

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Harefa et al., 2025), manajemen keuangan merupakan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan bagaimana organisasi memperoleh dana, menggunakan dana, serta mengelola aset secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan. Manajemen keuangan tidak hanya berfokus pada pengelolaan dana yang tersedia, tetapi juga mencakup proses perencanaan, penganggaran, pengendalian, dan pengawasan terhadap penggunaan dana agar dapat memberikan hasil yang optimal. Selain itu, manajemen keuangan juga berkaitan dengan pengambilan keputusan keuangan yang meliputi keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan keputusan pengelolaan aset. Melalui penerapan manajemen keuangan yang baik, organisasi maupun individu diharapkan mampu mengalokasikan sumber daya keuangan secara tepat sehingga dapat meningkatkan efisiensi, meminimalkan risiko keuangan, serta mencapai kesejahteraan finansial dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Perilaku konsumtif merupakan salah satu bentuk perilaku keuangan yang menunjukkan kecenderungan individu dalam melakukan pembelian secara berlebihan dan lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan. Perilaku ini umumnya ditandai dengan kebiasaan membeli barang tanpa pertimbangan rasional serta lebih mengutamakan kepuasan sesaat dibandingkan manfaat dari barang yang dibeli. Menurut penelitian (Devi Kusmiati, 2022), perilaku konsumtif merupakan sikap individu yang cenderung gemar berbelanja dan lebih memprioritaskan keinginan dibandingkan kebutuhan dalam melakukan pembelian barang atau jasa. Manusia cenderung memiliki sikap atau perilaku seperti itu baik karena suatu produk belum pernah digunakan, seseorang telah menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain atau membeli suatu produk karena diskon yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut (Fatmawatie, 2022). Kondisi ini secara serius menjadi ancaman bagi masyarakat karena dapat mengganggu proses pengambilan keputusan konsumen yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional. Akibatnya, individu cenderung mengambil keputusan pembelian yang dipicu oleh faktor luar dan emosional, sehingga terkadang mereka membeli hanya karena daya tarik model, desain, atau sekedar ikut-ikutan tren tanpa mengevaluasi fungsi atau urgensi produk tersebut. Sejalan dengan pandangan tersebut Kotler dan Keller (2016), perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional berdasarkan kebutuhan sesungguhnya, melainkan lebih mengutamakan keinginan emosional.

Tabel 1.1 Persentase Hasil Survei Awal Tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Jember

Pernyataan	Setuju	Tidak setuju
Saya membeli produk karena tertarik dengan hadiah yang ditawarkan.	78%	22%
Saya membeli produk untuk menunjang penampilan dan gengsi.	61%	39%
Saya membeli produk lebih mempertimbangkan harga dibandingkan manfaatnya.	44%	56%
Saya membeli produk agar dianggap memiliki status sosial yang tinggi.	36%	64%
Saya tertarik membeli produk karena model iklan atau figur yang mengiklankannya.	75%	25%

Sumber : data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1.1 persentase hasil survei awal perilaku konsumtif mahasiswa di kota Jember yang meliputi Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, UIN KHAS Jember, Universitas PGRI Argopuro Jember, dan Universitas Islam Jember. Pra survei ini dilakukan pada 9 - 10 Maret 2026. Hasil survei menunjukkan bahwa terdapat beberapa indikator yang mencerminkan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa. Sebanyak 78% responden menyatakan setuju bahwa mereka membeli produk karena tertarik dengan hadiah yang ditawarkan, sedangkan 22% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi berupa hadiah masih menjadi daya tarik yang kuat dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa. Selanjutnya, 61% responden menyatakan membeli produk untuk menunjang penampilan dan gengsi, sementara 39% tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih mempertimbangkan aspek citra diri dan pengakuan sosial dalam melakukan pembelian. Pada pernyataan membeli produk lebih mempertimbangkan harga dibandingkan manfaat, terdapat 44% responden yang setuju dan 56% yang tidak setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian mahasiswa masih memperhatikan manfaat produk dalam keputusan pembelian, meskipun terdapat sebagian lainnya yang lebih berfokus pada harga. Kemudian, 36% responden menyatakan membeli produk agar dianggap memiliki status sosial yang tinggi, sedangkan 64% tidak setuju. Persentase ini menunjukkan bahwa faktor status sosial bukan menjadi alasan utama bagi sebagian besar mahasiswa dalam melakukan pembelian. Selain itu, 75% responden menyatakan tertarik membeli produk karena model iklan atau figur yang mengiklankannya, sementara 25% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh iklan dan figur publik masih cukup kuat dalam membentuk keputusan konsumsi mahasiswa. Secara keseluruhan, hasil survei awal ini menunjukkan bahwa faktor promosi, pengaruh iklan, serta dorongan untuk menunjang penampilan masih memiliki peran dalam memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa di Kota Jember. Kondisi ini mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif pada sebagian mahasiswa, sehingga menarik untuk

diteliti lebih lanjut terkait faktor-faktor yang memengaruhinya, seperti literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, dan gaya hidup.

Fenomena perilaku konsumtif pada mahasiswa di kota Jember banyak dijumpai dalam pembelian barang seperti pakaian, aksesoris, produk kecantikan, gadget, serta makanan dan minuman kekinian. Mahasiswa sering melakukan pembelian secara berulang meskipun barang tersebut belum atau jarang digunakan. Aktivitas konsumsi ini lebih didorong oleh rasa ingin memiliki, mengikuti tren, dan kepuasan pribadi dibandingkan dengan pertimbangan manfaat jangka panjang. Selain itu, mahasiswa di Jember juga menunjukkan kecenderungan pembelian impulsif, yaitu keputusan membeli yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Situasi ini sering terjadi ketika mahasiswa berada di pusat perbelanjaan, kafe, atau saat menjelajahi platform belanja daring. Diskon, potongan harga, dan promosi terbatas sering memicu keputusan konsumsi yang tidak rasional. Fenomena lain yang memperkuat perilaku konsumtif adalah kebutuhan akan pengakuan sosial dan pencitraan diri. Mahasiswa merasa perlu menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan kampus agar tidak dianggap ketinggalan zaman. Hal ini mendorong mereka untuk membeli barang-barang yang sedang populer demi menjaga penampilan dan status sosial, meskipun kemampuan finansial terbatas. Perilaku konsumtif ini pada akhirnya berdampak pada ketidakstabilan kondisi keuangan mahasiswa, seperti uang saku cepat habis, ketergantungan pada kiriman orang tua, hingga kesulitan dalam mengatur keuangan bulanan. Apabila tidak dikendalikan, perilaku konsumtif dapat membentuk kebiasaan konsumsi yang tidak sehat dan berpotensi terbawa hingga setelah mahasiswa memasuki dunia kerja.

Di sisi lain dari isu konsumtif, pengetahuan tentang keuangan (literasi keuangan) telah terbukti menjadi elemen kunci dalam upaya mengelola keuangan pribadi dengan baik dan berkelanjutan. Kemampuan ini memungkinkan individu untuk membuat keputusan finansial yang rasional. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta tindakan seseorang dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan secara efektif. Namun, data dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan menunjukkan bahwa hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 yang menunjukkan kenaikan indeks literasi keuangan mencapai 66,46 persen dan indeks inklusi keuangan 80,51 persen. Hasil SNLIK 2025 ini meningkat dibanding SNLIK 2024 yang menunjukkan indeks literasi keuangan 65,43 persen dan indeks inklusi keuangan 75,02 persen (Otoritas Jasa Keuangan (OJK) & Badan Pusat Statistik (BPS), 2025). Meskipun terjadi peningkatan, data ini juga secara implisit menunjukkan bahwa masih ada Sebagian besar masyarakat, terutama yang belum terliterasi penuh yang perlu terus ditingkatkan pengetahuannya agar dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih cerdas dan terlindungi.

Gambar 1.1 Indeks Literasi Keuangan 2025



Sumber : <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>

Grafik di atas memperlihatkan bahwa kelompok usia 18-35 tahun memiliki tingkat literasi dan inklusi keuangan tertinggi di Indonesia pada 2025. Kelompok 26-35 tahun mencatat indeks literasi keuangan tertinggi, yaitu 74,04%, diikuti 18-25 tahun sebesar 73,22%. Sementara itu, indeks inklusi keuangan pada kelompok usia 18-25 tahun mencapai 89,96% dan kelompok usia 26-35 tahun sebesar 86,1%. Sebaliknya, tingkat literasi dan inklusi masih lebih rendah pada kelompok usia 15-17 tahun dan 51-79 tahun. Kelompok remaja umumnya belum memiliki pengalaman dalam mengelola keuangan atau menggunakan produk keuangan formal. Di sisi lain, kelompok lanjut usia sering menghadapi hambatan digital dan rasa kurang percaya terhadap layanan keuangan modern. Secara umum, kelompok usia produktif menjadi pendorong utama peningkatan inklusi keuangan nasional. Kelompok ini lebih terbiasa menggunakan layanan digital seperti mobile banking, dompet elektronik, maupun pinjaman daring.

Literasi keuangan adalah kapasitas seseorang dalam memahami serta mengimplementasikan konsep-konsep finansial dengan tepat guna dalam aktivitas harian. Melalui penguasaan literasi keuangan yang memadai, individu dapat mengidentifikasi potensi risiko dan keuntungan dari berbagai produk finansial yang tersedia, sekaligus terhindar dari pengambilan keputusan yang dapat merugikan (Ambarwati & Indriastuti, 2024). Pemahaman ini melibatkan penguasaan mengenai prinsip-prinsip dasar keuangan, seperti cara membuat anggaran, menabung, manajemen utang, dan juga pemahaman terhadap risiko investasi dan pentingnya perlindungan finansial melalui asuransi (OECD, 2018). Dalam lingkungan perguruan tinggi, literasi keuangan tidak hanya berarti mengetahui berbagai produk keuangan, tetapi juga mencerminkan sejauh mana mahasiswa mampu menerapkan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan keuangan harian. Indikator seperti kemampuan menyusun anggaran pribadi, memahami kewajiban utang, dan memiliki kebiasaan menabung menjadi bagian dari perilaku keuangan yang sehat dan rasional. Penelitian yang dilakukan oleh (Mutiar Karim et al., 2023), (Geovani et al., 2024), (Anggie et al., 2025), (Harefa et al., 2025), (Wahyuni, 2025), dan (Soma Ramadhan et al., 2025), menyatakan literasi keuangan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Fungky et al., 2021), (Mengga et al., 2023), (Arfi Alfiansyah et al., 2024), dan (Mursalim et al., 2024) menyatakan literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa pemahaman finansial mahasiswa belum mampu menekan perilaku konsumtif secara nyata.

Fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa kota Jember menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan pribadi masih tergolong rendah dan belum merata. Sebagian besar mahasiswa masih belum memiliki kemampuan yang baik dalam merencanakan keuangan, seperti menyusun anggaran bulanan, mengelola uang saku, serta menentukan skala prioritas antara kebutuhan dan keinginan. Kondisi ini terlihat dari kebiasaan mahasiswa yang cenderung menghabiskan uang saku sebelum akhir bulan dan kurang mempertimbangkan aspek tabungan maupun dana darurat. Selain itu, masih banyak mahasiswa yang belum memahami konsep dasar keuangan seperti pengelolaan arus kas, risiko keuangan, serta konsekuensi jangka panjang dari perilaku konsumsi yang berlebihan. Rendahnya literasi keuangan ini menjadi permasalahan penting karena mahasiswa berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, sehingga seharusnya memiliki bekal pengetahuan dan sikap keuangan yang baik. Kurangnya literasi keuangan menyebabkan mahasiswa rentan terhadap pengambilan keputusan keuangan yang tidak rasional, terutama ketika dihadapkan pada kemudahan akses berbagai layanan keuangan digital yang semakin berkembang di Jember.

Bersamaan dengan itu penggunaan pembayaran digital juga memberikan kontribusi terhadap meningkatnya konsumsi mahasiswa, meskipun dalam porsi lebih kecil yaitu sebesar 18,1%, peristiwa ini diperparah oleh kemajuan teknologi digital yang menghadirkan kemudahan dalam bertransaksi melalui sistem pembayaran digital (*digital payment*), yang meskipun efisien, turut mendorong peningkatan konsumsi karena kemudahan dan berbagai promosi yang ditawarkan (Soma Ramadhan et al., 2025). Menurut Musthofa et al., (2020) *digital payment* adalah pembayaran online yang dilakukan melalui penggunaan jaringan, perangkat lunak, dan akun virtual, selain lebih banyak digunakan dan lebih mudah digunakan, pembayaran digital dapat menawarkan keuntungan tambahan dengan menawarkan promosi yang menarik pelanggan untuk menggunakannya. Dengan beragamnya media pembayaran dan semakin banyaknya ragam uang elektronik atau *digital payment* yang sangat praktis dan efisien karena dapat dilakukan melalui smart phone dan dapat diakses kapan saja serta dimana saja (Pujia et al., 2024). Berikut data penggunaan uang elektronik :

Tabel 1.2 Data Penggunaan Uang Elektronik

Periode	Jumlah Total (Rupiah)
Januari s/d Desember 2021	38.700.000.000.000
Januari s/d Desember 2022	177.100.000.000.000
Januari s/d Desember 2023	366.300.000.000.000
Januari s/d Agustus 2024	303.000.000.000.000

Sumber: (Muhammad Alifa Fikri Irhamni., 2024)

Menurut (Insana & Johan, 2021), mengatakan bahwa ternyata penggunaan uang elektronik dapat meningkatkan suatu tindakan perilaku konsumtif pada mahasiswa sehingga menyebabkan pengeluaran mahasiswa semakin meningkat. Adanya kemudahan yang diberikan dalam menggunakan uang elektronik sehingga dapat meningkatkan dan mempengaruhi sifat

konsumtif mahasiswa. Walaupun *digital payment* dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi ini juga menghadirkan tantangan, terutama potensi meningkatnya perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kesadaran finansial. Dampak negatif yang ditimbulkan adalah adanya kemungkinan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Penggunaan *digital payment* bisa membawa kecenderungan perilaku keuangan yang tidak baik dalam hal ini perilaku konsumtif atau biasa disebut boros. Hal ini disebabkan karena pada saat bertransaksi online, secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga menimbulkan kecanduan untuk melakukan pembelian secara berulang (Khairunnisa, H., & Rohayati, R. et al. 2022). Penelitian terdahulu yang dilakukan (Mutiar Karim et al., 2023), (Geovani et al., 2024), (Ekariyana Mursita et al., 2024), (Pujia et al., 2024), (Anggie et al., 2025), (Wahyuni, 2025), (Septiyani & Wediawati, 2025), (Soma Ramadhan et al., 2025), dan (Nesya Novita et al., 2025) menyatakan bahwa *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Maharani et al., 2024) menjelaskan bahwa *digital payment* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kota Banjarmasin, yang menunjukkan bahwa masyarakat Banjarmasin cenderung menggunakan digital payment secara wajar tanpa meningkatkan konsumsi berlebihan.

Fenomena penggunaan *digital payment* di kalangan mahasiswa Jember mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan pola transaksi masyarakat menuju sistem non-tunai. Mahasiswa semakin terbiasa menggunakan berbagai bentuk pembayaran digital seperti e-wallet, QRIS, mobile banking, hingga fitur paylater dalam memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari, baik untuk pembelian makanan, transportasi, belanja daring, maupun hiburan. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta banyaknya promo seperti cashback dan diskon membuat digital payment menjadi pilihan utama mahasiswa dibandingkan dengan pembayaran tunai. Namun, fenomena ini juga menimbulkan permasalahan baru, di mana kemudahan transaksi digital seringkali mengurangi kesadaran mahasiswa terhadap besarnya pengeluaran yang dilakukan. Proses pembayaran yang tidak melibatkan uang fisik membuat mahasiswa cenderung kurang memperhitungkan nilai uang yang dikeluarkan, sehingga mendorong terjadinya pembelian impulsif. Selain itu, pemanfaatan fitur paylater tanpa pemahaman risiko yang memadai berpotensi menimbulkan masalah keuangan, seperti penumpukan utang konsumtif dan kesulitan membayar tagihan di kemudian hari. Fenomena ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *digital payment* di kalangan mahasiswa Jember belum sepenuhnya diimbangi dengan kesiapan literasi dan pengendalian diri yang baik.

Keberadaan *digital payment* sangat memengaruhi gaya hidup mahasiswa. Saat ini, banyak mahasiswa yang hidupnya bertolak belakang dengan kondisi keuangan mereka, namun mereka tetap memaksakan diri untuk setara dengan orang-orang di sekitar yang memiliki kehidupan lebih baik. Hal ini menunjukkan adanya perilaku egois di mana mereka tetap berusaha memenuhi standar hidup yang lebih tinggi meskipun tidak sesuai dengan kemampuan finansial mereka (Acep Ihsanudin & Azib, 2022). Umumnya perilaku seperti ini biasanya dikenal dengan istilah gaya hidup. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya, yang menggambarkan bagaimana seseorang hidup dan berinteraksi dengan lingkungannya secara

keseluruhan. Interaksi seseorang dengan lingkungannya tak lepas dari pengaruh orang-orang dan keadaan sekitarnya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia (Mursalim et al., 2024). Gaya hidup adalah hal yang mencakup aktivitas, minat dan opini yang dimiliki individu, kebiasaan gaya hidup yang mengalami perubahan dari waktu ke waktu yang relatif sangat singkat telah membuat perubahan kearah yang berlebihan didukung lagi dengan adanya perkembangan smartphone, social media dan e-commerce, yang membuat masyarakat secara boros membeli barang dan jasa untuk pemenuhan gaya hidup (Mengga et al., 2023).

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya, seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar (Asisi & Purwantoro, 2020). Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang melakukannya dengan tidak lagi berdasarkan pertimbangan yang rasional, memiliki kecendrungan matrealistik, keinginan kuat untuk memiliki barang-barang yang mewah yang berlebihan, dan didorong oleh segala keinginan untuk memuaskan keinginan semata-mata untuk kesenangan (Mutiara Karim., 2023). Penelitian sebelumnya yakni studi yang dilakukan oleh (Fungky et al., 2021), (Mulyati, 2021), (Abavi et al., 2022), (Rucita & Dewanti, 2023), (Mutiara Karim et al., 2023), (Simorangkir et al., 2024) (Rahma Mohi et al., 2025), (Sugiarto, 2025), dan (Septiyani & Wediawati, 2025), menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masa pandemi. Selain itu, riset yang dilakukan oleh (Suhandoko et al., 2025) menyatakan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Fenomena gaya hidup mahasiswa di Jember saat ini menunjukkan kecenderungan yang semakin modern dan konsumtif sebagai dampak dari perkembangan sosial, ekonomi, dan teknologi informasi. Mahasiswa tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan akademik, tetapi juga pada aktivitas sosial yang mendukung eksistensi diri, seperti nongkrong di kafe, mengikuti tren kuliner dan fashion, serta aktif berbelanja secara online. Media sosial turut berperan besar dalam membentuk pola gaya hidup mahasiswa, di mana mahasiswa terdorong untuk menyesuaikan diri dengan tren yang sedang populer agar tetap diterima dalam lingkungan pergaulan. Gaya hidup ini menyebabkan meningkatnya intensitas konsumsi terhadap barang dan jasa yang bersifat non-esensial. Mahasiswa cenderung mengutamakan penampilan, kenyamanan, dan gengsi dibandingkan dengan pertimbangan manfaat jangka panjang. Dalam konteks ini, gaya hidup modern menjadi salah satu faktor yang memperkuat perilaku konsumtif mahasiswa, terutama ketika didukung oleh kemudahan pembayaran digital. Fenomena gaya hidup tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumsi mahasiswa di Jember tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh faktor sosial, psikologis, dan lingkungan pergaulan.

Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi yang berada di kota Jember. Mahasiswa dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan kelompok usia produktif yang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial. Pada tahap ini, mahasiswa mulai memiliki kebebasan dalam mengelola keuangan pribadi, baik yang bersumber dari orang tua, beasiswa, maupun pendapatan tambahan dari pekerjaan paruh waktu. Selain itu, mahasiswa juga menjadi kelompok yang paling aktif dalam

memanfaatkan perkembangan teknologi, khususnya layanan keuangan digital seperti *digital payment*. Aktivitas akademik dan sosial yang padat menyebabkan mahasiswa sering melakukan transaksi keuangan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga menjadikan mereka sebagai subjek yang relevan untuk diteliti dalam konteks perilaku konsumtif. Mahasiswa di Jember juga berasal dari latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya yang beragam, baik dari wilayah perkotaan maupun pedesaan. Keberagaman ini memungkinkan adanya perbedaan tingkat literasi keuangan, intensitas penggunaan *digital payment*, serta pola gaya hidup di antara mahasiswa. Dengan demikian, mahasiswa di Jember dapat memberikan gambaran yang representatif mengenai kondisi perilaku konsumtif generasi muda di daerah berkembang yang sedang mengalami percepatan adopsi teknologi digital.

Pemilihan mahasiswa di kota Jember sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Jember merupakan salah satu daerah dengan jumlah perguruan tinggi yang cukup banyak di wilayah Jawa Timur, sehingga tingkat aktivitas mahasiswa relatif tinggi dan dinamis. Kondisi ini mendorong berkembangnya berbagai fasilitas pendukung gaya hidup mahasiswa, seperti kafe, pusat perbelanjaan, serta layanan digital berbasis teknologi, termasuk sistem pembayaran non-tunai. Kedua, tingginya keaktifan penggunaan *digital payment* di kalangan mahasiswa Jember tidak selalu diiringi dengan tingkat literasi keuangan yang memadai. Hal ini menimbulkan fenomena perilaku konsumtif yang menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya dalam melihat bagaimana literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Ketiga, hingga saat ini penelitian yang secara khusus mengkaji keterkaitan antara literasi keuangan, *digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Jember masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris yang relevan, baik bagi pengembangan ilmu manajemen keuangan maupun sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perguruan tinggi dan pemangku kebijakan dalam merancang program edukasi literasi keuangan bagi mahasiswa. Dengan demikian, pemilihan mahasiswa di Jember sebagai objek penelitian dinilai tepat dan relevan dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat menjadi sarana refleksi untuk meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan pribadi secara lebih bijak. Dengan memahami pengaruh literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, mahasiswa diharapkan mampu mengendalikan pola konsumsi serta membuat keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab. Bagi perguruan tinggi di Jember, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang program edukasi literasi keuangan, baik melalui mata kuliah, seminar, maupun kegiatan kemahasiswaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar dalam memberikan pembinaan terkait penggunaan teknologi keuangan digital agar mahasiswa tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Bagi pihak pembuat kebijakan dan lembaga keuangan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam merancang strategi edukasi keuangan dan pengembangan layanan *digital payment* yang lebih berorientasi pada perlindungan dan pengendalian perilaku konsumtif generasi muda. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang manajemen keuangan dan perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini

memberikan kontribusi dalam mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi empiris yang mendukung teori perilaku konsumen dan teori pengambilan keputusan keuangan dalam konteks generasi muda di era digital. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memperkuat keterkaitan antara konsep literasi keuangan sebagai faktor kognitif, penggunaan *digital payment* sebagai faktor teknologi, serta gaya hidup sebagai faktor sosial dan psikologis dalam membentuk perilaku konsumtif. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa dengan pendekatan multidimensi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan komprehensif dalam menganalisis perilaku konsumtif, dengan mengombinasikan aspek kognitif (literasi keuangan), aspek teknologi (penggunaan *digital payment*), dan aspek sosial-psikologis (gaya hidup). Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Kebaruan yang kedua dalam penelitian ini terletak pada pendekatan metodologis kuantitatif yang menggunakan skala *semantic differential* dalam mengukur persepsi dan sikap mahasiswa terhadap literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, dan gaya hidup. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden, penelitian ini menggunakan skala *semantic differential* yang memungkinkan pengukuran arah dan intensitas sikap responden secara lebih tajam dan eksplisit. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya mengukur seberapa besar pengaruh suatu variabel, tetapi juga bagaimana kecenderungan sikap mahasiswa bergerak pada dua kutub makna yang berlawanan. Hal ini memperkaya analisis kuantitatif karena data yang dihasilkan merepresentasikan sikap psikologis responden secara lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dalam cara pengukuran variabel, bukan hanya pada objek dan hasil analisis. Pendekatan ini juga memungkinkan interpretasi hasil yang lebih kuat dalam menjelaskan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa, karena persepsi responden diukur secara langsung berdasarkan makna sikap, bukan sekadar tingkat persetujuan. Dengan mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan skala *semantic differential*, penelitian ini diharapkan mampu memberikan temuan empiris yang lebih sensitif terhadap variasi sikap dan perilaku mahasiswa, serta memberikan alternatif metodologis bagi penelitian sejenis di bidang manajemen dan perilaku konsumen. Kebaruan ini menjadikan penelitian tidak hanya berkontribusi secara empiris, tetapi juga secara metodologis dalam pengembangan penelitian perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Motivasi dilakukannya penelitian ini berawal dari fenomena meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa seiring dengan perkembangan teknologi digital dan perubahan gaya hidup. Mahasiswa saat ini dihadapkan pada kemudahan transaksi digital yang sangat cepat dan praktis, namun belum sepenuhnya diimbangi dengan tingkat literasi keuangan yang memadai. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan perilaku konsumsi yang tidak terkontrol dan berdampak negatif terhadap kondisi keuangan mahasiswa. Selain itu, gaya hidup modern yang berkembang di kalangan mahasiswa, seperti tuntutan eksistensi sosial dan mengikuti tren, turut mendorong meningkatnya pengeluaran untuk kebutuhan non-esensial. Fenomena ini menjadi semakin relevan untuk diteliti dalam konteks mahasiswa di Jember, mengingat karakteristik wilayah dan latar belakang mahasiswa yang beragam. Oleh karena itu, penelitian ini dimotivasi oleh kebutuhan untuk memahami secara lebih mendalam faktor-faktor

yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengembangan literasi keuangan dan pengendalian perilaku konsumsi mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan teknologi dan kemudahan akses informasi telah mendorong peningkatan penggunaan layanan keuangan digital, khususnya *digital payment*, di kalangan mahasiswa. Fenomena ini berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Namun, tingkat pemahaman mahasiswa terhadap konsep keuangan, atau literasi keuangan, seringkali masih bervariasi, yang dapat menimbulkan inkonsistensi antara kemudahan bertransaksi dan kemampuan mengelola keuangan pribadi secara bijak.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Beberapa studi menemukan bahwa literasi keuangan yang baik dapat menekan perilaku konsumtif, sementara studi lain menunjukkan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi *digital payment* justru dapat mendorong pembelian impulsif. Selain itu gaya hidup juga dapat mendorong perilaku yang lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Oleh karena itu, penting untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana ketiga faktor ini saling berinteraksi dan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Oleh karena itu, untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Jember, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Jember?
2. Apakah penggunaan *digital payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Jember?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan diatas, maka tujuan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis maupun praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

1.4.1 Manfaat Teoretis

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam memperkaya khazanah ilmu manajemen khususnya pada bidang keuangan perilaku (*behavioral finance*).
2. Kerangka Konseptual: Penelitian ini dapat memperkuat dan memperluas kerangka konseptual mengenai hubungan antara literasi keuangan, penggunaan *digital payment*, gaya hidup dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks populasi mahasiswa.
3. Referensi Akademik: Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dengan topik sejenis yang relevan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa : Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya memiliki literasi keuangan yang memadai. Selain itu, temuan penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana penggunaan *digital payment* serta gaya hidup mahasiswa memengaruhi pola pengeluaran dan perilaku konsumtif. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu mengendalikan gaya hidup yang cenderung konsumtif serta mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak, rasional, dan bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi Perguruan Tinggi di kota Jember : Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar informasi untuk merancang dan mengimplementasikan program edukasi keuangan atau seminar literasi keuangan yang lebih efektif. Program ini dapat ditujukan untuk membantu mahasiswa mengelola dana mereka dengan lebih baik di tengah tren pembayaran digital.
3. Bagi Regulator dan Penyedia Layanan *Digital Payment* : Hasil studi ini dapat menjadi masukan penting dalam merumuskan kebijakan yang mendukung penggunaan layanan *digital payment* secara bertanggung jawab. Informasi ini dapat digunakan untuk mengembangkan fitur atau kampanye yang mendorong kehati-hatian dalam bertransaksi agar tidak memicu perilaku konsumtif berlebihan di kalangan pengguna muda.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya : Penelitian ini menyediakan data empiris yang spesifik mengenai konteks mahasiswa di Jember, yang dapat dijadikan referensi, bahan perbandingan, atau dasar pengembangan model penelitian lebih lanjut mengenai perilaku keuangan digital.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dan rekomendasi kebijakan bagi pihak-pihak terkait, khususnya dalam upaya mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa di kota Jember, sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah Daerah kota Jember
Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar perumusan kebijakan edukasi keuangan bagi mahasiswa, khususnya dalam meningkatkan literasi keuangan agar mampu mengelola keuangan secara bijak serta menekan perilaku konsumtif yang berlebihan.
2. Bagi Perguruan Tinggi di kota Jember
Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam penyusunan kebijakan akademik dan non-akademik, seperti integrasi materi literasi keuangan dalam kegiatan pembelajaran, seminar, maupun program pembinaan mahasiswa, guna membentuk perilaku konsumsi yang rasional.
3. Bagi Otoritas dan Lembaga Keuangan
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi kebijakan penggunaan *digital payment*, agar layanan pembayaran digital yang dikembangkan tetap mendorong perilaku keuangan yang sehat dan bertanggung jawab di kalangan mahasiswa.
4. Bagi Pembuat Kebijakan Nasional
Penelitian ini dapat menjadi masukan empiris dalam penyusunan kebijakan terkait perlindungan konsumen, inklusi keuangan, serta penguatan literasi keuangan generasi muda di era digital.