

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perubahan sosial dan ekonomi yang pesat di Indonesia, terutama dalam satu dekade terakhir, telah memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat secara luas. Fenomena peningkatan daya beli, kemudahan akses terhadap produk, serta transformasi digital telah mendorong masyarakat untuk beralih dari konsumsi yang bersifat kebutuhan menjadi konsumsi yang berorientasi pada gaya hidup dan simbol sosial. Hal ini menjadi refleksi dari pergeseran nilai-nilai konsumsi masyarakat modern Indonesia. Perilaku konsumsi masyarakat Indonesia terus mengalami transformasi seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan pola hidup. Dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat Indonesia menunjukkan kecenderungan meningkat dalam mengadopsi gaya hidup konsumtif, terutama dengan semakin luasnya akses terhadap layanan digital dan kemudahan bertransaksi secara online. Hal ini tercermin dari meningkatnya konsumsi berbagai barang dan jasa, tidak hanya untuk kebutuhan primer, tetapi juga untuk pemenuhan gaya hidup dan status sosial.

Salah satu fenomena yang menonjol dalam masyarakat adalah meningkatnya perilaku konsumtif, yakni kecenderungan untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan dan tidak berdasarkan kebutuhan yang riil. Perilaku ini kerap didorong oleh faktor emosional, lingkungan sosial, serta dorongan mengikuti tren. Di era digital, perilaku konsumtif makin marak karena transaksi menjadi semakin mudah, cepat, dan terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan generasi muda. Perilaku konsumtif menjadi salah satu isu krusial yang mencuat, khususnya di kalangan generasi muda. Perilaku konsumtif ditandai oleh keputusan pembelian yang sering kali tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan dorongan emosional, sosial, serta gaya hidup yang terus berkembang. Peningkatan aktivitas konsumsi tersebut tidak lepas dari berbagai faktor, seperti rendahnya literasi keuangan, kemudahan akses teknologi finansial, serta gaya hidup hedonistik yang dipopulerkan melalui media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Karo-Karo (2022) dan Maulana *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa digital payment sangat memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa, terutama di wilayah urban yang memiliki akses teknologi tinggi. Lebih lanjut, Saputra, *et al.*, (2023) mengungkapkan bahwa kendali diri menjadi faktor penting dalam memoderasi pengaruh literasi keuangan dan pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif.

Salah satu aspek penting yang turut memengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Literasi keuangan mencakup pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan secara bijak. Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa mahasiswa di Indonesia masih memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah (Agustin & Abidin, 2024; Simarmata *et al.*, 2024). Kondisi ini menyebabkan mereka rentan terhadap keputusan keuangan yang kurang rasional, seperti pembelian impulsif dan penggunaan layanan *paylater* tanpa perencanaan. Literasi keuangan yang baik sangat penting untuk membentuk perilaku finansial yang sehat, termasuk kemampuan menyusun anggaran, mengelola pengeluaran, memahami produk keuangan, dan mengambil keputusan keuangan yang bijak. Namun, berbagai studi menemukan bahwa mahasiswa sering kali memiliki pemahaman yang terbatas mengenai pengelolaan keuangan, yang pada akhirnya dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkendali (Agustin & Abidin, 2024; Simarmata *et al.*, 2024).

Kemajuan teknologi dalam bentuk financial technology (fintech), khususnya pada aspek digital payment, turut memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Platform seperti OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay memberikan kemudahan bertransaksi baik secara online maupun offline, dengan fitur seperti QRIS, cashback, dan *paylater* yang semakin diminati. Beberapa jenis fintech yang populer dan sering digunakan oleh mahasiswa meliputi: E-wallet atau dompet digital seperti OVO, GoPay, DANA, dan ShopeePay, yang memungkinkan transaksi cepat dan mudah secara online maupun offline, QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) yang memfasilitasi pembayaran praktis di berbagai tempat usaha, Layanan *paylater* (Buy Now Pay Later) seperti Shopee PayLater, GoPay Later, dan Kredivo yang memberikan keleluasaan berbelanja meskipun belum memiliki dana, Digital banking dan mobile banking seperti Jago, Blu by BCA Digital, dan Bank Neo Commerce yang memberikan akses perbankan yang lebih fleksibel, Platform investasi digital (robo advisor) seperti Bibit dan Ajaib yang mulai menjangkau generasi muda dalam mengelola keuangannya. Survei Jakpat pada semester pertama 2024 menunjukkan bahwa 97% responden telah menggunakan e-wallet dan 33% memanfaatkan layanan *paylater* dalam kehidupan sehari-hari (esqnews.id, 2024). Kemudahan fitur-fitur tersebut memang mendukung efisiensi transaksi, tetapi juga menurunkan sensitivitas terhadap pengeluaran sehingga meningkatkan risiko konsumtif (Mursalim et al., 2024; Alfira & Hudaya, 2024).

Fintech memberikan banyak kemudahan, namun tetap memiliki sejumlah kekurangan. Salah satunya adalah terdapat biaya administrasi dan risiko keamanan data yang rentan terhadap peretasan karena sistem yang kurang aman. Selain itu, ketergantungan terhadap teknologi membuat fintech hanya dapat diakses jika tersedia koneksi internet dan perangkat digital (Rubini, 2022). Penggunaan layanan seperti *paylater* atau pinjaman online juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan menyebabkan utang berlebihan, apalagi jika pengguna tidak memiliki literasi keuangan yang memadai. Di sisi lain, masih banyak platform fintech yang belum sepenuhnya terregulasi atau tidak diawasi oleh otoritas resmi seperti OJK, sehingga menimbulkan risiko kerugian bagi pengguna. Kurangnya interaksi personal seperti pada layanan perbankan tradisional juga menjadi kelemahan, terutama bagi pengguna yang membutuhkan konsultasi atau bantuan secara langsung (Mursalim, et al., 2024).

Survei Insight.Jakpat.net (2024) pada semester pertama 2024 mencatat bahwa 97% responden menggunakan e-wallet, 49% menggunakan mobile/digital banking, dan 33% memanfaatkan layanan *paylater* (esqnews.id, 2024). Meskipun teknologi ini menawarkan efisiensi, penggunaannya tanpa kontrol yang baik justru berisiko memperkuat perilaku konsumtif (Alfira & Hudaya, 2024; Mursalim, Oktaviani, & Abdullah, 2024).

Gaya hidup juga menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup yang mengikuti tren kekinian, didukung oleh media sosial dan tekanan sosial, mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi berlebihan demi menunjukkan eksistensi dan status sosial. Gaya hidup modern yang cenderung hedonistik ini terbukti berperan dalam meningkatkan konsumsi terhadap barang-barang sekunder dan tersier (Lestari, Mutmainah, & Romandhon, 2024; Alzura & Khalifaturofi'ah, 2024).

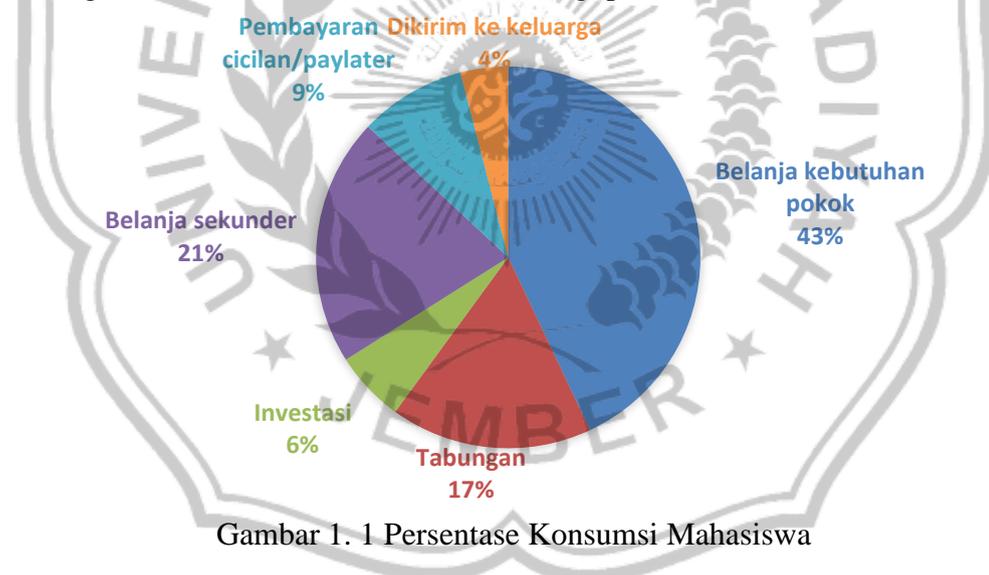
Fenomena ini semakin nyata pada mahasiswa generasi Z, yang merupakan digital-native dan sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi.

No.	Konsumsi	Persentase
1.	Kebutuhan pokok	51 %
2.	Fashion	48%
3.	Vitamin	38%
4.	Elektronik dan Hobi	26%
5.	Pariwisata	10%

Sumber: Survei Mandiri Institue (2024)

Berdasarkan survei Mandiri Institute (2024) terhadap 1.500 anak muda perkotaan Indonesia, net *spending intention* Gen Z tertinggi ditujukan untuk kebutuhan pokok (51%) dan fashion (48%). Konsumsi juga tinggi pada produk kosmetik, vitamin (38%), elektronik dan hobi (26%), hingga pariwisata (10%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi mahasiswa tidak lagi terbatas pada kebutuhan utama, tetapi telah meluas ke aspek gaya hidup dan aktualisasi diri, bukan sekadar kebutuhan dasar.

Untuk memperkuat fenomena tersebut, peneliti juga melakukan mini survei terhadap 50 mahasiswa yang terdiri dari Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, Politeknik Negeri Jember, dan Universitas PGRI Argopuro Jember.



Gambar 1. 1 Persentase Konsumsi Mahasiswa

Hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran bulanan mahasiswa terbagi ke dalam Belanja kebutuhan pokok (43%), Belanja sekunder seperti fashion dan hiburan (21%), Tabungan (17%), Cicilan/paylater (9%), Investasi (6%), Pengiriman ke keluarga (4%). Selain itu, 56% mahasiswa mengaku pernah menggunakan layanan paylater, dan 48% menyatakan promo dan cashback sebagai alasan utama berbelanja online. Data ini memperkuat dugaan bahwa kemudahan akses dan gaya hidup digital semakin memperbesar kecenderungan konsumtif mahasiswa di Kabupaten Jember.

Beberapa penelitian yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, namun masih terdapat celah penelitian (research gap) yang perlu dijelaskan secara lebih komprehensif. Penelitian oleh Mursalim, Oktaviani, dan Abdullah (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan *fintech digital payment* dan gaya hidup berpengaruh positif. Namun, penelitian tersebut hanya

dilakukan di Kota Makassar dengan metode regresi linear berganda, sehingga hasilnya belum mencerminkan kondisi mahasiswa secara lebih luas, khususnya di daerah lain. Sementara itu, Yuneline, Kurniawan, dan Siahaan (2023) mengkaji literasi keuangan, keuangan digital, dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan, bukan secara spesifik pada perilaku konsumtif, sehingga fokus penelitiannya masih terlalu umum. Penelitian Foster, Sukono, dan Johansyah (2022) lebih menitikberatkan pada pengaruh literasi dan gaya hidup terhadap penggunaan uang elektronik, bukan dampaknya terhadap konsumsi mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Oktaviana dan Aji (2025) memang telah menelusuri hubungan antara literasi keuangan dengan perilaku impulsif pembelian menggunakan fitur *paylater*, namun belum menggabungkan secara simultan dengan variabel gaya hidup dan penggunaan *fintech digital payment* secara menyeluruh.

Di sisi lain, Saputra, Suyanto, dan Sari (2023) menambahkan pengendalian diri sebagai variabel moderasi terhadap hubungan literasi keuangan dan perilaku konsumtif, namun penelitian ini belum menguji gaya hidup sebagai variabel independen, padahal gaya hidup terbukti menjadi faktor penting dalam pembentukan perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian oleh Maharani dan Kusuma (2025) menemukan bahwa gaya hidup hedonisme tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi, namun belum secara eksplisit mengaitkannya dengan perilaku konsumtif secara aktual. Berdasarkan kajian terhadap berbagai penelitian sebelumnya tersebut, belum ditemukan studi yang secara terpadu mengkaji pengaruh literasi keuangan, penggunaan *fintech digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z dalam satu model analisis yang utuh. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap dinamika perilaku konsumtif mahasiswa di era digital saat ini.

Oleh karena itu, *novelty* dari penelitian ini terletak pada pendekatan komprehensif untuk mengkaji secara simultan pengaruh literasi keuangan, *fintech digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa penerima program pendidikan tinggi, khususnya generasi Z. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam memahami pola konsumsi mahasiswa serta menyusun strategi edukasi keuangan yang tepat dan kontekstual bagi generasi muda.

## 1.2 Rumusan Masalah

Perilaku konsumtif mahasiswa yang semakin meningkat di era digital tidak terlepas dari pengaruh literasi keuangan yang rendah, kemudahan akses *fintech digital payment*, serta gaya hidup yang cenderung konsumtif. Meskipun berbagai kemudahan ditawarkan dalam mengelola keuangan melalui teknologi, namun tanpa pemahaman yang memadai dan kontrol diri yang kuat, mahasiswa berpotensi terjebak dalam perilaku konsumsi yang tidak sehat. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan penelitian penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
2. Apakah *fintech digital payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Menganalisis pengaruh *fintech digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi Mahasiswa:

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya literasi keuangan dan pengelolaan keuangan pribadi secara bijak. Mahasiswa dapat memahami risiko di balik penggunaan *fintech digital payment* secara berlebihan serta dampak gaya hidup konsumtif terhadap kondisi finansial jangka panjang.

#### 2. Bagi Universitas Muhammadiyah Jember:

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pihak kampus, khususnya dalam menyusun program edukasi atau literasi keuangan yang lebih tepat sasaran bagi mahasiswa. Universitas juga dapat mengintegrasikan temuan ini dalam pengembangan kurikulum, seminar, atau pelatihan kewirausahaan dan pengelolaan keuangan mahasiswa.

#### 3. Bagi Peneliti:

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan landasan bagi penelitian berikutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, literasi keuangan, serta teknologi finansial. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel baru, memperluas cakupan responden, atau menggunakan pendekatan metode yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.