

Tingkat Konsumsi Pengguna E-Wallet di Kalangan Siswa SMA Surabaya

Oktavia Yasnandra

Program S1-Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

oktaviayasnandra16040564037@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan tingkat konsumsi pengguna e-wallet di kalangan siswa SMA di Surabaya. Lokasi penelitian ini berada di SMA Khadijah Surabaya dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang merupakan penelitian dimana peneliti ingin menggambarkan suatu fenomena tertentu secara umum yang dalam hal ini adalah tingkat konsumsi pengguna e-wallet di kalangan siswa SMA di Surabaya. Subjek dari penelitian ini adalah siswa SMA Khadijah dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Setelah mendapatkan data akan diolah menggunakan uji *chi square*. Penelitian ini menggunakan konsep konsumsi Thorstein Veblen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek yang menunjukkan perbedaan atau hubungan tingkat konsumsi antara siswa SMA Khadijah Surabaya dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Perbedaan tersebut juga menunjukkan bahwa SMA Khadijah Surabaya memiliki tingkat konsumsi yang tinggi dibandingkan dengan siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa konsep konsumsi oleh Thorstein Veblen masih relevan dengan penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi tinggi yang dilakukan oleh siswa SMA Khadijah Surabaya menunjukkan bahwa mereka melakukan konsumsi mencolok. Sebaliknya tingkat konsumsi siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya tergolong menengah dan menunjukkan bahwa mereka tidak melakukan konsumsi mencolok.

Kata kunci : *Tingkat Konsumsi, Leisure Class, Konsumsi Mencolok*

Abstract

This study was conducted on the consumption level of e-wallet users among high school students in Surabaya. The location of this research is in SMA Khadijah Surabaya and SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. This study uses a descriptive quantitative method which is a research where the researcher wants to describe a certain phenomenon in general, which in this case is the level of consumption of e-wallet users among high school students in Surabaya. The subjects of this study were students of SMA Khadijah and SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. After getting the data, it will be processed using the chi square test. This study uses the concept of Thorstein Veblen consumption. The results of this study indicate that there are several aspects that show differences or relationships in consumption levels between students of SMA Khadijah Surabaya and SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. This difference also shows that SMA Khadijah Surabaya has a high level of consumption compared to students of SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. It can be concluded that the concept of consumption by Thorstein Veblen is still relevant to this study. This study shows that the high level of consumption carried out by high school students Khadijah Surabaya indicates that they do conspicuous consumption. On the other hand, the consumption level of the students of SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya is moderate and shows that they do not consume conspicuous.

Keywords: *Consumption Level, Leisure Class, Conspicuous Consumption*

A. Pendahuluan

Saat ini kita telah memasuki era digital. Maksud dari era ini adalah dimana semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam sehari-hari mulai menggunakan teknologi sebagai penunjangnya. Hal ini bertujuan untuk mempermudah manusia dalam melakukan kegiatan sehari-harinya. Era digital ini mempengaruhi seluruh kegiatan di seluruh aspek yang ada dan salah satunya adalah aspek ekonomi. Saat ini banyak kegiatan ekonomi yang mulai menggabungkan dengan teknologi yang juga mulai berkembang dengan pesat. Salah satu kegiatan ekonomi yang cukup sering menggunakan kemajuan teknologi saat ini adalah kegiatan transaksi. Saat ini masyarakat mampu melakukan kegiatan transaksi belanja dengan teknologi yang ada. Hal ini disebabkan kegiatan belanja saat ini mulai terintegrasi dengan internet sehingga dapat diakses secara online. Transaksi yang dilakukan secara *online* saat ini telah menjadi populer di kalangan masyarakat Indonesia. Tentu saja dengan kemajuan teknologi ini banyak perusahaan yang saling bersaing untuk selalu berinovasi untuk memberikan layanan transaksi secara *online* yang dapat digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berbagai aplikasi dapat digunakan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi salah satunya adalah aplikasi e-wallet.

E-wallet meruakan sebuah aplikasi ini merupakan sebuah tempat yang dianggap aman dalam menyimpan beberapa nominal uang. Pengguna dapat menggunakan aplikasi ini untu bertransaksi dibeberapa jalur baik untuk membayar barang ataupun jasa secara *online*. (Worldpay, 2018). Saat ini pengguna aplikasi e-wallet sendiri sudah cukup berkembang pesat di Indonesia. Hal ini seperti yang dapat

dilihat dalam berita yang dirilis di Tempo.co(Hidayat, 2019) yang menunjukkan bahwa transaksi digital saat ini sudah menjadi populer bagi masyarakat Indonesia. Dalam pemberitaan tersebut juga memperlihatkan riset yang dilakukan oleh Morgan dan Stanley yang menyebutkan bahwa transaksi digital di Indonesia saat ini juga mulai bermunculan dan didominasi oleh perusahaan finansial berbasis teknologi daripada bank yang ada Indonesia. Perusahaan e-wallet yang saat ini digemari oleh masyarakat Indonesia adalah perusahaan Go-pay dan Ovo. Dalam riset tersebut juga menunjukkan bahwa rata-rata jumlah transaksi yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia dalam penggunaan Go-Pay mampu mencapai Rp50 juta perbulan atau Rp1,6 juta perharinya. Perusahaan Go-Pay pun pada tahun 2018 juga telah memproses transaksi sebanyak Rp 89 triliun dalam setahun tersebut. hal ini sangat berbeda dengan E-card Flazz milik bank BCA yang hanya mampu memproses transaksi sebesar Rp 4 triliun, E-card tapcash milik BNI sebanyak Rp 900 miliar, dan e-mone milik Mandiri sebesar Rp 13,3 triliun dalam setahunnya. Jumlah proses transaksi ini menunjukkan bahwa saat ini masyarakat Indonesia mulai beralih melakukan transaksi dalam bentuk e-wallet daripada menggunakan e-card yang dikeluarkan oleh Bank yang ada di Indonesia.

Melihat jumlah transaksi yang begitu drastis dapat diperlihatkan bahwa terjadinya perubahan gaya transaksi di Indonesia. Perubahan ini merupakan salah satu perubahan sosial yang telah terjadi di masyarakat. Hal ini dapat terlihat dari alat transaksi yang mulai berubah yang biasanya menggunakan tunai sekarang dapat menggunakan aplikasi e-wallet.

Masyarakat menjadi lebih mudah dalam melakukan transaksi karena tidak memerlukan dompet tebal yang berisikan uang tunai atau kartu namun hanya membutuhkan satu *smartphone*. Perubahan ini dapat terjadi karena masyarakat Indonesia saat ini sudah mulai rasional dalam melakukan suatu hal. Tentunya pilihan rasional ini juga dalam menggunakan aplikasi e-wallet. Penggunaan aplikasi tersebut dirasa memiliki banyak keuntungan seperti halnya banyaknya promo atau diskon, lebih hemat dalam membayar disebabkan sesuai dengan nominal yang tertera sehingga dalam pembayaran tidak mengalami kurang maupun lebih, tidak perlu membawa banyak uang tunai ketika bertransaksi hanya memerlukan satu *smartphone* maka transaksi dapat terjadi dalam beberapa detik. Efisiensi waktu juga menjadi salah satu aspek masyarakat mulai beralih ke aplikasi e-wallet. Pengguna aplikasi tersebut juga mampu melakukan transaksi belanja *online* tanpa harus melakukan mobilitas. Hal ini juga berlaku ketika melakukan belanja *offline* dimana masyarakat tidak perlu mencari mesin ATM untuk mencari uang tunai cukup mengisi saldo aplikasi e-wallet tersebut sudah mampu melakukan transaksi. Tentu saja dengan melakukan transaksi tersebut secara tidak langsung masyarakat mencitrakan mereka menjadi manusia modern. Hal ini disebabkan masyarakat dapat melakukan transaksi dengan mudah melalui teknologi yang berkembang di masa sekarang. Kemudahan dan keuntungan ini yang akhirnya membuat masyarakat mulai berubah dari menggunakan uang tunai menjadi uang elektronik. Pengguna aplikasi ini pun hampir tersebar di seluruh Indonesia salah satunya adalah kota Surabaya.

Surabaya merupakan salah satu kota metropolitan yang memiliki banyak pusat perbelanjaan besar (Mall). Salah satunya adalah Royal Plaza Surabaya yang berada di Jalan Ahmad Yani Surabaya yang merupakan salah jalan sibuk di kota Surabaya. Dalam artikel yang dilansir oleh surya.co.id (Purwanto, 2015) dinyatakan bahwa Royal Plaza merupakan pusat perbelanjaan yang terlengkap di wilayah Surabaya Selatan. Kebutuhan apapun dapat dicari di Mall tersebut mulai dari kebutuhan rumah tangga, pakaian, sekolah, gaya hidup, dan sebagainya. Berbagai kelengkapan yang ditawarkan oleh Mall tersebut tentunya mampu menarik minat masyarakat di berbagai kalangan usia untuk berbelanja di tempat tersebut. Salah satunya adalah siswa SMA. Royal Plaza dalam upayanya menarik minat masyarakat melakukan kerjasama dengan berbagai restoran, *departement store*, toko retail, hingga berbagai UMKM yang bekerjasama dengan berbagai perusahaan aplikasi e-wallet sebagai sarana transaksi. Tentunya dengan berbagai macam penawaran yang diberikan oleh Mall Royal Plaza Surabaya secara tidak langsung akan terjadi perubahan yang dirasakan oleh masyarakat yaitu tingkat konsumsi. Salah satu kalangan yang juga mengalami perubahan dalam tingkat konsumsinya adalah kalangan siswa SMA. Hal ini dapat terjadi karena lokasi Royal Plaza cukup dekat dengan sekolah tingkat SMA. Lebih dari 2 sekolah yang lokasinya cukup dengan Mall tersebut yang jaraknya kurang dari 500 meter. Tentunya dengan jarak yang sedekat itu secara tidak langsung mampu menarik siswa SMA untuk mengunjungi Mall karena akses jalan yang begitu mudah. Sekolah yang lokasinya berada di dekat Mall tersebut juga termasuk sekolah swasta yang ada di

kota Surabaya. Usia yang masih muda juga membuat mereka memahami betul bagaimana perkembangan teknologi yang begitu cepat sehingga tidak memungkiri bahwa mereka juga menggunakan aplikasi e-wallet.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tingkat konsumsi. Pertama jurnal penelitian berjudul *Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi* (Lisma & Haryono, 2016). Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa motif bertransaksi dalam melakukan pembelian untuk makan dan pembelian *fashion*. Tentu saja hal ini tentu membuat mahasiswa harus memiliki strategi dalam mengalokasikan uang saku. Penelitian kedua berupa jurnal penelitian berjudul *Analisis Trust dalam Penggunaan E-Money sebagai Teknologi Konsumsi* (Maulinda, 2015). Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa pandangan *trust* terhadap *E-Money* bagi kelas menengah keatas dan menengah kebawah memiliki perbedaan baik dari *Rational Trust* maupun *Moral Trust*. Penelitian ketiga merupakan jurnal penelitian yang berjudul *The Effect of Mobile Retailing on Consumers Purchasing Experiences* (Pantano & Priporas, 2016). Penelitian ini dilakukan pada orang-orang yang berusia 25-35 tahun yang tinggal di Italia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat terutama warga Italia cenderung melakukan kegiatan berbelanja melalui *mobile*. Hal ini dilakukan untuk menciptakan nilai sendiri bagi konsumen. Nilai yang dimaksud adalah tidak

membuang waktu, dapat menabung, mendukung gaya hidup, dan menawarkan keamanan dalam transaksi serta memiliki barang yang lebih berkualitas.

Berdasarkan pendahuluan diatas penelitian ini dilakukan untuk membandingkan tingkat konsumsi mana yang paling tinggi antara SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya dan SMA Khadijah Surabaya. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tingkat konsumsi pengguna e-wallet di kalangan siswa SMA Khadijah dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui tingkat konsumsi pengguna e-wallet di kalangan siswa SMA terutama SMA Khadijah Surabaya dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan menggunakan survei. Lokasi yang digunakan oleh peneliti untuk penelitian berada di SMA Khadijah Surabaya dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April - Juni 2021. Selanjutnya populasi yang digunakan adalah siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya dan SMA Khadijah Surabaya yang berjumlah 1.615 siswa. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 114 orang. Batasan sampel dalam penelitian adalah sampel merupakan pengguna dari aplikasi *e-wallet*. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan angket kepada siswa secara *online*. Analisa data yang digunakan menggunakan analisis Chi Square dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$X^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right]$$

Dimana :

X^2 : nilai chi square

f_o : frekuensi yang diperoleh

f_e : frekuensi yang diharapkan

Dasar pengambilan keputusan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Jika Chi Square hitung < Chi Square tabel maka hipotesis penelitian (H_0) diterima.
- b. Jika Chi Square hitung > Chi Square tabel maka hipotesis penelitian (H_0) ditolak.

Dasar pengambilan keputusan hipotesis dilanjutkan berdasarkan taraf signifikansi (nilai α) sebesar 0,05 adalah sebagai berikut :

- a. Jika Nilai Probabilitas > α (0,05) maka hipotesis penelitian (H_0) diterima.
- b. Jika Nilai Probabilitas $\leq \alpha$ (0,005) maka hipotesis penelitian (H_0) ditolak.

C. Hasil dan Pembahasan

Konsep Konsumsi secara Sosiologi

Konsumsi merupakan sebuah kegiatan yang sudah tidak jarang lagi di masyarakat. Banyak para pakar yang telah mendefinisikan konsumsi sesuai dengan keahliannya masing-masing. Salah satunya ada Thorstein Veblen yang merupakan seorang bapak ekonomi institusional neoklasik berkat kontribusinya dalam perkembangan ekonomi secara institusional pada saat itu. Veblen pada saat itu memiliki pandangan bagaimana institusi memiliki mampu mempengaruhi perilaku orang dari perspektif evolusi (Almeida, 2015). Pada saat itu beliau melihat bahwa terdapat kelas dimana kelas ini tercipta dari lingkungan sosial yang memiliki

kebiasaan berpikir, lembaga, dan pengaruhnya. Beliau mengungkapkan sebuah konsep naluri dimana konsep ini mampu mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh konsumen terutama konsumen yang melakukan konsumsi mencolok. Naluri ini berasal dari dorongan dalam diri manusia dalam membuat keputusan dengan tujuan untuk mencari kesenangan masing-masing individu. Veblen mengungkapkan bahwa naluri ini memiliki keterkaitan dengan fakta konsumen mencolok karena individu merasakan dorongan untuk berperilaku konsumsi yang mencolok. Naluri yang membedakan Veblen dengan yang lain adalah terdapat peran lembaga dari dunia luar yang menjadi bagian dari naluri itu sendiri. Lembaga luar yang dimaksud oleh Veblen ini adalah kelompok kelas leisure.

Veblen juga mengungkapkan bahwa produksi merupakan suatu proses budaya (Mouhammed, 2000). Proses yang dimaksud adalah manusia mulai berbagi pengetahuan dan keterampilan serta bekerjasama untuk menghasilkan barang dan jasa. Produksi ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia berdasarkan sistem milik pribadi agar dapat mencapai keuntungan yang tidak wajar. Menurut Veblen agar keuntungan produksi menjadi wajar yaitu dengan cara membuat masyarakat melakukan peningkatan permintaan sehingga produksi bisa dibuat menjadi lebih luas. Salah satu sumber untuk meningkatkan permintaan adalah melalui konsumsi. Veblen membagi konsumsi menjadi dua yaitu konsumsi mencolok dan konsumsi instrumental. Konsumsi mencolok merupakan pengeluaran yang perbandingan penggunaannya tidak terlihat berbeda dengan konsumsi instrumental yang pengeluarannya merupakan barang yang

terlihat secara jelas dan mencapai tujuan tertentu. Konsumsi mencolok dilakukan oleh orang kaya atau *leisure class* sebagai cara kontrol sosial atau dominasi kekuasaan berbeda dengan konsumsi instrumental yang dilakukan oleh semua kelompok sosial.

Konsumsi mencolok sendiri menurut Veblen merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *leisure class* sebagai praktik *socioculturalism* (Khalil, 1995). Praktik ini merupakan simbol reifikasi atau sebuah bukti bahwa kesuksesan dapat dilihat dari benda-benda yang dimiliki oleh aktor. Para pelaku praktik ini melihat bahwa proses sejarah sebagai produk dari imajinasi, gaya, serta harapan dari masing-masing individu. Menurut beliau pengambilan keputusan dalam melakukan konsumsi berdasar pada selera dan norma budaya yang dianut oleh aktor itu sendiri. Perilaku manusia merupakan sesuatu yang berpola dan berasal dari kebiasaan berpikir yang tentunya dapat mempengaruhi perilaku konsumsi individu. Konsumsi mencolok sendiri memiliki dua efek samping yang saling berkaitan satu sama lain. Efek samping tersebut diantaranya efek *snob* atau kebanggaan palsu untuk status barang dan efek masalah rasa.

Teori *leisure class* yang ditulis oleh Veblen dalam karyanya yang berjudul *The Theory of the Leisure Class* mengungkapkan bahwa perkembangan kota yang semakin cepat secara tidak langsung telah membentuk kelas sosial baru (Suyanto, 2017). Masyarakat mulai memunculkan perilaku konsumsi yang mencolok (*conspicuous consumption*) karena pada dasarnya manusia melakukan konsumsi bukan didasarkan atas keinginan sendiri. Menurutnya konsumsi yang sesungguhnya lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan manusia agar dinilai lebih

oleh orang lain. *Leisure Class* merupakan kelas sosial yang dimana berisikan masyarakat yang memiliki kekayaan dan menghabiskan waktu dengan bersantai (Arisandi, 2015). Kelas ini merupakan kelas pemborosan baik uang, waktu, tenaga kerja, serta menikmati status. Kelas ini mengembangkan budaya konsumsi mencolok untuk kesenangan secara pribadi. Semakin melakukan konsumsi mencolok maka akan semakin menunjukkan posisi status yang terpondang dibanding kelompok yang lain. Veblen melihat bahwa orang kaya untuk menjadi terkenal harus memiliki pengeluaran yang berlebihan dan melakukan pemborosan terlebih dahulu (Damsar & Indrayani, 2016). Hal ini dilakukan agar seseorang tersebut dipandang memiliki nilai yang lebih dibanding kelas yang lain. Kepemilikan barang pribadi serta penggunaannya merupakan sebuah titik pusat dari kelas *leisure* (Almeida, 2015). Kepemilikan barang menjadi suatu simbol dari kekayaan sosial dan menjadi bukti telah melakukan konsumsi mencolok yang digunakan sebagai status mereka.

Veblen juga berpendapat bahwa terdapat empat ciri menonjol yang dapat menunjukkan bahwa masyarakat berasal dari kelompok *leisure class* (Suyanto, 2017). Pertama, *leisure class* sudah berada dalam lingkungan yang kaya serta *elite*. Pekerjaan yang berkaitan dengan produksi untuk mencari nafkah dianggap sebagai hal yang tabu. Kedua, *leisure class* juga cenderung melakukan kehidupan yang memiliki keterkaitan dengan kemewahan dan kebebasan. Hal ini dapat diperlihatkan dengan kegiatan konsumsi yang mencolok dan memiliki waktu yang lebih. Ketiga, *leisure class* walaupun sering menikmati waktu yang luang namun tidak hanya

digunakan untuk bermalas-malasan. Mereka memiliki keinginan untuk mengembangkan pengetahuan yang tidak relevan, memamerkan gaya bahasa, serta menetapkan norma sopan di segala bidang di kehidupan sosial. Keempat, *leisure class* berani menggunakan metode apapun untuk mencapai tujuan yang diinginkan yaitu memiliki kemewahan.

Tingkat konsumsi pengguna e-wallet siswa SMA Khadijah Surabaya dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya

Konsumsi merupakan kegiatan yang sering terjadi di masyarakat di berbagai kalangan salah satunya adalah siswa SMA Surabaya. Tingkat konsumsi pengguna e-wallet di kalangan siswa SMA terutama di kedua sekolah yaitu siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya dan SMA Khadijah Surabaya menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek yang memiliki hubungan atau perbedaan. Aspek tersebut dapat ditunjukkan dari hasil berikut.

Harga *smartphone* yang dimiliki

Smartphone sendiri merupakan salah satu teknologi yang sudah menyebar di masyarakat di berbagai kalangan. Salah satunya adalah siswa SMA yang hampir semua anak sudah memiliki teknologi tersebut. Hal ini menyebabkan *smartphone* memiliki peranan tersendiri dalam menentukan tingkat konsumsi siswa SMA. Hal ini dapat terlihat dari data berikut.

| | Asal Sekolah | | | | Total | |
|-----------------------------|-----------------------|------|-----------------------------------|------|-------|------|
| | SMA Khadijah Surabaya | | SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya | | | |
| | N | % | N | % | N | % |
| 0 – Rp 2.000.000 | 1 | 4.2 | 18 | 20.9 | 19 | 17.3 |
| Rp 2.000.001 – Rp 4.000.000 | 7 | 29.2 | 45 | 52.3 | 52 | 47.3 |
| >Rp 4.000.001 | 16 | 66.7 | 23 | 26.7 | 39 | 35.5 |
| Total | 24 | 100 | 86 | 100 | 110 | 100 |

Dapat terlihat bahwa data tersebut menunjukkan kisaran harga *smartphone* yang dimiliki oleh siswa SMA di kedua sekolah yaitu SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya dan SMA Khadijah Surabaya. Terlihat bahwa mayoritas siswa SMA Khadijah Surabaya memiliki *smartphone* dengan harga berkisar >Rp 4.000.001 yaitu sebanyak 16 orang (66.7 persen). Berbeda halnya dengan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya yang mayoritas harga *smartphone* yang dimiliki berkisar antara Rp 2.000.001-Rp4.000.000 yaitu sebanyak 45 orang (52.3 persen).

Setelah mendapat temuan data seperti yang diatas selanjutnya dilakukannya uji chi square antara tingkat konsumsi dengan harga *smartphone* yang dimiliki oleh siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya dan SMA Khadijah Surabaya. Hasilnya dapat dilihat dari Tabel berikut :

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asy mp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|------------------------|
| Pearson Chi-Square | 13.616 ^a | 2 | .001 |
| Likelihood Ratio | 13.687 | 2 | .001 |
| Linear-by-Linear Association | 12.089 | 1 | .001 |
| N of Valid Cases | 110 | | |

a. 1 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.15.

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai hitung chi square sebesar 13,616 dan nilai probabilitas atau *sig.* Sebesar 0,001 yang dimana lebih kecil dari nilai alpha (0,05). Hitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai chi square hitung yang sebesar 13,616 > chi square tabel yang sebesar 5,9915. Secara statistik hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan atau hubungan antara harga *smartphone* yang dimiliki dengan tingkat konsumsi siswa SMA baik SMA Khadijah Surabaya dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya.

Melihat data yang ditunjukkan diatas jika dikaitkan dengan konsep konsumsi mencolok yang dikaitkan oleh Thorstein Veblen dapat dilihat SMA Khadijah Surabaya dapat digolongkan sebagai kelompok *leisure class*. Hal ini disebabkan karena harga *smartphone* yang dimiliki oleh siswa SMA Khadijah Surabaya relatif lebih tinggi. Tentunya ini secara tidak langsung menunjukkan praktik simbol dengan harapan dinilai lebih tinggi baik di kalangan mereka maupun di kalangan masyarakat. Agar hal tersebut dapat berjalan dengan mereka secara tidak sadar mereka mengubah selera mereka agar bisa dipandang lebih dibanding kelompok lain. Siswa SMA Khadijah Surabaya juga dominan

melakukan konsumsi mencolok agar mereka masuk ke dalam kelompok *leisure class*. Setelah masuk kedalam kelompok tersebut maka mereka akan memiliki kontrol sosial atau dominasi kekuasaan terhadap lingkungan sekitar. Terdapat kepuasan sendiri bagi masing-masing individu siswa SMA Khadijah Surabaya yang memiliki dominasi kekuasaan di kalangan usia mereka. Memiliki *smartphone* dengan harga yang cukup tinggi juga dapat membuat mereka dianggap sebagai aktor yang sukses.

Harga paket internet yang dimiliki

Internet sendiri sudah menjadi kebutuhan sehari-hari di masyarakat. Saat ini tanpa internet masyarakat akan terganggu segala aktifitasnya dari berbagai hal salah satunya adalah kegiatan ekonomi. Penggunaan internet sendiri telah digunakan oleh masyarakat berbagai kalangan usia salah satunya adalah siswa SMA. Kebutuhan internet yang tinggi membuat harga paket internet memiliki peranan tersendiri dalam menentukan tingkat konsumsi. Hal ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

| | Asal Sekolah | | | | Total | |
|------------------------|-----------------------|------|-----------------------------------|------|-------|------|
| | SMA Khadijah Surabaya | | SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya | | | |
| | N | % | N | % | N | % |
| 0 – Rp 50.000 | 2 | 8.3 | 37 | 41.6 | 39 | 34.5 |
| Rp 50.001 – Rp 100.000 | 18 | 75.0 | 40 | 44.9 | 58 | 51.3 |
| >RP 100.001 | 4 | 16.7 | 12 | 13.5 | 16 | 14.2 |
| Total | 24 | 100 | 89 | 100 | 113 | 100 |

Dapat terlihat bahwa data tersebut menunjukkan kisaran harga paket internet yang digunakan oleh siswa SMA di kedua sekolah yaitu SMA Kemala Bhayangkari 1

Surabaya dan SMA Khadijah Surabaya. Terlihat bahwa mayoritas SMA Khadijah Surabaya membeli paket internet seharga Rp 50.001- Rp 100.000 sebanyak 18 orang (75 persen). Hal ini sama seperti SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya yang mayoritas membeli paket internet seharga Rp 50.001- Rp 100.000 sebanyak 40 orang (44.9 persen).

Setelah mendapat temuan data yang telah dijelaskan diatas selanjutnya dilakukan uji chi square antara tingkat konsumsi dengan harga paket internet yang dimiliki oleh siswa SMA Khadijah Surabaya dan SMA kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Hasilnya dapat dilihat dari tabel berikut :

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 9.514 ^a | 2 | .009 |
| Likelihood Ratio | 11.246 | 2 | .004 |
| Linear-by-Linear Association | 5.582 | 1 | .018 |
| N of Valid Cases | 113 | | |

a. 1 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.40.

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai hitung chi square sebesar 9.514 dan nilai probabilitas atau sig. Sebesar 0.009 yang dimana lebih kecil dari nilai alpha (0.05). Hitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai chi square hitung yang sebesar 9.514 > chi square tabel yang sebesar 5.9915. Secara statistik hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan atau hubungan antara harga paket internet dengan tingkat konsumsi siswa SMA baik SMA Khadijah Surabaya dengan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya.

Melihat data yang ditunjukkan diatas jika dikaitkan dengan konsep

Thorstein Veblen terkait dengan konsumsi mencolok bisa dilihat bahwa lebih mendominasi oleh siswa SMA Khadijah Surabaya dibandingkan dengan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Meskipun jika melihat data kembali bbaik dari siswa SMA Khadijah Surabaya maupun SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya sama-sama membeli paket internet dengan harga relatif tingkat menengah namun jika melihat dari jumlah signifikan maka SMA Khadijah Surabaya lebih mendominasi. Siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya cenderung lebih membeli paket internet dengan harga tingkat rendah yang membuat mereka kurang terlihat dalam melakukan kegiatan konsumsi mencolok. Mereka bisa dikatakan masuk kedalam kelompok *leisure class* karena dariu pembelian paket internet secara tidak langsung mereka ingin menggunakan akses internet. Bagi usia di kalangan siswa SMA saat ini menggunakan internet bukan hanya digunakan untuk mencari ilmu pengetahuan namun didominasi untuk akses sosial media. Sosial media menjadi suatu hal yang penting di kalangan usia siswa SMA karena mereka dapat menghabiskan waktu untuk bersenang-senang. Secara tidak langsung dengan mereka menggunakan sosial media mereka juga ingin mencari ketenaran dan tidak hanya untuk mencari pertemanan. Mereka dengan aktif menggunakan sosial media secara tidak langsung akan memamerkan segala sesuatu yang mereka miliki baik itu gaya hidup, barang pribadi, pengetahuan yang tidak relevan dan lain-lain. Menjadi terkenal di sosial media tentunya secara tidak langsung masing-masing individu siswa SMA Khadijah Surabaya memiliki dominasi kekuasaan di sekitarnya.

Penikmat *trend* makanan atau minuman kekinian

| | Asal Sekolah | | | | Total | |
|---------------|-----------------------|------|-----------------------------------|------|-------|------|
| | SMA Khadijah Surabaya | | SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya | | N | % |
| | N | % | N | % | | |
| Tidak | 0 | 0 | 4 | 4.6 | 4 | 3.6 |
| Kadang-kadang | 8 | 33.3 | 49 | 56.3 | 57 | 51.4 |
| Sering | 16 | 66.7 | 34 | 39.1 | 50 | 45.0 |
| Total | 24 | 100 | 87 | 100 | 111 | 100 |

Dapat terlihat bahwa data tersebut menunjukkan jumlah penikmat makanan dan minuman kekinian yang digunakan oleh siswa SMA di kedua sekolah yaitu SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya dan SMA Khadijah Surabaya. Terlihat bahwa mayoritas SMA Khadijah Surabaya sering menikmati makanan atau minuman kekinian sebanyak 16 orang (66.7 persen). Berbeda halnya dengan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya yang mayoritas kadang-kadang menikmati makanan atau minuman kekinian sebanyak 49 orang (56.3 persen).

Setelah mendapat temuan data seperti yang diatas selanjutnya dilakukannya uji chi square antara tingkat konsumsi dengan penikmat makanan atau minuman kekinian yang dimiliki oleh siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya dan SMA Khadijah Surabaya. Hasilnya dapat dilihat dari Tabel berikut :

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai hitung chi square sebesar 6.217 dan nilai probabilitas atau *sig.* sebesar 0.045 lebih kecil dari nilai alpha (0.05). Hitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai chi square hitung yang sebesar 6.217 > chi square tabel yang sebesar 5.9915. Secara statistik hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 6.217 ^a | 2 | .045 |
| Likelihood Ratio | 6.976 | 2 | .031 |
| Linear-by-Linear Association | 6.135 | 1 | .013 |
| N of Valid Cases | 111 | | |

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .86.

terdapat perbedaan atau hubungan antara penikmat makanan atau minuman kekinian dengan tingkat konsumsi siswa SMA baik SMA Khadijah Surabaya dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya.

Jika melihat dari data yang ditunjukkan di atas dan dikaitkan dengan konsep *leisure class* yang diungkapkan oleh Thorstein Veblen dapat dilihat bahwa siswa SMA Khadijah Surabaya termasuk kedalam kelompok tersebut. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa dominan siswa SMA Khadijah Surabaya sering menikmati makanan atau minuman kekinian. Salah satu penyebab dari kegiatan konsumsi mencolok ini adalah naluri mereka untuk mendapatkan kesenangan dari masing-masing individu dengan menikmati *trend* tersebut. Selain dari naluri masing-masing individu juga terdapat pengaruh dari luar untuk melakukan kegiatan konsumsi mencolok tersebut yang tidak lain adalah kelompok *leisure class*. Menikmati *trend* tersebut juga merupakan konsumsi yang terlihat penting namun kenyataannya tidak terlalu penting. Hal ini dapat dilihat ketika siswa SMA Khadijah menikmati makanan atau minuman kekinian secara tidak langsung akan langsung mencari *smartphone* mereka untuk membagi momen di sosial media. Harapannya dengan membagikan momen tersebut akan menunjukkan kepada lingkungan sekitar

mereka bahwa mereka mampu mengikuti *trend* dan memamerkannya. Niat memamerkan dengan harapan dipandang lebih tinggi inilah yang secara tidak langsung selera dari siswa SMA Khadijah Surabaya secara tidak langsung diarahkan oleh lembaga luar.

D. Penutup

Kesimpulan

Saat ini banyak kegiatan ekonomi yang dikaitkan dengan menggunakan teknologi yang semakin berkembang saat ini. Melakukan kegiatan ekonomi secara digital saat ini sangat populer di Indonesia terutama di Surabaya. Berbagai kalangan usia saat ini mulai menggunakan teknologi dalam kegiatan konsumsinya salah satunya adalah siswa SMA. Penelitian ini menunjukkan hasil tingkat konsumsi pengguna aplikasi e-wallet di kalangan siswa SMA di Surabaya. penelitian ini membandingkan hasil antara tingkat konsumsi siswa SMA Khadijah Surabaya dan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek yang menunjukkan terdapat perbedaan atau hubungan tingkat konsumsi antara SMA Khadijah Surabaya dengan SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Aspek tersebut diantaranya harga kepemilikan *smartphone*, harga paket internet, dan penikmat *trend* makanan atau minuman kekinian. Penelitian ini menunjukkan bahwa siswa SMA Khadijah Surabaya dominan memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi daripada siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya. Hal ini disebabkan beberapa aspek tersebut menunjukkan bahwa siswa SMA Khadijah dominan tergolong kedalam tingkat konsumsi tinggi baik dari harga *smartphone*, harga paket internet, bahkan

penikmat *trend* makanan atau minuman kekinian. Jika dikaitkan dengan konsep Thorstein Veblen mengenai *leisure class* maka SMA Khadijah Surabaya dominan termasuk kedalam kelompok *leisure class* tersebut. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan konsumsi mencolok yang dilakukan oleh siswa SMA Khadijah Surabaya berbeda halnya dengan siswa SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya yang cenderung tidak melakukan kegiatan konsumsi mencolok. Konsumsi mencolok ini dilakukan agar mendapat kesenangan dan kepuasan dari masing-masing individu serta memiliki dominasi kekuasaan atas lingkungan sekitar ataupun masyarakat.

E. Daftar Pustaka

- Almeida, F. (2015). The Psychology Of early Institutional Economics: The Instinctive Approach of Thorstein Veblen's Conspicuous Consumer Theory. *Economia*. Retrieved from www.sciencedirect.com
- Arisandi, H. (2015). *BUKU PINTAR PEMIKIRAN TOKOH-TOKOH SOSIOLOGI DARI KLASIK SAMPAI MODERN*. (A. Nihari, Ed.) (Pertama). Yogyakarta: IRCiSoD.
- Damsar, & Indrayani. (2016). *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Edisi Kedu). Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Hidayat, A. A. N. (2019). Riset Morgan & Stanley: Transaksi Digital Didominasi Go-Pay dan Ovo. Retrieved May 1, 2019, from <https://bisnis.tempo.co/read/1178350/riset-morganstanley-transaksi-digital-didominasi-go-pay-dan-ovo/full&view=ok>
- Khalil, E. L. (1995). The Socioculturalist Agenda in Economics: Critical Remarks of Thorstein Veblen's Legacy. *Journal of Socio-Economics*, 24(4). Retrieved from www.sciencedirect.com
- Lisma, N., & Haryono, A. (2016). Analisis

- Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Tahun 2012). *JPE*, 9(1). Retrieved from www.journal.um.ac.id
- Maulinda, D. G. (2015). Analisis Trust dalam Penggunaan E-Money sebagai Teknologi Konsumsi: Studi Mengenai Pengguna E-Money Kelas Menengah-Atas dan MenengahBawah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. *Indonesian Journal of Sociology and Education Policy*. Retrieved from www.journal.unj.ac.id
- Mouhammed, A. H. (2000). Veblen's Economic Theory: A Radical Analysis. *Review of Radical Political Economics*, 32(2). Retrieved from www.sciencedirect.com
- Pantano, E., & Priporas, C.-V. (2016). The effect of Mobile Retailing On Consumers' Purchasing Experiences : A Dynamic Perspective. *Computers in Human Behavior*, 61. Retrieved from www.sciencedirect.com
- Purwanto, W. (2015). Royal Plaza , Tempat Belanja Terlengkap di Surabaya Selatan. Retrieved May 9, 2019, from <https://surabaya.tribunnews.com/2015/06/05/royal-plaza-tempat-belanja-terlengkap-di-surabaya-selatan>
- Suyanto, B. (2017). *SOSIOLOGI EKONOMI : Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme* (Pertama). Jakarta: KENCANA.
- Worldpay. (2018). What is an eWallet? Retrieved May 1, 2019, from <https://www.worldpay.com/global/support/support-articles/what-ewallet>