilai koefisien determinasi R^2 = 0.390 berarti 39% variasi perilaku konsumsi mahasiswa dijelaskan oleh variabel penggunaan ShopeePay, sisanya 61% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini.

3.5 Pembahasan

Dari hasil regresi, diperoleh persamaan: Y = 9.214 + 0.675X Artinya, setiap peningkatan 1 satuan penggunaan ShopeePay akan meningkatkan skor perilaku konsumsi sebesar 0.675 poin. Nilai signifikansi (Sig. = 0.000 < 0.05) menunjukkan bahwa penggunaan ShopeePay berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Nilai koefisien determinasi R^2 = 0.390 berarti 39% variasi perilaku konsumsi mahasiswa dijelaskan oleh variabel penggunaan ShopeePay, sisanya 61% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Dewi dan Fitri [13] yang menemukan bahwa intensitas penggunaan dompet digital berhubungan positif dengan meningkatnya konsumsi impulsif. Fitur-fitur ShopeePay seperti cashback, flash sale, dan kemudahan checkout berkontribusi dalam mendorong pembelian yang tidak direncanakan [14].

Dari sudut pandang perilaku konsumen, mahasiswa yang menggunakan ShopeePay secara rutin cenderung mengalami penurunan kontrol terhadap pengeluaran karena kemudahan transaksi tanpa uang tunai [15]. Hal ini menunjukkan pentingnya edukasi literasi keuangan digital di lingkungan pendidikan tinggi, agar mahasiswa dapat mengelola teknologi keuangan secara bijak [16].

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi keuangan digital ShopeePay berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Manajemen Informatika di Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Poltek Cirebon.

Hasil regresi menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan ShopeePay, semakin tinggi pula tingkat konsumsi mahasiswa, khususnya dalam aspek belanja impulsif dan frekuensi transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan fitur-fitur pada ShopeePay seperti promo, cashback, dan kemudahan transaksi nontunai mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara lebih sering, bahkan tanpa perencanaan.

Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa agar penggunaan teknologi keuangan dapat diimbangi dengan kontrol finansial yang baik. Selain itu, hasil ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman hubungan antara fintech dan perilaku konsumen digital, khususnya pada kelompok usia produktif di dunia pendidikan tinggi.

5. SARAN

Penelitian ini menyarankan agar institusi pendidikan tinggi, khususnya Program Studi Manajemen Informatika, memberikan edukasi terkait pengelolaan keuangan pribadi berbasis digital. Penyisipan materi literasi keuangan digital dalam mata kuliah terkait (seperti E-

Business, Teknologi Finansial, atau Kewirausahaan Digital) akan membantu mahasiswa memahami dampak dari penggunaan aplikasi keuangan terhadap perilaku konsumsi mereka. Selain itu, mahasiswa juga perlu diberi pemahaman tentang pentingnya membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam aktivitas belanja online, serta membiasakan diri untuk mencatat pengeluaran secara berkala.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan campuran (*mixed method*) agar mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif, serta memperluas cakupan sampel ke program studi lain atau lintas kampus.

DAFTAR PUSTAKA

[1] D. Setiadi and A. Pradana, "Digital Wallet Usage in Indonesia: Current Trend and Future Implication," J. Teknologi dan Sistem Informasi, vol. 8, no. 2, pp. 45–52, 2021, doi: 10.32764/jtsi.v8i2.1073.

[2] A. Kurniawan and I. Wulandari, "The Role of E-Wallet in the Financial Behavior of College Students," J. Ilmiah Teknologi Informasi, vol. 11, no. 1, pp. 67–74, 2022.

[3] Shopee Indonesia, "ShopeePay Usage Report 2023," [Online]. Available: https://shopee.co.id/docs/pay/usage2023. [Accessed: 15-Jul-2025].

[4] R. Fauzia, "Pengaruh Kemudahan Digital Payment terhadap Konsumsi Impulsif Mahasiswa," J. Riset Ekonomi dan Bisnis, vol. 10, no. 1, pp. 12–20, 2020.

[5] T. Firmansyah, "Fintech Adoption and Consumer Behavior: A Study among Millennials," J. Manajemen dan Inovasi, vol. 6, no. 2, pp. 101–110, 2021.

[6] A. Nugroho, Literasi Keuangan Digital: Teori dan Praktik, Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.

[7] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2019.

[8] M. Nazir, Metode Penelitian, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2017.

[9] R. A. Santosa and D. R. Putri, "Determination of Minimum Sample Size in Social Research," J. Riset Sosial, vol. 5, no. 2, pp. 88–95, 2020.

[10] A. K. Dewi and M. B. Fitri, "Pengaruh E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," J. Ekonomi Digital dan Bisnis, vol. 2, no. 1, pp. 45–52, 2021.

[11] U. Sekaran and R. Bougie, Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 8th ed., Wiley, 2019.

[12] I. Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

[13] A. K. Dewi and M. B. Fitri, "Pengaruh E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," J. Ekonomi Digital dan Bisnis, vol. 2, no. 1, pp. 45–52, 2021.

[14] L. S. Wahyuni and F. Azis, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif dalam E-Commerce dengan E-Wallet," J. Riset Konsumen, vol. 9, no. 2, pp. 123–130, 2022.

[15] M. Yusuf, S. Hidayat, and R. Permana, "The Effect of Cashless Payment on College Students' Spending Behavior," J. Keuangan dan Perilaku Konsumen, vol. 7, no. 1, pp. 33–41, 2021.

[16] S. Handayani and A. Rachmawati, "Digital Financial Literacy and the Use of Fintech Among College Students," J. Ilmiah Manajemen Teknologi, vol. 4, no. 2, pp. 55–63, 2020.