



## Analisis Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Menabung dan Pengeluaran Konsumen di Indonesia

Siti Afiyah Hardinar Nazhifah<sup>1\*</sup>, Zakia Zamielna Putri<sup>2</sup>, Shandy Zahra Permadi<sup>3</sup>,  
Shakila Dian Nova<sup>4</sup>, Alsheira Nasywa<sup>5</sup>, Ahmad Setiawan Nuraya<sup>6</sup> 371-385

<sup>1-6</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School, Indonesia

[siti.202221111039@ibs.ac.id](mailto:siti.202221111039@ibs.ac.id)<sup>1\*</sup>, [zakia.20231111009@ibs.ac.id](mailto:zakia.20231111009@ibs.ac.id)<sup>2</sup>, [shandy.20231111013@ibs.ac.id](mailto:shandy.20231111013@ibs.ac.id)<sup>3</sup>,

[shakila.20231111014@ibs.ac.id](mailto:shakila.20231111014@ibs.ac.id)<sup>4</sup>, [alsheira.20231111027@ibs.ac.id](mailto:alsheira.20231111027@ibs.ac.id)<sup>5</sup>

Alamat: Jl. Kemang Raya No.35 7, RT.6/RW.1, Bangka, Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12730, Indonesia

Korespondensi penulis: [siti.202221111039@ibs.ac.id](mailto:siti.202221111039@ibs.ac.id)\*

**Abstract.** *This study aims to analyze the effect of e-wallet usage on consumer savings behavior and spending patterns in Indonesia. In the digital era, e-wallets have become a commonly used transaction tool due to their convenience, speed, and various promotional features offered. However, behind their convenience, e-wallets also pose new challenges in personal financial management, such as increased consumer behavior and decreased savings intentions. This study uses a quantitative explanatory approach with a cross-sectional survey design to understand the relationship between the intensity of e-wallet usage and consumer savings and spending habits. The results of the study show that ease of transactions and digital incentives can encourage spontaneous consumption behavior and weaken awareness of the importance of saving. However, with adequate digital financial literacy, e-wallets also have the potential to be a tool in managing finances wisely. This study emphasizes the importance of digital financial education so that people can utilize financial technology in a healthy and sustainable manner.*

**Keywords:** *Consumer behavior; Digital financial literacy; E-wallet; Saving; Spending*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku menabung dan pola pengeluaran konsumen di Indonesia. Dalam era digital, e-wallet telah menjadi alat transaksi yang umum digunakan karena kemudahan, kecepatan, serta berbagai fitur promosi yang ditawarkan. Namun, di balik kemudahannya, *e-wallet* juga memunculkan tantangan baru dalam pengelolaan keuangan pribadi, seperti peningkatan perilaku konsumtif dan penurunan niat menabung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain survei potong lintang (*cross-sectional*) untuk memahami hubungan antara intensitas penggunaan e-wallet dan kebiasaan menabung maupun pengeluaran konsumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa kemudahan transaksi dan insentif digital dapat mendorong perilaku konsumsi spontan dan melemahkan kesadaran terhadap pentingnya menabung. Namun, dengan literasi keuangan digital yang memadai, *e-wallet* juga berpotensi menjadi alat bantu dalam mengelola keuangan secara bijak. Penelitian ini menekankan pentingnya edukasi keuangan digital agar masyarakat dapat memanfaatkan teknologi finansial secara sehat dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** *E-wallet; Literasi keuangan digital; Menabung; Pengeluaran; Perilaku konsumen*

### 1. LATAR BELAKANG

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi berbagai aspek dari kehidupan manusia, termasuk dalam hal bagaimana cara masyarakat bertransaksi dan mengelola keuangan. Salah satu inovasi yang paling merubah pola konsumsi masyarakat dan transaksi dalam sistem keuangan digital adalah dengan hadirnya dompet digital atau electronic wallet (*e-wallet*). *E-wallet* merupakan sebuah aplikasi berbasis digital yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengelola, dan melakukan transaksi keuangan tanpa memerlukan uang tunai atau kartu fisik. Di Indonesia, *e-wallet* seperti GoPay,

OVO, Dana, dan ShopeePay telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan generasi muda dan masyarakat yang melek akan teknologi.

Pesatnya pertumbuhan industri e-wallet di Indonesia memiliki berbagai faktor pendukung, seperti meningkatnya pengguna internet dan ketergantungan, kemudahan akses terhadap teknologi-teknologi digital, seperti smartphone, serta dukungan dari pemerintah dalam mendorong ekosistem pembayaran digital. Menurut data dari Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), jumlah transaksi e-wallet terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Masyarakat biasanya menggunakan untuk kebutuhan belanja online. Selain itu, *e-wallet* juga digunakan dalam transaksi sehari-hari seperti pembayaran makanan, transportasi, tagihan, hingga transfer uang antar individu. Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan menjadikan e-wallet sebagai alternatif pembayaran yang efisien dan praktis tanpa adanya batasan waktu ataupun jarak.

Akan tetapi, di balik semua kemudahan yang tersedia, muncul kekhawatiran terhadap perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan individu, khususnya dalam hal pengeluaran dan kebiasaan menabung. *E-wallet* memberikan kemudahan terhadap kegiatan transaksi digital, serta sering kali tersedianya berbagai promo dan cashback. Hal tersebut dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak terkontrol. Dikarenakan transaksi secara digital, sebagian konsumen cenderung merasa "tidak mengeluarkan uang" secara nyata sehingga berisiko menurunkan kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang bijak. Selain kekhawatiran yang muncul, *e-wallet* juga memiliki dampak positif, seperti fitur pencatatan transaksi otomatis yang dapat membantu pengguna dalam memantau dan mengelola pengeluaran mereka, bahkan dapat mendorong perilaku menabung secara digital. Selain itu, menghemat waktu karena transaksinya cepat meskipun bergantung oleh internet yang ada.

Sangat penting bagi masyarakat Indonesia untuk pemahaman mendalam mengenai pengaruh e-wallet terhadap perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan individu. Perubahan ini tidak hanya berimplikasi pada pola konsumsi masyarakat, tetapi juga dapat memengaruhi stabilitas finansial rumah tangga dan daya tahan ekonomi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara menyeluruh bagaimana penggunaan e-wallet memengaruhi kehidupan konsumen, yaitu dengan kebiasaan menabung dan pola pengeluaran.

Dengan memahami dinamika ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dan ilmu dalam pengembangan literasi keuangan digital bagi masyarakat, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan, pelaku industri keuangan digital, dan masyarakat umum

dalam menggunakan e-wallet tanpa berlebihan dan mengganggu stabilitas keuangan pribadi dalam jangka panjang.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku menabung dan pola pengeluaran konsumen di Indonesia. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengukur hubungan antar variabel secara objektif dan menghasilkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Desain penelitian yang digunakan adalah *cross-sectional survey*, di mana data dikumpulkan pada satu waktu tertentu (*point in time*) untuk menguji hubungan antar variabel. Desain ini dipilih karena efisien dalam waktu dan biaya serta mampu mengumpulkan data dari sampel yang besar dan beragam.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Latar Belakang Perkembangan Teknologi Finansial

Teknologi finansial, atau *fintech*, telah mengubah sistem keuangan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi ini, masyarakat sekarang dapat mengakses berbagai layanan keuangan digital dengan lebih cepat, efektif, dan mudah. Dompet digital atau e-wallet adalah salah satu jenis fintech yang paling populer dan berkembang pesat.

Munculnya *e-wallet* sebagai alat pembayaran digital menjawab kebutuhan masyarakat akan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi keuangan. *E-wallet* memungkinkan pengguna menyimpan uang digital, melakukan pembayaran dengan ponsel pintar, dan mengakses berbagai layanan keuangan tanpa perlu pergi ke bank atau membawa uang tunai. Fenomena ini sangat relevan di era teknologi saat ini, terutama dengan meningkatnya penggunaan layanan digital dan belanja online lainnya.

Menurut Ramadhani et al. (2023), e-wallet adalah cara penyimpanan uang digital yang terhubung ke sistem internet dan memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi dengan cepat dan mudah. Kemudahan ini telah mendorong adopsi e-wallet secara luas di kalangan masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Namun, penelitian oleh Ramadhani et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memengaruhi perilaku hedonistik, tetapi tidak secara signifikan memengaruhi sikap menabung.

Selain itu, penelitian oleh Hariyani dan Prasetyo (2024) menemukan bahwa meskipun e-wallet membuat transaksi lebih mudah, penggunaan *e-wallet* tidak berdampak signifikan pada perilaku pembeli Gen Z. Sebaliknya, literasi keuangan lebih dominan dalam

memengaruhi perilaku mereka. Ini menunjukkan bahwa pendidikan keuangan sangat penting untuk mengatasi efek kemudahan teknologi finansial.

Namun, tidak dapat diabaikan bahwa kemudahan menggunakan *e-wallet* dapat membuat orang lebih banyak menghabiskan uang. Dalam penelitian Wawo et al. (2021), mereka menemukan bahwa penggunaan dompet elektronik sangat memengaruhi perilaku konsumtif siswa. Ini karena kemudahan bertransaksi dapat mengurangi pertimbangan tentang kebutuhan versus keinginan.

Kemajuan teknologi finansial melalui e-wallet memiliki dua sisi yang berbeda: mereka dapat membantu orang mengelola keuangannya dengan baik, seperti memantau pengeluaran, menetapkan batas transaksi, dan mengisi saldo hanya sesuai anggaran. Dengan kata lain, mereka dapat meningkatkan atau melemahkan kontrol individu atas keuangannya, tergantung pada bagaimana mereka menggunakannya dan seberapa baik mereka memahami keuangan masing-masing. Akibatnya, penting untuk memahami bagaimana kemajuan teknologi finansial khususnya *e-wallet* yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menabung dan menghabiskan uang. Pemahaman ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pendidikan dan kebijakan yang mendorong pemanfaatan teknologi keuangan secara produktif dan bijak.

### **Faktor Utama Konsumen Menggunakan E-Wallet dan Frekuensi Penggunaannya**

Beberapa faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan *e-wallet* di Indonesia adalah sebagai berikut

a) Manfaat yang Dirasakan (*Perceived Usefulness*)

Konsumen merasakan manfaat seperti kecepatan transaksi, kemudahan pembayaran, dan efisiensi waktu saat transaksi. Studi oleh Putri dan Adi (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi *e-wallet* memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakannya.

b) Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Studi oleh Putri dan Adi (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi *e-wallet* meningkatkan perilaku pengguna saat menggunakannya.

c) Promosi dan *Cashback*

Pelanggan menarik untuk menggunakan *e-wallet* dengan promosi seperti diskon dan pengembalian. Elvi (2023) menemukan bahwa promosi memengaruhi penggunaan dompet digital di Indonesia.

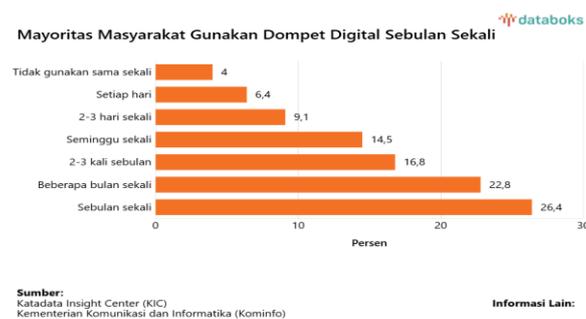
## d) Kepercayaan dan Keamanan

Faktor penting adalah memiliki kepercayaan terhadap penyedia layanan e-wallet dan berpikir bahwa transaksi aman. Harseno dan Achjari (2022) menemukan bahwa persepsi keamanan dan kepercayaan pengguna memengaruhi perilaku penggunaan e-wallet di Indonesia.

## e) Inovasi Layanan

Keputusan pelanggan dapat dipengaruhi oleh fitur inovatif seperti integrasi dengan layanan lain, kemudahan *top-up*, dan antarmuka yang mudah digunakan. Studi yang dilakukan oleh Putri dan Adi (2023) menunjukkan bahwa peningkatan layanan memengaruhi minat orang untuk menggunakan e-wallet.

Menurut survei yang dilakukan pada tahun 2021 oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dan Katadata Insight Center (KIC), tingkat penggunaan dompet digital masyarakat Indonesia adalah sebagai berikut:



Sebagian besar pengguna e-wallet di Indonesia menggunakan layanan ini setidaknya sebulan sekali, sebagian lainnya beberapa bulan sekali, sementara sebagian yang lebih aktif menggunakannya dua hingga tiga kali sebulan. Jumlah pengguna yang menggunakan *e-wallet* setiap hari dianggap rendah, menunjukkan bahwa meskipun *e-wallet* cukup populer, mayoritas masyarakat masih belum menggunakannya setiap hari.

Sebagian besar pengguna *e-wallet* hanya menggunakannya dua hingga tiga hari sekali, dan hanya sedikit yang menggunakannya setiap hari. Ini dapat disebabkan oleh frekuensi transaksi yang terbatas, misalnya hanya digunakan untuk pembayaran makanan, transportasi, atau membeli barang online.

Data menunjukkan bahwa meskipun *e-wallet* telah digunakan secara luas, penggunaan masih bergantung pada kebutuhan transaksi pelanggan. Ini juga menunjukkan bahwa ada potensi untuk meningkatkan penggunaan harian melalui ekspansi toko, integrasi dengan layanan tambahan, atau peningkatan pengetahuan keuangan digital.

Secara keseluruhan, ada tren positif untuk penggunaan e-wallet di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda dan penduduk kota. Namun, untuk membuat lebih banyak orang menggunakannya, dibutuhkan strategi yang meningkatkan kenyamanan, menambahkan nilai, dan mengajarkan mereka tentang keuangan.

### **Perubahan Konsumsi Masyarakat**

Revolusi digital telah mentransformasi perilaku konsumsi masyarakat melalui kemudahan transaksi (Wahab et al., 2025). Sistem pembayaran instan dan akses 24/7 ke platform *e-commerce* tidak hanya meningkatkan frekuensi belanja (Muhana et al., 2025), tetapi juga memicu konsumsi spontan (*impulse buying*) akibat hilangnya hambatan psikologis (Holik et al., 2025). Kemudahan ini sekaligus memperluas jangkauan konsumsi yang masyarakat kini leluasa membeli produk global yang sebelumnya sulit diakses (Tan, 2025). Pola konsumsi pun bergeser: kepraktisan transaksi digital mengalahkan pertimbangan harga, meminggirkan pasar tradisional (Engel et al., 2017), sementara layanan berlangganan (*subscription*) dan algoritma rekomendasi mendorong peralihan dari konsumsi barang fisik ke pengalaman (*experiential consumption*) (Anggeriana et al., 2011).

Sebelum maraknya e-wallet, konsumsi masyarakat cenderung bersifat terencana dan terbatas secara geografis. Masyarakat berbelanja kebutuhan pokok secara periodik (misalnya mingguan) di pasar tradisional atau toko fisik, dengan pembayaran tunai yang memerlukan persiapan uang pas. Transaksi non-esensial (seperti beli barang hiburan) umumnya dilakukan setelah pertimbangan matang karena proses pembayaran yang merepotkan. Setelah e-wallet dan QRIS mendominasi, pola ini berubah drastis: konsumsi menjadi spontan, harian, dan tanpa batas lokasi. Fitur "*one-tap payment*" memicu *impulse buying* (e.g., beli promo game atau kuliner karena notifikasi diskon), sementara akses ke *e-commerce* global memungkinkan belanja barang impor hanya dalam hitungan menit. Survei Bank Indonesia (2023) membuktikan 7 dari 10 orang kini melakukan pembelian tak terencana menjadi fenomena yang langka di era pra-digital.

Di balik efisiensi, kemudahan transaksi menyimpan risiko terhadap kesehatan finansial (Hendrayana et al., 2024). Mekanisme "klik-bayar" yang terlalu mudah berpotensi meningkatkan gaya hidup konsumtif (Hanina, 2021), terutama dengan maraknya fitur *paylater* tanpa bunga (0%) yang mendorong utang untuk kebutuhan non-prioritas (Elysia et al., 2023). Survei Bank Indonesia (2023) mengonfirmasi hal ini: 67% pembelian tak terencana terjadi akibat dominasi QRIS dan dompet digital. Selain itu, transaksi otomatis sering menimbulkan pengeluaran tersembunyi karena pengguna lupa membatalkan layanan tidak terpakai (Ausop

et al., 2018). Tanpa kontrol diri, kemudahan ini justru mengikis kesadaran finansial jangka Panjang (Triyana et al., 2024).

Transformasi ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi bukan sekadar pergantian metode bayar (tunai → digital), melainkan pengubah perilaku ekonomi masyarakat. Jika dulu "konsumsi" identik dengan aktivitas terencana dan fisik, kini ia berwujud aktivitas daring spontan yang dipicu algoritma. Dampaknya bersifat ganda: di satu sisi efisiensi dan akses terbuka lebar, di sisi lain budaya konsumtif dan utang mudah mengintai. Literasi digital menjadi benteng terakhir agar masyarakat tak terjebak dalam lifestyle inflation semata.

### **Hubungan Antara Intensitas Penggunaan E-Wallet dengan Niat Menabung**

Penggunaan e-wallet di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi uang elektronik meningkat dari Rp145,2 triliun pada 2019 menjadi Rp1.051,24 triliun pada 2024, dengan proyeksi pertumbuhan sebesar 25,77% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini mencerminkan adopsi yang cepat terhadap pembayaran digital di kalangan masyarakat. Survei yang dilakukan oleh Jakpat pada 2024 mengungkapkan bahwa 96% masyarakat Indonesia telah menggunakan e-wallet, menunjukkan penetrasi yang sangat tinggi di berbagai lapisan masyarakat. Tingginya adopsi e-wallet ini didorong oleh kemudahan dalam melakukan transaksi, berbagai promo yang ditawarkan, serta integrasi dengan layanan lain seperti transportasi dan *e-commerce*.

Namun, peningkatan intensitas penggunaan e-wallet ini memiliki implikasi terhadap perilaku menabung konsumen. Kemudahan dalam melakukan transaksi dan berbagai fitur promosi yang ditawarkan oleh e-wallet dapat mendorong perilaku konsumtif. Konsumen cenderung melakukan pembelian impulsif karena tidak merasakan secara fisik pengeluaran uang tunai, yang mengakibatkan menurunnya kesadaran untuk menyisihkan dana sebagai tabungan.

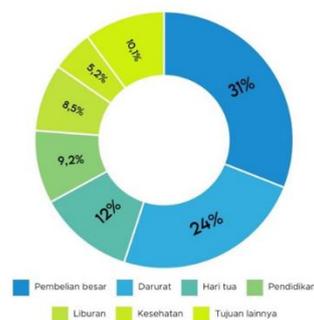
Laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI) menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data dari Bank Indonesia (2023) mencatat bahwa nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp 508,4 triliun, meningkat lebih dari 20% dibandingkan tahun sebelumnya (sumber BI). Selain itu, laporan Katadata Insight Center (2022) mengungkapkan bahwa meskipun penetrasi *e-wallet* sangat tinggi, hanya sekitar 35% generasi milenial dan Gen Z yang secara rutin menabung, sementara sebagian besar aktif menggunakan dompet digital untuk transaksi harian (sumber Katadata).

Fenomena ini menunjukkan indikasi adanya hubungan negatif antara intensitas penggunaan *e-wallet* dan niat menabung. Kemudahan bertransaksi dengan *e-wallet*, termasuk fitur promosi seperti *cashback*, diskon, dan pembayaran tanpa uang tunai, memudahkan konsumen melakukan pembelian impulsif tanpa merasa mengeluarkan uang secara langsung. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa “persepsi uang digital yang tidak berwujud mengurangi kesadaran pengeluaran”, sehingga mengurangi kebiasaan menabungkan. Penelitian oleh Pratama & Sari (2021) dalam Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan memperkuat temuan ini, yang menyebutkan bahwa “intensitas penggunaan *e-wallet* berkorelasi negatif dengan kebiasaan menabung, khususnya pada kelompok usia muda yang cenderung belum memiliki pengelolaan keuangan yang matang” (Pratama & Sari, 2021). Lebih lanjut, survei OJK (2023) juga mendukung hal ini dengan data bahwa hanya 36% generasi milenial dan Gen Z rutin menabungkan penghasilan untuk tabungan, sementara 78% di antaranya aktif menggunakan layanan dompet digital (sumber OJK).

Fitur “*pay later*” dan cicilan tanpa kartu kredit yang semakin umum di *e-wallet* juga memperkuat kecenderungan konsumtif, karena memberikan kemudahan membeli barang atau jasa secara kredit tanpa proses yang rumit. Hal ini menurunkan urgensi untuk menabungkan dan lebih mendorong konsumsi jangka pendek. Namun, aspek literasi keuangan digital menjadi kunci penting dalam memitigasi dampak negatif tersebut. Dengan edukasi yang baik dan pemanfaatan fitur manajemen keuangan yang tersedia di beberapa aplikasi *e-wallet* seperti fitur pengingat menabungkan, *budgeting*, dan pelacakan pengeluaran, *e-wallet* berpotensi membantu pengguna dalam mengelola keuangan dengan lebih bijak. Misalnya, beberapa aplikasi sudah mulai menyediakan fitur pengalokasian dana tabungan secara otomatis dari setiap transaksi atau penghasilan masuk. Dengan pendekatan ini, intensitas penggunaan *e-wallet* tidak selalu berdampak negatif terhadap niat menabungkan, selama pengguna memiliki kontrol dan disiplin finansial yang baik.

### Kepentingan Menabungkan untuk Pengelolaan Uang Pribadi

Sumber: GoodStats



Kemajuan teknologi finansial telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola hidup masyarakat, terutama dalam perilaku pengelolaan uang. *E-wallet* seperti GoPay, OVO, Dana, dan ShopeePay memberikan kemudahan dalam bertransaksi dimana saja tanpa kenal batas, namun di sisi lain memunculkan kekhawatiran dan tantangan baru dalam hal konsumsi yang tidak terkendali dan minat menabung yang turun. Dalam transaksi digital sering muncul *cashback* ataupun diskon sehingga mendorong konsumsi yang impulsif dan kurangnya kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang untuk diri sendiri.

Perencanaan keuangan jangka panjang merupakan proses seseorang dalam mengatur pemasukan, pengeluaran, dan tabungannya untuk mencapai tujuan finansial yang dituju untuk masa depan. Dasar dari setiap strategi keuangan yang berkelanjutan adalah dengan menabung. Menabung secara rutin, dapat mempermudah dalam mengatur keuangan yang akan digunakan untuk kebutuhan jangka panjang. Seperti ‘Prinsip *pay yourself first*’, yaitu memisahkan sedikit uang untuk tabungan sebelum membelanjakan. Prinsip ini merupakan kunci dalam menciptakan kestabilan keuangan untuk jangka panjang.

Menabung untuk jangka panjang sangatlah penting dan perlu dilakukan. Hal tersebut memiliki banyak manfaat bagi pribadi yang peduli akan kondisi keuangannya dimasa depan, yaitu :

**1. Finansial masa depan terjamin**

Menabung memberikan jaminan keamanan finansial dalam menghadapi ketidakpastian perekonomian di masa depan. Tabungan jangka panjang dapat digunakan saat penghasilan menurun, pensiun, atau terjadi keadaan darurat medis.

**2. Membantu pencapaian tujuan hidup**

Membeli rumah, membiayai pendidikan anak, atau membuka usaha memerlukan perencanaan jangka panjang yang termasuk kedalam pencapaian tujuan hidup. Dengan menabung secara konsisten, dana yang dibutuhkan bisa dicapai tanpa harus berutang atau menjual aset.

**3. Menghindari ketergantungan pada hutang**

Banyak orang yang terpaksa berhutang ketika menghadapi kebutuhan besar atau keadaan yang darurat dan membutuhkan dana yang besar. Dengan menabung secara berkala, seseorang memiliki cadangan dana sendiri dan tidak bergantung pada pinjaman berbunga tinggi.

**4. Mempersiapkan masa pensiun**

Memasuki usia pensiun sangatlah berat, selain fisik yang sudah berbeda, penghasilan tetap yang biasa didapatkan pun berhenti. Tabungan jangka panjang (misalnya dana

pensiun) menjadi sumber pendapatan utama yang dapat menjamin kualitas hidup lansia. Tabungan ini menjamin masa tua para lansia sehingga tidak susah di masa tua dan dapat menikmati hasil kerja kerasnya selama masa bekerja. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) menyatakan bahwa salah satu penyebab utama kesulitan finansial di masa pensiun adalah kurangnya kebiasaan menabung sejak usia produktif.

#### **5. Menghadapi biaya kesehatan yang meningkat**

Seiring berjalannya waktu dan bertambahnya usia, biaya pelayanan kesehatan cenderung meningkat. Salah satu solusi selain membuat asuransi kesehatan adalah dengan menabung untuk biaya yang akan dikeluarkan untuk kebutuhan pelayanan kesehatan, seperti pengobatan atau perawatan medis di masa tua. Hal ini dapat mengurangi stress di masa tua yang disebabkan oleh finansial.

Berdasarkan data dari GoodStats (November 2024), tujuan utama masyarakat Indonesia menabung adalah untuk pembelian besar (31%), seperti rumah, mobil, dan investasi lain. Selain itu untuk kebutuhan darurat (24%). Kedua kategori ini bersifat jangka pendek, yang merupakan bukan bagian dari perencanaan jangka panjang yang strategis untuk kestabilan finansial dimasa depan. Perencana keuangan menyarankan untuk membagi tujuan keuangan menjadi tiga kategori: jangka pendek, menengah, dan panjang. Tujuan jangka panjang biasanya mencakup pensiun, investasi properti, atau pendidikan anak, yang membutuhkan strategi dan disiplin tinggi (Kasmir, 2018). Menabung untuk tujuan jangka panjang bisa dilakukan dengan tabungan hari tua (12%), pendidikan (9,2%), dan kesehatan (10,1%). Persentasenya masih berada di bawah 15% bagi masyarakat Indonesia yang mencerminkan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan finansial masa depan yang berkelanjutan.

#### **Pentingnya Literasi Keuangan Digital dalam Penggunaan E-Wallet yang Bijak**

Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* di Indonesia meningkat pesat, dengan nilai transaksi yang terus tumbuh signifikan, mencapai Rp 35,1 triliun per bulan dan pertumbuhan tahunan sebesar 58,6%. Penggunaan *e-wallet* memberikan kemudahan dalam pengelolaan keuangan, seperti transaksi pembayaran yang cepat dan fitur pengelolaan uang yang membantu konsumen mengontrol pengeluaran. Data survei menunjukkan 96% responden di Indonesia menggunakan *e-wallet* dalam transaksi digital, menjadikan Indonesia sebagai pengguna terbesar di Asia Tenggara pada 2025 dengan prediksi nilai transaksi mencapai 70,1 miliar dolar AS.

Penelitian pada kalangan mahasiswa menunjukkan literasi keuangan digital dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-wallet*. Literasi

keuangan digital memberikan kontribusi efektif sebesar 20,32%, sedangkan persepsi keamanan sebesar 30,06% terhadap penggunaan layanan e-wallet. Hal ini menandakan bahwa pemahaman yang baik tentang keuangan digital mendorong penggunaan *e-wallet* secara bijak. Indeks literasi keuangan Indonesia juga mengalami peningkatan, mencapai 65,43% pada 2024, dengan kelompok usia produktif 26-35 tahun memiliki indeks tertinggi 74,82%. Peningkatan literasi ini penting untuk mendukung penggunaan e-wallet yang bertanggung jawab dan menghindari risiko pengeluaran berlebihan.

**Tabel 1. Transaksi E-Wallet**

Periode	Tahun		
	2019	2020	2021
<b>Volume</b>	5,226,699,919	5,226,699,919	5,396,400,276
<b>Nominal (dalam juta Rp)</b>	145,165,467.60	227,044,329.53	305,435,828.86

Sumber: Bank Indonesia (BI) 2021

Penggunaan *e-wallet* memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi dan pengelolaan keuangan sehari-hari, namun juga menimbulkan tantangan dalam pengendalian pengeluaran jika tidak disertai literasi keuangan digital yang memadai. Literasi keuangan digital menjadi kunci agar konsumen dapat menggunakan *e-wallet* secara bijak, mengatur pengeluaran, dan menabung dengan lebih efektif. Persepsi keamanan juga sangat berperan dalam mendorong adopsi *e-wallet*, karena kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai. Oleh karena itu, edukasi literasi keuangan digital harus diprioritaskan untuk mengoptimalkan manfaat *e-wallet* sekaligus meminimalkan risiko finansial.

Peningkatan indeks literasi keuangan yang stabil di Indonesia menunjukkan adanya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, termasuk dalam konteks digital. Hal ini mendukung tren positif penggunaan *e-wallet* yang tidak hanya sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai sarana pengelolaan keuangan yang lebih transparan dan terkontrol.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penggunaan e-wallet di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat seiring dengan kemajuan teknologi finansial (*fintech*) dan penetrasi internet yang semakin luas. *E-wallet* sebagai inovasi transaksi digital memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari pembayaran belanja, tagihan, hingga transfer uang secara elektronik tanpa memerlukan uang tunai. Faktor utama yang mendorong konsumen

memilih menggunakan *e-wallet* meliputi kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap keamanan layanan, pengetahuan konsumen, serta promosi yang efektif dari penyedia layanan. Frekuensi penggunaan *e-wallet* di Indonesia terus meningkat, terutama di kalangan generasi milenial dan Gen Z, yang mengandalkan *e-wallet* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan gaya hidup yang serba cepat dan mobile.

Kemudahan transaksi yang ditawarkan *e-wallet* telah mengubah pola konsumsi masyarakat, dengan kecenderungan peningkatan pengeluaran konsumtif akibat kemudahan dan kecepatan transaksi tanpa batasan fisik uang tunai. Namun, di sisi lain, intensitas penggunaan *e-wallet* juga menunjukkan hubungan positif dengan niat menabung, terutama apabila didukung oleh literasi keuangan digital yang baik. Literasi keuangan digital menjadi sangat penting agar pengguna dapat mengelola pengeluaran secara bijak, menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, dan tetap memprioritaskan kebiasaan menabung sebagai bagian dari pengelolaan keuangan pribadi untuk masa depan yang lebih terjamin. Selain itu, peran pemerintah dan Bank Indonesia dalam mendorong inklusi keuangan dan regulasi yang mendukung penggunaan transaksi nontunai turut mempercepat adopsi *e-wallet* di masyarakat.

Secara keseluruhan, *e-wallet* telah berperan penting dalam transformasi digital sektor keuangan Indonesia dengan meningkatkan efisiensi, inklusivitas, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, tantangan utama yang perlu diatasi adalah memastikan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak hanya meningkatkan konsumsi, tetapi juga mendukung perilaku menabung dan pengelolaan keuangan yang sehat melalui edukasi dan fitur pengelolaan keuangan yang inovatif.

## Saran

- 1) Pemerintah, regulator, dan lembaga keuangan perlu memperkuat program literasi keuangan digital yang menekankan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi, termasuk menabung, agar masyarakat dapat menggunakan *e-wallet* secara bijak dan bertanggung jawab.
- 2) Pengembang aplikasi *e-wallet* disarankan untuk mengintegrasikan fitur-fitur pengelolaan keuangan seperti budgeting, pengingat menabung, dan laporan pengeluaran yang mudah dipahami guna membantu pengguna mengontrol keuangan dan meningkatkan kesadaran finansial.
- 3) Masyarakat, khususnya generasi muda, harus didorong untuk meningkatkan kesadaran dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan agar penggunaan *e-wallet* tidak mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan tetap menjaga kebiasaan menabung.

- 4) Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumsi dan tabungan di berbagai segmen masyarakat, sehingga strategi edukasi dan pengembangan produk dapat lebih tepat sasaran.

## DAFTAR REFERENSI

- Anggeriana, H., Kom, S., & Kom, M. (2011). Cloud computing. *Jurnal Teknik Informatika*, 1.
- Ariwangsa, I. G. N. O., & Jayanatha, G. B. S. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Denpasar. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 11(3), 254–265.
- Ausop, A. Z., & Aulia, E. S. N. (2018). Teknologi cryptocurrency bitcoin untuk investasi dan transaksi bisnis menurut syariat Islam. *Jurnal Socioteknologi*, 17(1), 74–92.
- Bank Indonesia. (2023). Statistik sistem pembayaran. <https://www.bi.go.id>
- Elvi. (2023). Faktor yang memengaruhi penggunaan dompet digital di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), 126–136.
- Elysia, B. S., & Achmad, M. J. (2023). Analisis akad jual beli menggunakan Shopee Paylater dalam perspektif hukum Islam. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 3(1), 832–858.
- Engel, Y. A., & Susanto, H. (2017). Pahlawan ekonomi kreatif. *Elex Media Komputindo*.
- Fadhila, A., & Utami, P. M. (2023). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(3), 81066–81075.
- GoodStats. (2024). Alasan utama masyarakat Indonesia menabung. <https://goodstats.id>
- Goodstats.id. (2024). Indeks literasi keuangan Indonesia terus naik, capai 65% di 2024. <https://goodstats.id>
- Hanina, A. (2021). Efektivitas penggunaan QRIS pada transaksi penjualan Potato Life di Roxy Jember [Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember].
- Hariyani, R., & Prasetyo, T. (2023). Consumer behavior generasi Z: Aspek e-wallet dan financial literacy. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 100–110.
- Hariyani, R., & Prasetyo, T. (2024). Consumer behavior generasi Z: Aspek e-wallet dan financial literacy. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2).
- Harseno, D. F., & Achjari, D. (2022). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan e-wallet di Indonesia. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 9(4).
- Hendrayana, I. G., Suprayitno, D., Judijanto, L., Kosadi, F., Kusumastuti, S. Y., & Sepriano, S. (2024). *E-money: Panduan lengkap penggunaan dan manfaat e-money dalam era digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hermawan, R., et al. (2024). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. *Maeswara Journal*.
- Holik, A., & Santika, M. D. (2025). Faktor yang menentukan perilaku impulsive buying di kalangan mahasiswa. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 8(1), 136–144.

- Integrative Perspectives of Social and Science Journal. (2023). 2(01 Februari), 363–377.
- JUREKSI. (2025). E-wallet di kalangan mahasiswa: Apakah literasi keuangan digital dan persepsi keamanan menjadi faktor penentu. STIKES Ibnusina.
- Kasmir. (2018). Manajemen keuangan (Edisi revisi). Raja Grafindo Persada.
- Katadata Insight Center. (2022). Studi perilaku konsumen digital Indonesia.
- Khatimah, H. (2023). E-money, perilaku konsumen dan teori adopsi teknologi. Deepublish.
- Kompas.id. (2024). Penggunaan dompet digital Indonesia terbesar pada 2025, apa yang harus diantisipasi. <https://kompas.id>
- Muhana, N., Umuri, K., Muftahuddin, M., & Ginting, L. M. (2025). Pengaruh hedonic dan internet addiction terhadap pembelian tidak terencana pada pengguna marketplace yang dimoderasi religiusitas. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(2), 72–91.
- Nikmah, Y. K., & Satria, D. (2024). Analisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumen (Studi sebagian masyarakat Jawa Timur). *Journal of Development Economic and Social Studies*, 3(2), 20–30.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Strategi nasional literasi keuangan Indonesia. <https://www.ojk.go.id>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2023. <https://www.ojk.go.id>
- Pratama, Y., & Sari, D. A. (2021). Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku menabung mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(2), 101–110.
- Putri, A. P., & Nugroho, Y. (2022). Digital payment dan konsumsi impulsif: Studi pada pengguna e-wallet di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 45–59.
- Putri, K. M. A., & Adi, I. N. R. (2023). Kemanfaatan, kemudahan penggunaan, perilaku konsumen, dan minat penggunaan e-wallet. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 19(1).
- Putri, R. A., & Nugroho, S. (2021). Pengaruh e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi*, 12(2), 77–89.
- 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 (EMBISS)*, 3(3), 268–275.
- Tan, F. (2025). Laporan komprehensif ekosistem bisnis kreatif Yogyakarta.
- Tempo.co. (2022). Nilai transaksi e-wallet bulanan tembus Rp 35,1 triliun, tumbuh 58,6 persen. <https://tempo.co>
- Triyana, T., Asnaini, A., & Polindi, M. (2024). Analisis perilaku konsumtif pengguna layanan buy now pay later dalam konsep konsumsi menurut Muhammad Abdul Mannan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(2), 1445–1456.
- Vania, H. F. (2022, Juli 29). Frekuensi penggunaan dompet digital di Indonesia. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id>
- Wahab, F., & Ihsan, M. (2025). Revolusi digital perbankan syariah: Mendorong inovasi keuangan Islam di Indonesia. *Journal of Islamic Finance and Syariah Banking*, 2(2), 87–99.

- Wawo, A. B., Safaruddin, S., & Qalbi, N. (2021). Pengaruh penggunaan dompet elektronik sebagai alat transaksi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(2).
- Wijonarko, P., Salam, A., Tundo, T., Tampubolon, P., James, B. A., Akbar, R., ... & Tasti, A. T. (2024). Menuju internet sehat: Mendorong kesadaran masyarakat dalam penggunaan sosial media dan keamanan transaksi digital. *BERDIKARI*, 7(1).