



Transformasi Budaya Konsumsi Mahasiswa di Era *Cashless Society*

(Studi Fenomenologi Penggunaan E-Wallet di Universitas Jember)

Diva Nabilla^{1*}, Alifiyah Jihan Fadilah², Salma Nur Azizha³, Naufal Desta Putra Ismail⁴

¹⁻⁴ Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember, Indonesia

Email: 240910302072@mail.unej.ac.id^{1*}, 240910302036@mail.unej.ac.id², 240910302068@mail.unej.ac.id³, 240910302053@mail.unej.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: 240910302072@mail.unej.ac.id

Abstract. *The development of digital technology has driven the emergence of a cashless society era that transforms how people transact, including among university students. The use of e-wallets such as GoPay, Dana, ShopeePay, and SeaBank is increasingly widespread on campuses, yet in-depth studies on their impact on student consumption culture from a cultural sociology perspective remain limited. This study aims to describe the transformation of student consumption culture at the University of Jember through e-wallet usage in the cashless society era. A qualitative phenomenological method was employed, with data collected through in-depth interviews with 8 informants from various faculties and semesters selected via purposive sampling, supplemented by observation and documentation. Data analysis followed the Miles & Huberman interactive model. The results reveal three main findings: (1) e-wallets have altered student consumption patterns through increased transaction frequency and the emergence of new expenditure categories, particularly food delivery and online shopping; (2) e-wallets have transformed in meaning from a mere transaction tool to a marker of social identity and modernity; and (3) the socio-cultural impacts include changes in group payment dynamics, reinforcement of consumerist behavior through promo and cashback features, and a decline in students' financial awareness. This study concludes that the transformation of student consumption culture in the cashless society era coincides with the formation of a new digital habitus that shapes social relations on campus.*

Keywords: *Cashless Society; Consumption Culture; E-Wallet; Phenomenology; Students.*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah mendorong lahirnya era cashless society yang mengubah cara masyarakat bertransaksi, termasuk di kalangan mahasiswa. Penggunaan seperti GoPay, Dana, ShopeePay, dan SeaBank semakin masif di lingkungan kampus, namun kajian mendalam tentang dampaknya terhadap budaya konsumsi mahasiswa dari perspektif sosiologi budaya masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan transformasi budaya konsumsi mahasiswa Universitas Jember melalui penggunaan dalam era cashless society. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 8 informan dari berbagai fakultas dan semester yang dipilih secara purposive sampling, serta observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama: (1) mengubah pola konsumsi mahasiswa melalui peningkatan frekuensi dan munculnya pengeluaran baru terutama di pos makanan daring dan belanja online; (2) telah bertransformasi maknanya dari sekadar alat transaksi menjadi penanda identitas sosial dan modernitas; serta (3) dampak sosial-budaya penggunaan mencakup perubahan dinamika patungan, penguatan perilaku konsumtif akibat fitur promo dan cashback, serta menurunnya kesadaran finansial mahasiswa. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi budaya konsumsi mahasiswa di era cashless society berjalan seiring dengan pembentukan habitus digital baru yang memengaruhi relasi sosial di lingkungan kampus.

Kata kunci: Budaya Konsumsi; *Cashless Society*; *E-Wallet*; Fenomenologi; Mahasiswa.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar dalam sistem pembayaran dan pola konsumsi masyarakat. Kemajuan infrastruktur internet, penetrasi smartphone yang masif, serta dukungan regulasi pemerintah menjadi tiga pilar utama yang mendorong akselerasi *cashless society* secara global. Worldpay mencatat bahwa pada tahun 2023, nilai transaksi dompet digital secara global telah

melampaui angka US\$13,9 triliun yang mana sebuah angka yang mencerminkan betapa dalamnya teknologi ini berakar dalam kehidupan ekonomi masyarakat dunia (Worldpay, 2024). Di kawasan Asia Pasifik, perubahan ini berlangsung paling cepat, dengan Indonesia bersama India dan Thailand menjadi negara-negara dengan tingkat adopsi *e-wallet* tertinggi di dunia (Capital One Shopping Research, 2026).

Indonesia bukan sekadar mengikuti arus global, namun dalam banyak hal, justru menjadi bagian terdepan dari gelombang itu. GoPay, OVO, DANA, dan *ShopeePay* kini hadir di hampir semua lapisan masyarakat kota, dari warung makan pinggir jalan hingga pusat perbelanjaan modern. Bank Indonesia mencatat pertumbuhan transaksi uang elektronik yang konsisten dari tahun ke tahun, dengan nilai transaksi belanja menggunakan *e-money* tumbuh hampir sebelas kali lipat dalam rentang lima tahun dan sebuah angka yang tidak bisa dijelaskan semata oleh faktor teknologi, melainkan juga oleh perubahan perilaku dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital (Databoks/BI, 2023).

Di kalangan mahasiswa, perubahan ini bahkan lebih terasa. Mereka adalah generasi yang tumbuh bersama internet, yang menganggap transaksi digital sebagai hal yang wajar dan natural. Di Universitas Jember, fenomena ini hadir di kantin, koperasi mahasiswa, lapak-lapak sekitar asrama, bahkan dalam transaksi antar mahasiswa itu sendiri. Yang berubah bukan hanya metodenya, melainkan juga ritmenya: belanja menjadi lebih cepat, keputusan menjadi lebih impulsif, dan batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi semakin kabur. Kemudahan yang ditawarkan *e-wallet*, disertai notifikasi promo yang datang silih berganti, secara perlahan membentuk ulang cara mahasiswa memandang uang dan konsumsi (Ramirez & Lopez, 2022; Putra & Dewi, 2022).

Fenomena konsumsi digital di kalangan kaum muda bukanlah hal yang berdiri sendiri, melainkan bagian dari transformasi gaya hidup yang lebih luas. Dalam penelitian mereka mengenai lingkaran mode di kafe Jember, Ramadani dan Rosa (2023) menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa saat ini sarat dengan makna identitas dan pembedaan sosial; kaum muda menunjukkan status sosial dan selera mereka di kalangan sebaya melalui pilihan konsumsi, mulai dari pakaian hingga tempat berkumpul. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa di era digital tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan, melainkan telah menjadi arena pertarungan simbolik, sebagaimana dijelaskan oleh Bourdieu. Transformasi digital yang mendorong perubahan pola konsumsi ini juga tidak terbatas pada kelompok tertentu dalam masyarakat. Wijaya dkk. (2024) mencatat bahwa perluasan ekosistem digital dan termasuk platform e-commerce dan fintech yang telah mengubah cara berbagai lapisan masyarakat, termasuk kelompok perempuan di tingkat komunitas, berpartisipasi dalam

aktivitas ekonomi, sekaligus menegaskan bahwa adopsi teknologi keuangan digital kini telah melampaui batas-batas kelas sosial.

Studi-studi sebelumnya tentang *e-wallet* di Indonesia sebagian besar menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada faktor penerimaan teknologi dan perilaku penggunaan (Prasetyo & Mansyur, 2022; Widyastuti, 2021). Pendekatan tersebut belum mampu menangkap secara mendalam makna subjektif di balik penggunaan *e-wallet* serta bagaimana hal tersebut membentuk budaya konsumsi mahasiswa. Kajian dari perspektif sosiologi budaya menggunakan pendekatan fenomenologi masih sangat terbatas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan transformasi budaya konsumsi mahasiswa di era *cashless society* melalui studi fenomenologi penggunaan *e-wallet* di Universitas Jember. Secara khusus, penelitian ini bertujuan: (1) mendeskripsikan pola perubahan perilaku konsumsi mahasiswa setelah menggunakan *e-wallet*; (2) mengungkap makna *e-wallet* bagi mahasiswa dari perspektif sosial dan budaya; serta (3) menganalisis dampak sosial-budaya penggunaan *e-wallet* di lingkungan kampus Universitas Jember.

2. KAJIAN TEORITIS

Budaya Konsumsi

Budaya konsumsi merupakan konsep sentral dalam sosiologi budaya yang merujuk pada sistem nilai, praktik, dan makna yang mengelilingi aktivitas konsumsi dalam masyarakat modern. Jean Baudrillard (1998) dalam karyanya *The Consumer Society* menegaskan bahwa konsumsi dalam masyarakat kontemporer bukan lagi sekadar pemenuhan kebutuhan biologis, melainkan telah berkembang menjadi sistem pertukaran tanda (*sign value*). Individu mengonsumsi bukan semata karena nilai guna suatu barang, melainkan karena makna sosial yang dikandungnya. Dalam konteks digital, *e-wallet* tidak hanya berfungsi sebagai alat bayar, tetapi juga menjadi simbol modernitas yang mengomunikasikan identitas penggunanya kepada lingkungan sosial.

Pierre Bourdieu (1984) melalui konsep *habitus* dan *kapital budaya* memberikan kerangka lain untuk memahami konsumsi. Menurutnya, praktik konsumsi merupakan ekspresi dari *habitus*, disposisi yang terinternalisasi melalui proses sosialisasi dan yang dipengaruhi oleh posisi seseorang dalam ruang sosial. Dalam konteks mahasiswa, konsumsi digital seperti penggunaan *e-wallet* dapat dipahami sebagai bagian dari pembentukan *habitus* digital generasi muda yang memengaruhi distinsi sosial di lingkungan kampus (Bourdieu, 1984). Budaya konsumtif, sebagaimana didefinisikan Wardani dan Anggadita (2021), merupakan perilaku

mengonsumsi barang secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan dan fenomena yang semakin menguat di era digital akibat stimulus promo dan kemudahan akses.

Cashless Society

Cashless society didefinisikan sebagai kondisi sosial di mana transaksi keuangan dilakukan secara elektronik tanpa melibatkan uang fisik. Konsep ini bukan sekadar inovasi teknologi, melainkan membawa perubahan mendasar dalam struktur sosial, relasi ekonomi, dan budaya masyarakat (Sari & Purnomo, 2022). Mulyana (2022) mencatat bahwa sistem pembayaran non-tunai memberikan kemudahan, keamanan, dan kecepatan dalam bertransaksi, sehingga mendorong pergeseran dari penggunaan uang tunai menuju sistem pembayaran digital seperti uang elektronik, mobile banking, dan *e-wallet*. Di Indonesia, *cashless society* berkembang pesat didorong oleh penetrasi smartphone yang tinggi dan ekosistem e-commerce yang berkembang masif, dengan implikasi sosiologis yang kompleks mulai dari inklusi keuangan hingga potensi kesenjangan digital.

E-Wallet

E-wallet atau dompet elektronik adalah aplikasi berbasis smartphone yang memungkinkan pengguna menyimpan uang secara digital dan melakukan transaksi pembayaran secara nontunai. Di Indonesia, *e-wallet* diregulasi oleh Bank Indonesia melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Fitur-fitur *e-wallet* modern yang mencakup *cashback*, promo, dan integrasi dengan platform e-commerce telah mengubah *e-wallet* dari sekadar alat pembayaran menjadi ekosistem konsumsi tersendiri. Rahmawati (2021) menemukan bahwa fitur promosi dalam *e-wallet* secara signifikan mendorong perilaku impulsive *buying* di kalangan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan fenomena pain of paying (Prelec & Simester, 2001), di mana pembayaran nontunai secara psikologis terasa tidak nyata sehingga mengurangi hambatan psikologis dalam mengeluarkan uang.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji topik terkait dari perspektif yang berbeda. Prasetyo & Mansyur (2022) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *e-wallet* di kalangan mahasiswa menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) secara kuantitatif, dan menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan adalah faktor dominan, namun tidak menyentuh aspek budaya dan makna sosial. Widyastuti (2021) mengkaji hubungan *e-wallet* dan perilaku konsumtif mahasiswa secara kuantitatif dengan temuan korelasi positif antara intensitas penggunaan *e-wallet* dan tingkat konsumtivitas. Santoso &

Dewi (2023) meneliti *cashless society* dari perspektif sosiologi ekonomi namun berfokus pada pekerja formal. Posisi penelitian ini adalah mengisi gap kajian fenomenologi pada konteks mahasiswa Universitas Jember, dengan menekankan dimensi pengalaman subjektif dan makna sosial-budaya yang belum banyak dikaji secara kualitatif.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan & Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Sugiyono (2018), metode kualitatif digunakan untuk berfokus pada pemahaman dan pengalaman yang menyeluruh dari pandangan informan, sehingga informan dapat memberikan informasi yang lebih lengkap untuk menganalisis fenomena yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk mengamati tanpa memihak subjek mana pun yang diteliti, lalu menuliskan apa yang benar-benar terjadi di lapangan. Dalam pandangan Creswell (2014), fenomenologi mengumpulkan data dari individu yang telah mengalami fenomena tersebut dan mengembangkan deskripsi gabungan tentang esensi dari pengalaman bagi semua individu, yang terdiri dari apa yang mereka alami dan bagaimana mereka mengalaminya.

Lokasi & Waktu Penelitian

Lokasi penelitian terletak di kampus Universitas Jember, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 4 hingga 7 Juni 2026. Lokasi ini dipilih karena memiliki hubungan yang erat dengan subjek penelitian dan merupakan tempat di mana fenomena penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa dapat diamati secara langsung dan mendalam.

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menetapkan kriteria informan sebagai berikut: mahasiswa aktif yang masih melakukan perkuliahan, mahasiswa yang menggunakan *e-wallet* minimal selama 6 bulan, dan berasal dari beberapa fakultas yang ada di Universitas Jember. Informan dipilih dari berbagai fakultas dan jenjang semester untuk memperoleh variasi perspektif dan pengalaman yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan 8 informan yang dinilai cukup untuk mendapatkan gambaran informasi yang luas dan menyeluruh sesuai dengan tujuan utama penelitian. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan informan yang dilakukan dengan memilih informan yang dinilai mengetahui dan mengerti mengenai fokus utama penelitian (Sugiyono, 2018).

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

Initial	Fakultas	Semester	E-Wallet	Lama Pakai	JK
IF1	FKM	2	Dana	8 bulan	P
IF2	FMIPA	2	Dana	1+ tahun	P
IF3	FEB	4	Dana, ShopeePay	8+ tahun	L
IF4	FISIP	4	GoPay, ShopeePay, Dana	3 tahun	P
IF5	FISIP	6	SeaBank	6 bulan	P
IF6	FP	6	Dana	2 tahun	P
IF7	FKIP	8	GoPay, ShopeePay	3 tahun	P
IF8	FKM	8	GoPay, ShopeePay, Dana	3+ tahun	L

Sumber: Data Primer (2026)

Teknik Pengumpulan Data

Teknik wawancara dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan informasi yang jelas dan rinci sebagai pendukung penelitian. Menurut Moleong (2017), wawancara dilakukan terhadap informan yang telah ditentukan dan memiliki hubungan dengan analisis penelitian menggunakan panduan semi-terstruktur. Wawancara dilakukan sekitar 45–60 menit tiap informan agar peneliti mendapatkan informasi dan data yang jelas dan rinci sebagai bahan analisis.

Observasi dilakukan untuk mendapatkan data di lapangan secara langsung tentang bagaimana terjadinya perilaku transaksi dalam kehidupan mahasiswa di kampus. Peneliti melakukan pengamatan di beberapa tempat terjadinya transaksi seperti kantin kampus dan penjual di sekitar kampus, dengan cara mengamati tanpa ikut terlibat dalam tindakan transaksi yang terjadi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan catatan lapangan (*field notes*) dan rekaman wawancara dengan seizin informan sebagai penguat hasil penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model interaktif Miles & Huberman (1994) yang terdiri dari tiga tahap: (1) reduksi data, yakni memilah informasi yang dianggap paling penting dan berkaitan langsung dengan fokus penelitian; (2) penyajian data, yaitu menyusun informasi yang telah dipilih dalam bentuk narasi tematik yang sistematis; serta (3) penarikan kesimpulan, yakni menjawab tujuan penelitian secara komprehensif berdasarkan data yang telah dianalisis.

Teknik Keabsahan Data

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data yang didapatkan dari beberapa informan dan apabila terdapat kemiripan maka data dapat dinyatakan valid (Sugiyono, 2018). Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara

dengan hasil observasi pada informan yang sama. Member checking dilakukan dengan cara memverifikasi data yang telah didapatkan kepada informan sehingga dapat dinyatakan absah (Moleong, 2017).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan 8 informan mahasiswa aktif Universitas Jember yang berasal dari berbagai fakultas dan semester dengan karakteristik yang beragam sebagaimana tersaji pada Tabel 1. Seluruh informan telah menggunakan *e-wallet* minimal 6 bulan dengan platform yang bervariasi, mulai dari Dana, GoPay, ShopeePay, hingga SeaBank. Berdasarkan data profil, GoPay dan Dana menjadi platform yang paling banyak digunakan, terutama karena tidak adanya biaya administrasi bulanan dan kemudahan integrasi dengan layanan Gojek serta Shopee. Pola penggunaan bervariasi: sebagian informan menggunakan *e-wallet* hampir setiap hari (IF5, IF6, IF8), sementara sebagian lainnya menggunakannya secara selektif hanya untuk transaksi tertentu (IF2, IF7).

Tema 1: Pola Perubahan Perilaku Konsumsi

Seluruh informan mengakui adanya perubahan dalam pola konsumsi mereka setelah menggunakan *e-wallet*, meskipun intensitas perubahannya berbeda-beda. Perubahan yang paling konsisten dilaporkan adalah peningkatan kemudahan bertransaksi yang pada akhirnya mendorong frekuensi pengeluaran yang lebih tinggi. Sebagian besar informan sebelumnya bergantung penuh pada uang tunai, dan beralih ke *e-wallet* didorong oleh beragam alasan: mengikuti ajakan teman (IF5, IF1), menghindari biaya admin mobile banking (IF3, IF4), hingga sekadar ingin mencoba (IF1).

Munculnya pengeluaran baru yang sebelumnya tidak ada menjadi temuan yang sangat menonjol. Hampir seluruh informan melaporkan peningkatan penggunaan layanan pesan-antar makanan dan belanja online. Informan IF8 (mahasiswa, semester 8, FKM) yang menggunakan *e-wallet* hampir untuk seluruh transaksinya menyatakan:

“Frekuensi pesan makanan online meningkat drastis. Dulu hampir tidak pernah, sekarang bisa tiga sampai empat kali seminggu. Belanja kebutuhan pribadi lewat marketplace jadi lebih sering karena tinggal checkout.”

Sementara itu, informan IF7 (mahasiswa, semester 8, FKIP) yang menggunakan *e-wallet* lebih selektif mengungkapkan pola yang berbeda. Meskipun tidak beralih secara penuh ke cashless, ia tetap merasakan kemunculan pengeluaran baru:

“GoFood itu yang paling berasa. Dulu ga pernah pesen delivery soalnya ribet mikirinnya, tapi sejak ada GoPay jadi lebih sering. Belanja baju online juga, kalo ada yang lucu langsung beli aja.”

Temuan ini memperkuat konsep *pain of paying* yang dikemukakan Prelec & Simester (2001), di mana hilangnya kontak fisik dengan uang secara psikologis mengurangi hambatan dalam bertransaksi. Sebagian besar informan menyebut lebih mudah mengeluarkan uang karena tidak merasakan uang berkurang secara fisik. Informan IF8 mengungkapkan bahwa tidak ada rasa sakit mengeluarkan uang kalau tidak memegang fisiknya langsung. Hal senada disampaikan IF6 (mahasiswa, semester 6, FISIP) yang menyatakan lebih boros karena tidak bisa melihat sisa uang secara fisik seperti saat memegang uang tunai.

Dalam hal manajemen keuangan, informan menunjukkan strategi yang beragam. IF3 (mahasiswa, semester 4, FEB) memanfaatkan fitur pencatatan pemasukan dan pengeluaran di aplikasi Dana sebagai alat kontrol. IF4 (mahasiswa, semester 4, FISIP) menerapkan strategi unik dengan mendistribusikan saldo ke beberapa *e-wallet* berbeda sebagai mekanisme pembatasan pengeluaran harian. Sementara IF6 (mahasiswa, semester 6, FP) bahkan kembali mengalokasikan sebagian dana secara tunai sebagai cara mengatur pengeluaran yang dianggap lebih terasa nyata.

Tema 2: Makna E-Wallet bagi Mahasiswa

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *e-wallet* tidak sekadar dipersepsi sebagai alat pembayaran, melainkan telah mengalami perluasan makna yang signifikan bagi mahasiswa. Spektrum makna yang ditemukan cukup luas, mulai dari *e-wallet* sebagai alat bantu praktis hingga *e-wallet* sebagai infrastruktur keuangan yang tidak tergantikan.

Informan dari semester awal cenderung memaknai *e-wallet* secara lebih fungsional dan netral. Informan IF1 (mahasiswa, semester 2, FKM) menyebut *e-wallet* sebagai fitur aplikasi yang membantu, simpel dan praktis, tanpa mengaitkannya dengan dimensi sosial atau identitas. Begitu pula IF2 (mahasiswa 1, semester 2, FMIPA) yang tetap lebih nyaman memegang cash dan menempatkan *e-wallet* sebagai pelengkap, bukan keharusan.

Sebaliknya, informan dari semester atas menunjukkan internalisasi yang jauh lebih dalam. Informan IF8 (mahasiswa, semester 8) bahkan mendefinisikan *e-wallet* sebagai infrastruktur keuangan personal dan sebuah framing yang menunjukkan betapa *e-wallet* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupannya. Ia menyatakan bahwa dompet fisik sekarang hampir selalu kosong, semua fungsi keuangan sehari-hari sudah berpindah ke sana. Tingkatan internalisasi ini sejalan dengan konsep habitus Bourdieu (1984), di mana disposisi

yang terbentuk melalui pengulangan praktik sehari-hari pada akhirnya menjadi sesuatu yang terasa alami dan taken-for-granted.

Dimensi identitas sosial juga muncul secara konsisten dalam pengakuan informan. Beberapa informan mengakui adanya perasaan lebih modern atau kekinian saat menggunakan *e-wallet* di tengah kelompok sosialnya. Informan IF4 mengaku merasa malu membayar dengan uang tunai di mall dan lebih memilih *e-wallet* untuk tampil lebih kekinian. Informan IF7 menyebut perasaan awkward saat harus bayar cash karena saldo habis, seperti jadi satu-satunya yang jadul. Fenomena ini mencerminkan apa yang oleh Baudrillard (1998) disebut sebagai sign value, di mana suatu alat transaksi melampaui fungsi teknisnya dan menjadi penanda posisi sosial dalam ruang kelompok sebaya.

Namun, tidak semua informan merasakan tekanan identitas ini. IF1 dan IF2 secara tegas menyatakan biasa saja dan tidak merasa ada yang spesial dari penggunaan *e-wallet*, mengindikasikan bahwa konstruksi makna sosial *e-wallet* tidak bersifat seragam dan masih dipengaruhi oleh latar belakang, lingkungan pergaulan, dan kepribadian individu.

Tema 3: Dampak Sosial-Budaya

Penggunaan *e-wallet* membawa dampak sosial-budaya yang signifikan di lingkungan kampus Universitas Jember, terutama dalam tiga aspek: perubahan dinamika patungan, penguatan perilaku konsumtif melalui promo dan cashback, serta pergeseran budaya pengelolaan keuangan.

Seluruh informan sepakat bahwa *e-wallet* telah mengubah cara mereka mengelola urusan finansial bersama. Sistem patungan yang dahulu penuh dengan perhitungan receh, urusan kembalian, dan potensi konflik kini menjadi jauh lebih sederhana. IF3 menggambarkan bagaimana di tongkrongan kini semua pesanan dijadikan satu pembayaran melalui *e-wallet* tanpa perlu repot menunggu kembalian. IF8 bahkan menyebut bahwa di organisasi kemahasiswaannya, semua transaksi kelompok sudah hampir sepenuhnya digital, dan proses ini menjadi lebih akuntabel karena ada bukti transfer.

Temuan yang paling menonjol dari aspek dampak sosial-budaya adalah peran fitur promo dan cashback dalam mendorong perilaku konsumtif. Hampir seluruh informan mengakui pernah melakukan pembelian yang tidak direncanakan semata-mata karena tergiur promo. Fenomena ini secara terang-terangan diakui oleh IF8:

“Beberapa kali membeli barang karena cashback-nya besar, bukan karena butuh barangnya. Logikanya waktu itu ‘kan dapat cashback, jadi lebih hemat’, padahal kalau tidak beli sama sekali kan lebih hemat lagi.”

Informan IF5 (Serly, semester 6, FISIP) menyebut fenomena ini sebagai pengeluaran dadakan dan pembelian impulsif yang dipicu oleh kondisi situasional seperti rasa bosan di kos, bukan oleh kebutuhan yang terencana. Sementara IF6 mengakui bahwa kemudahan diskon di GoFood menjadi semacam hak istimewa yang sulit diabaikan. Temuan ini selaras dengan konsep konsumsi tanda Baudrillard (1998) yang mana promo dan cashback tidak hanya menawarkan nilai ekonomis, tetapi juga nilai simbolik berupa rasa mendapatkan keuntungan yang mendorong individu terus mengonsumsi.

Mayoritas informan menyatakan merasa lebih boros setelah menggunakan *e-wallet*, dengan penyebab utama yang secara konsisten disebutkan adalah hilangnya hambatan psikologis akibat tidak memegang uang fisik secara langsung. Hanya IF3 yang menyatakan pengalaman berbeda dan ia justru merasa lebih hemat karena fitur pencatatan di aplikasi Dana membantunya memantau pengeluaran secara lebih terstruktur.

Dari perspektif yang lebih luas, informan IF8 memberikan refleksi paling kritis tentang dampak sosial-budaya *e-wallet*, yaitu potensi menurunnya kesadaran finansial mahasiswa karena tidak merasakan kehilangan uang secara fisik. Ia menegaskan bahwa literasi keuangan digital menjadi sangat penting, bukan hanya cara pakai *e-wallet*, tetapi bagaimana mengelola keuangan dengan bijak di era digital. Hal ini menunjukkan bahwa dampak *e-wallet* terhadap budaya konsumsi mahasiswa bersifat paradoks: di satu sisi meningkatkan efisiensi dan kemudahan, namun di sisi lain berpotensi menggerus disiplin finansial.

Diskusi

Secara teoritis, temuan penelitian ini memperkuat relevansi teori konsumsi Baudrillard dalam konteks digital Indonesia. Penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa Universitas Jember tidak dapat dipahami semata-mata sebagai adopsi teknologi, melainkan sebagai partisipasi dalam sistem tanda yang mendefinisikan ulang makna konsumsi. E-wallet telah menjadi medium di mana mahasiswa mengonstruksi dan mengkomunikasikan identitas sosial mereka dan yang berawal dari sekadar alat bayar menjadi penanda modernitas dan keterhubungan digital.

Kerangka habitus Bourdieu juga terbukti relevan. Data menunjukkan gradasi internalisasi yang berkorelasi dengan lamanya penggunaan: informan semester 2 masih memaknai *e-wallet* secara fungsional, sementara informan semester 8 telah sepenuhnya menginternalisasi *e-wallet* sebagai bagian dari identitas dan rutinitas harian. Proses ini menggambarkan bagaimana habitus digital terbentuk secara bertahap melalui akumulasi pengalaman dan tekanan sosial dari kelompok sebaya.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menambahkan dimensi fenomenologis yang memperkaya pemahaman tentang *e-wallet* melampaui data statistik adopsi teknologi. Pengalaman subjektif mahasiswa mengungkapkan kompleksitas relasi antara teknologi, identitas, dan budaya konsumsi yang tidak dapat ditangkap melalui pendekatan kuantitatif semata.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* telah mendorong transformasi budaya konsumsi mahasiswa Universitas Jember secara multidimensi. Pertama, terjadi pergeseran pola konsumsi dari berbasis kebutuhan menuju berbasis kemudahan dan impuls, yang ditandai dengan meningkatnya frekuensi transaksi dan munculnya pengeluaran-pengeluaran baru, terutama di pos pesan makanan daring dan belanja online. Hilangnya kontak fisik dengan uang terbukti mengurangi hambatan psikologis dalam bertransaksi sebagaimana dijelaskan oleh fenomena *pain of paying*.

Kedua, *e-wallet* telah bertransformasi dari sekadar alat transaksi menjadi simbol identitas sosial dan modernitas yang memengaruhi posisi sosial mahasiswa dalam kelompok sebayanya. Proses internalisasi ini berlangsung secara bertahap seiring lama penggunaan, membentuk habitus digital baru yang terasa alami dan diambil-begitu-saja. Ketiga, dampak sosial-budaya penggunaan *e-wallet* di lingkungan kampus mencakup penyederhanaan dinamika patungan, penguatan perilaku konsumtif yang dipicu oleh fitur promo dan cashback, serta potensi menurunnya kesadaran finansial mahasiswa.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada penerapan teori *sign value* Baudrillard dan konsep habitus Bourdieu dalam konteks masyarakat digital Indonesia. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi masukan bagi pihak universitas dalam merancang program literasi keuangan digital yang mengintegrasikan pemahaman dampak sosial-budaya teknologi pembayaran. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan ke beberapa perguruan tinggi atau menggunakan pendekatan *mixed methods* untuk gambaran yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan mahasiswa Universitas Jember yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi pengalaman dalam penelitian ini. Terima kasih pula kepada pihak Universitas Jember atas dukungan fasilitas penelitian.

DAFTAR REFERENSI

- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: SAGE Publications. <https://archive.org/details/consumersocietym0000baud>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press. <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674212770>
- Capital One Shopping Research. (2026). Digital Wallet Statistics: Users, Growth Rate & Trends. <https://capitaloneshopping.com/research/digital-wallet-statistics/>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications. ISBN: 978-1452226101
- Databoks/Bank Indonesia. (2023). Tren Belanja Pakai Uang Elektronik Tumbuh 1.000% dalam 5 Tahun Terakhir. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-data-analysis/book246128>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2022). Transformasi Sistem Pembayaran Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 6(1), 14-28.
- Prasetyo, B., & Mansyur, R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Wallet di Kalangan Mahasiswa: Pendekatan TAM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(2), 45-60.
- Prelec, D., & Simester, D. (2001). Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay. *Marketing Letters*, 12(1), 5-12. <https://doi.org/10.1023/A:1008196717017>
- Putra, A., & Dewi, R. (2022). Perubahan Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 4(2), 55-70.
- Rahmawati, D. (2021). Pengaruh Fitur Gamifikasi E-Wallet terhadap Impulsive Buying Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(3), 78-92.
- Ramadhani, D. E., & Rosa, D. V. (2023). Fashion skena: Kontestasi tampilan kaum muda di coffee shop Jember. *Jurnal Studi Pemuda*, 12(1), 65-80. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.92966>
- Ramirez, J., & Lopez, M. (2022). Digital Payments and Consumer Behavior: A Sociological Perspective. *Journal of Digital Society*, 3(1), 10-22.
- Santoso, H., & Dewi, R. (2023). *Cashless Society* dan Transformasi Relasi Sosial-Ekonomi. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 5(1), 33-50.
- Sari, N., & Purnomo, A. (2022). *Cashless Society*: Perubahan Budaya dan Tantangan Inklusi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10(2), 101-118.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Wardani, & Anggadita. (2021). Budaya Konsumtif di Era Digital: Kajian Sosiologis. *Jurnal Sosiologi Budaya*, 3(1), 20-35.
- Widyastuti, A. (2021). Hubungan Penggunaan E-Wallet dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 6(1), 22-36.

Wijaya, M. H. D., Afifah, I., & Hizam, M. G. I. (2024). Pemberdayaan ekonomi pada sekolah perempuan di Kelurahan Wirolegi Sumbersari Kabupaten Jember. *Diakoneo: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 1–9.
<https://diakoneo.pnk.ac.id/index.php/abdipoliku>

Worldpay. (2024). Global Payments Report 2024. Worldpay from FIS.
<https://worldpay.globalpaymentsreport.com>

Naskah Masuk: 08 Juni 2026; Revisi: –; Diterima: –; Tersedia: –; Terbit: –