

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi beserta internet pesat di Indonesia telah mendorong perkembangan teknologi digital yang semakin meluas hingga ke sektor bisnis, khususnya dalam aktivitas transaksi. Dalam kegiatan bertransaksi, penerapan teknologi layanan keuangan sangat menolong saat bertransaksi. Masa ini, fenomena inovasi pada industri keuangan merubah perspektif industri secara global (Purwanto *et al.*, 2022). Akibat perubahan-perubahan tersebut, muncul sebuah fenomena baru, yaitu keuangan yang dahulu bersifat konvensional berubah menjadi digital. Sifat dinamis kehidupan manusia serta kemajuan teknologi dan informasi dapat berdampak pada kebiasaan konsumsi seseorang (Purwanto *et al.*, 2022).

Pada saat ini konsumsi di luar kebutuhan pokok telah meningkat di masyarakat saat ini. Konsumsi saat ini lebih menuju ke gaya hidup seseorang dalam hal pemenuhan keinginan daripada kebutuhan. Walaupun konsumsi agregat di tingkat masyarakat berperan vital dalam memicu pertumbuhan ekonomi secara nasional, dinamika konsumsi di tingkat individu dapat menjadi kontraproduktif. Kondisi ini terjadi manakala dorongan belanja seseorang lebih dikuasai oleh pencarian kepuasan dan pemenuhan keinginan subjektif, sehingga mengabaikan skala prioritas kebutuhan yang sebenarnya (Yusri, 2022).

Perilaku konsumtif merepresentasikan kecenderungan tindakan akuisisi barang atau jasa secara eksekif dan irasional, di mana pemenuhan hasrat subjektif lebih didahulukan ketimbang kalkulasi kebutuhan esensial (Aprilia & Firmialy,

2022). Ketika seseorang melakoni transaksi belanja yang mengabaikan hierarki kebutuhan dan semata-mata berorientasi pada pemuasan keinginan, aktivitas tersebut mencerminkan manifestasi dari perilaku tidak rasional sekaligus kompulsif (Ekawati et al., 2024).

Kecenderungan mahasiswa dalam mengalokasikan dana secara eksekutif untuk kebutuhan hiburan dan akuisisi busana kekinian kerap memicu pemborosan lantaran tidak didasari oleh urgensi kebutuhan esensial. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Izazi et al. (2020), yang menggarisbawahi bahwa wujud perilaku konsumtif mahasiswa mencakup pengeluaran untuk tren pakaian terbaru serta kebiasaan berkumpul di kafe, sehingga memangkas alokasi tabungan untuk kebutuhan mendesak maupun tak terduga. Perilaku konsumtif tersebut umumnya diakselerasi oleh kecemasan akan ketertinggalan arus tren atau *Fear of Missing Out* (FOMO), yang secara bertahap menyeret mereka ke dalam pola hidup konsumtif tanpa disadari.

Kejadian seperti "FOMO" (*Fear of Missing Out*) memajukan mahasiswa guna terus meniru tren sehingga membeli baru untuk merasa relevan. Hasil penelitian Halik, J. B., Mongan, B., & Kamban (2025) menunjukkan bahwa mahasiswa kini cenderung terpapar pada budaya konsumsi yang berpusat pada kepemilikan dan pengalaman instan. Dorongan untuk memiliki barang-barang dan produk terbaru, didorong oleh faktor sosial media dan pengaruh selebritas, telah meningkatkan tingkat konsumsi secara signifikan. Aksesibilitas produk yang beragam melalui platform digital saat ini mengakselerasi pemaparan mahasiswa terhadap dorongan belanja secara terus-menerus. Kondisi ini diperparah oleh strategi pemasaran dan promosi agresif yang diterapkan oleh perusahaan untuk

memicu transaksi impulsif, sehingga menciptakan ekosistem konsumsi yang menggeser esensi berbelanja dari sekadar pemenuhan kebutuhan mendasar menjadi sebuah aktivitas rekreasi dan pemuasan emosional.

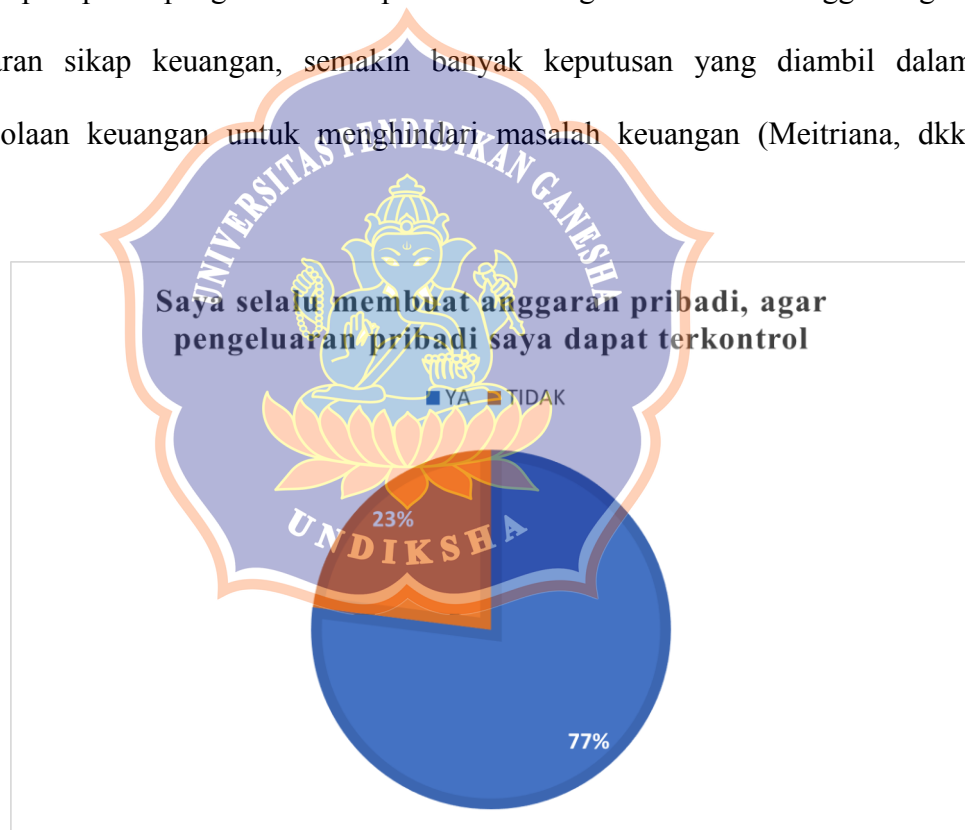
Irwansyah & Suwena (2021) menjelaskan bahwa konsumen sering melakukan pembelian yang tidak direncanakan (*unplanned buying*) sehingga akhirnya melakukan pembelian secara impulsif. Situasi ini memperlihatkan kecenderungan atas perilaku konsumeristis yang didorong oleh hasrat sesaat, bukan oleh kebutuhan.

Dengan adanya fenomena-fenomena tersebut perilaku konsumtif mahasiswa menjadi lebih tinggi. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku konsumeristis mahasiswa, peneliti melaksanakan survei pendahuluan terhadap 100 mahasiswa Angkatan 2022 di Universitas Pendidikan Ganesha. Berdasarkan survei awal tersebut, informasi didapatkan melalui kuesioner untuk memberikan gambaran tentang perilaku konsumeristis mahasiswa, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Hasil Pra Survei
Sumber: Lampiran 2

Pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa 81% mahasiswa merasa literasi keuangan bisa menolong mereka membuat keputusan pribadi mereka. Sedangkan 19% mahasiswa merasa jika literasi keuangan tidak membantu dalam pengambilan keputusan keuangan pribadi mereka. Bisa dikatakan bahwa mahasiswa menggunakan pengetahuan literasi mereka dalam memutuskan keuangan mereka. Literasi seseorang yang baik dan bisa mengaplikasikan aspek keuangan, maka akan semakin bijaksana perilaku pengelolaan keuangannya guna menciptakan keputusan yang tepat pada pengambilan keputusan keuangan. Semakin tinggi tingkat kesadaran sikap keuangan, semakin banyak keputusan yang diambil dalam pengelolaan keuangan untuk menghindari masalah keuangan (Meitriana, dkk, 2024).



Gambar 1. 2 Hasil Pra Survei
Sumber: Lampiran 2

Pada Gambar 1.2 menunjukkan sebanyak 77% mahasiswa selalu membuat anggaran pribadi dengan tujuan pengeluaran mereka dapat terkontrol. Sedangkan 23% mahasiswa tidak membuat anggaran keuangan pribadinya. Sebagian banyak

mahasiswa membuat anggaran keuangan pribadi guna pengelolaan keuangan yang lebih baik.



Gambar 1. 3 Hasil Pra Survei

Sumber: Lampiran 2

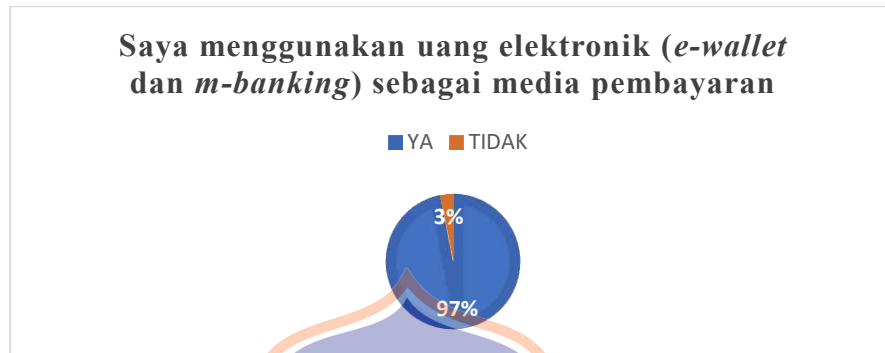
Pada Gambar 1.3 menunjukkan sebanyak 72% mahasiswa memilih menghabiskan waktu untuk sekedar nongkrong atau keluar jalan-jalan bersama teman ketika mempunyai waktu luang. Sedangkan 28% mahasiswa tidak menghabiskan waktu luang mereka untuk sekedar nongkrong atau keluar jalan-jalan bersama teman.



Gambar 1. 4 Hasil Pra Survei

Sumber: Lampiran 2

Pada Gambar 1.4 menunjukkan bahwa sebanyak 80% mahasiswa ikuti produk ataupun pola hidup yang sedang trend di kalangan masyarakat. Sedangkan 20% nya tidak mengikuti pola gaya yang sedang trend dikalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar gaya hidup mahasiswa menuju hedonisme.



Gambar 1. 5 Hasil Pra Survei
Sumber: Lampiran 2

Pada Gambar 1.5 menunjukkan bahwa hampir semua mahasiswa menggunakan uang elektronik (*E-Wallet* dan *M-Banking*) sebagai media pembayaran saat bertransaksi. Sebanyak 97% mahasiswa telah menggunakan uang elektronik sebagai media pembayaran, sedangkan 3% nya tidak menggunakan uang elektronik sebagai media pembayarannya saat melakukan suatu transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian banyak mahasiswa menggunakan uang elektronik untuk berbagai transaksi.



Gambar 1. 6 Hasil Pra Survei

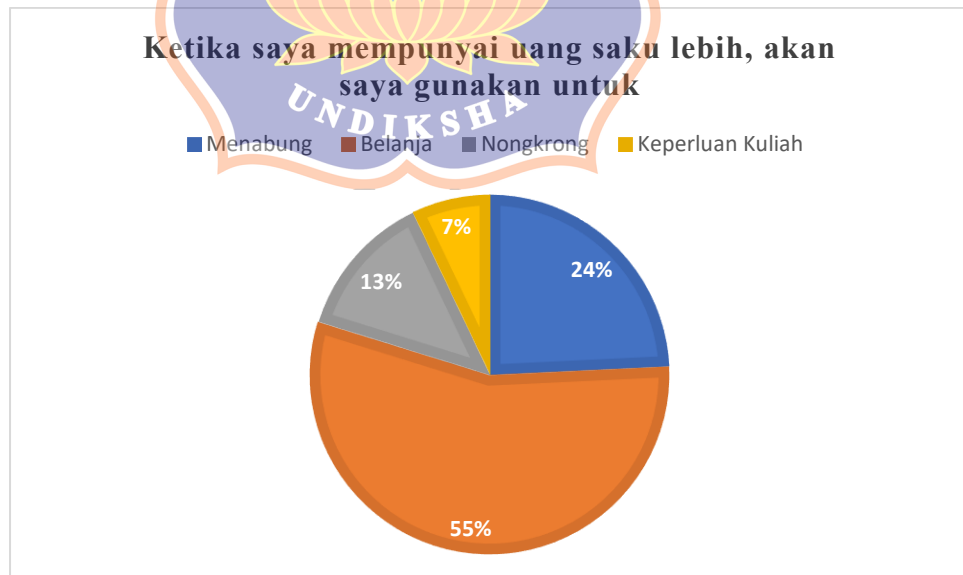
Sumber: Lampiran 2

Pada Gambar 1.6 menunjukkan bahwa sebanyak 93% mahasiswa sering menggunakan metode pembayaran uang elektronik karena Saat berbelanja secara daring, beberapa situs web menawarkan insentif tambahan seperti cashback atau diskon. Sedangkan 7% mahasiswa menggunakan metode pembayaran selain uang elektronik saat berbelanja online. Kemudahan penggunaan uang elektronik menjadikan metode pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* maupun *m-banking* lebih dipilih dibandingkan metode pembayaran yang lain.



Gambar 1. 7 Hasil Pra Survei
Sumber: Lampiran 2

Pada Gambar 1.7 menunjukkan bahwa 80% mahasiswa melakukan pembelian produk/barang trending supaya bisa menarik perhatian. Sedangkan 20% nya tidak melakukan pembelian produk fashion tren hanya karena supaya kelihatan menarik.



Gambar 1. 8 Hasil Pra Survei
Sumber: Lampiran 2

Pada Gambar 1.8 menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa, yaitu sebesar 55%, cenderung menggunakan uang saku lebih untuk kegiatan belanja. Sementara itu, 24% mahasiswa memilih menabung, 13% digunakan untuk kegiatan nongkrong, dan 7% lainnya dialokasikan untuk keperluan kuliah. Temuan ini mengindikasikan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa masih relatif tinggi dibandingkan dengan alokasi untuk kebutuhan yang lebih produktif seperti menabung dan keperluan akademik.

Mengacu hasil prasurvei di gambarkan diatas, tindakan konsumtif mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Angkatan 2022 tergolong cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan meskipun sebagian banyak mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Angkatan 2022 memiliki tingkat pemahaman keuangan secara baik, namun mereka cenderung mempunyai keinginan untuk mengikuti yang sedang trend dikalangan masyarakat, kemudian penggunaan uang elektronik sebagai metode pembayaran saat belanja online karena dengan iming-iming *discount* atau *cashback*. Kepemilikan uang saku tambahan kerap dialokasikan oleh mahasiswa untuk aktivitas belanja ketimbang pemenuhan prioritas kebutuhan yang esensial. Kecenderungan tersebut pada akhirnya mengakselerasi peningkatan intensitas perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Yusri (2022) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa Kecenderungan konsumtif merepresentasikan tindakan pembelian produk yang minim kalkulasi logis serta lebih mendahulukan pemenuhan hasrat (*wants*) ketimbang kebutuhan pokok (*needs*). Salsabila (2023) menegaskan bahwa perilaku konsumtif mencakup pola akuisisi dan pemanfaatan komoditas yang tidak dilandasi penalaran rasional, melainkan didorong oleh kecenderungan konsumsi tanpa batas yang sarat dengan

gaya hidup mewah dan impulsif. Secara konseptual, fenomena ini ditandai oleh pergeseran motif belanja, di mana dorongan emosional dan keinginan pribadi telah menggantikan pertimbangan objektif hingga mencapai tingkatan yang irasional. Perilaku konsumtif dapat berbentuk upaya agar individu mampu menyesuaikan keadaan lingkungan sekitar sehingga muncul sikap membeli secara berlebihan dan cenderung tidak rasional (Rahmawati, G., & Mirati, 2022). Perilaku konsumtif terkena pengaruh berbagai faktor, seperti literasi keuangann, pola gaya hidup, dan uang elektronik.

Literasi keuangan ialah seseorang guna memakai informasi keuangan untuk menciptakan keputusan secara tepat untuk diri sendiri dan keluarga. Merujuk pada pandangan Putri (2022), penguasaan literasi keuangan tergolong sebagai kapabilitas vital bagi individu. Kompetensi ini melandasi kemampuan seseorang dalam menyusun proyeksi keuangan, mengelola sumber dana pribadi, hingga mengevaluasi dan memilih produk-produk finansial secara tepat sasaran. Wayan et al. (2026) menyatakan bahwa pada era digital, literasi ekonomi dan literasi keuangan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi generasi muda karena menjadi bekal dalam menghadapi berbagai keputusan ekonomi dan keuangan.

Suvena & Utami (2025) menjelaskan bahwa literasi Ini menggambarkan kapasitas seseorang untuk memahami, menganalisis, dan menerapkan informasi secara efisien untuk memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih tepat. Gagasan ini menunjukkan bahwa semakin baik keputusan yang diambil seseorang, termasuk keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan uang, semakin melek huruf mereka. Ketut *et al.* (2024) memaparkan literasi merupakan salah satu aspek penting dari kualitas sumber daya manusia. Literasi, termasuk literasi keuangan,

berperan dalam meningkatkan kemampuan seseorang mengerti informasi serta membuat keputusan dengan tepat.

Pengertian lain literasi keuangan adalah kemampuan dan pengetahuan tentang cara mengelola uang untuk mencapai tujuan masa depan. Dengan demikian, mahasiswa harus memahami pengelolaan keuangan, termasuk cara menghemat uang dan manfaatnya untuk kehidupan keuangan mereka. Tidak peduli berapa pendapatannya, jika dia bisa mengatur keuangan, dia dapat menurunkan resiko keuangan (Yahya, 2021). Dikatakan bahwasannya tingkat literasi keuangan seseorang yang naik, maka semakin mampu mengelola bagus, sehingga mampu menekan perilaku konsumtif yang muncul pada dirinya sendiri. literasi keuangan, faktor lain yang didampaki perilaku boros juga bisa nampak pada pola hidup seseorang. Untuk itu tingkat literasi keuangan diperoleh melalui skor pemahaman mahasiswa terhadap konsep-konsep keuangan. Pemahaman konsep keuangan tersebut terdiri dari beberapa dimensi antara lain: (1) pemahaman mengenai konsep dasar keuangan (*financial basic concept*), (2) pemahaman dalam tabungan dan investasi (*saving and investment*), (3) pemahaman dalam manajemen kredit (*credit and debt manajemen*), serta (4) pemahaman tentang produk asuransi (*protecting resources*) (Meitriana, M. A. dkk 2024). Cerminan mengenai cara seseorang membelanjakan dana dan mengalokasikan waktunya saat berinteraksi dengan lingkungan sosial merupakan representasi dari gaya hidup (Haq et al., 2023). Pola ini sangat rentan berubah pada fase usia mahasiswa, di mana pergeseran perilaku belanja lebih sering disetir oleh dorongan psikologis dan faktor lingkungan pergaulan dibanding perubahan prioritas kebutuhan. Sejalan dengan hal itu, Rahmawati dan Mirati (2022) menggarisbawahi bahwa mahasiswa kerap

menjadikan norma kelompok sebaya sebagai standar legitimasi untuk membuktikan eksistensi diri mereka dalam mengikuti arus modernisasi. Kemudian dalam penelitian Ardiati, *et al* (2023) dikatakan bahwa mahasiswa kebiasaan mengkonsumsi barang-barang yang bukan kebutuhan dasar. Kebiasaan tersebut bukan merupakan pengetahuan yang kurang melainkan hadir pada gaya hidup mereka yang mewah dampak dari pergaulan yang ada.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis memilih variabel bebas yaitu literasi keuangan, dan gaya hidup. Diduga terdapat dampak yang relatif besar antara variabel bebas terhadap perilaku konsumtif. Selain itu alasan lain dari dipilihnya variabel tersebut adalah adanya research gap dari penelitian terdahulu, seperti penelitian Yusri (2022) yang Walaupun banyak studi mendokumentasikan dampak pemahaman finansial pada perilaku belanja mahasiswa, Chairiah dan Siregar (2022) justru ada fakta sebaliknya bahwa literasi keuangan tidak memengaruhi perilaku konsumtif secara nyata. Padahal, merujuk pada Lailatul Mufidah (2021), kecakapan mengelola keuangan seharusnya menekan dorongan konsumtif karena individu akan lebih memprioritaskan alokasi dana jangka panjang. Sementara itu, untuk variabel gaya hidup, studi dari Sari (2022) berkesesuaian dengan temuan Pulungan dan Febriaty (2018) yang mengonfirmasi kontribusi positif pola hidup atas tindakan boros. Secara umum dapat disintesis bahwa makin tinggi standar gaya hidup yang dianut seseorang, makin rentan mereka terjebak dalam pola konsumsi irasional.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka penulis ingin mencari tahu bagaimana literasi keuangan, dan gaya hidup, dapat mempengaruhi perilaku boros pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Angkatan 2022. Apakah dengan

adanya pemahaman mengenai literasi keuangan, gaya hidup, pada kehidupan sehari-hari membuat mahasiswa mampu menekan perilaku konsumtifnya yang terkadang muncul tanpa disadarinya. Dengan ini penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif” dengan studi kasus pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Angkatan 2022.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berikut dilakukan dengan menggunakan informasi latar belakang yang diberikan di atas.

1. Literasi keuangan berperan agar bisa menekan perilaku boros mahasiswa, namun tingkat pengetahuan yang dimiliki belum sepenuhnya diimplementasikan secara optimal dalam pengelolaan keuangan pribadi sehari-hari.
2. Gaya hidup boros berkembang di lingkungan mahasiswa, khususnya orientasi pada pengakuan sosial dan pandangan orang lain, sering kali lebih diutamakan dibandingkan pemenuhan kebutuhan yang bersifat esensial.
3. Perilaku boros yang dipicu oleh promosi, diskon, dan strategi pemasaran lainnya menyebabkan mahasiswa condong membuat keputusan keuangan irasional, sehingga berpengaruh pada kegagalan dalam mengelola keuangan secara efektif.
4. Revolusi digital dalam sistem transaksi, seperti penggunaan e-money, memberikan kemudahan sekaligus mendorong peningkatan Perilaku

konsumtif mahasiswa akibat akses yang cepat, praktis, serta berbagai insentif yang ditawarkan.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) angkatan 2022 sebagai subjek penelitian, sehingga hasil yang diperoleh hanya merepresentasikan karakteristik dan kondisi mahasiswa pada angkatan tersebut dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan pada mahasiswa angkatan lain maupun perguruan tinggi berbeda. Variabel literasi pada studi ini dibatasi pada tingkat memahami mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan pribadi, yang mencakup perencanaan keuangan, pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, pemahaman tabungan, serta kemampuan menciptakan secara rasional. Sementara itu, pola hidup dibatasi pada pola perilaku konsumsi mahasiswa yang tercermin dari kebiasaan penggunaan uang, orientasi terhadap tren, aktivitas sosial, serta kecenderungan mengutamakan simbol status atau pengakuan sosial. Dalam konteks ini, "perilaku konsumtif" merujuk pada Fenomena perilaku siswa yang terbiasa membelanjakan dana secara spontan dan melampaui batas wajar, lantaran prioritas pembelian lebih berorientasi pada pemuasan keinginan pribadi daripada pemenuhan kebutuhan esensial. Studi ini secara khusus mengkaji bagaimana gaya hidup dan literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumen, tanpa memasukkan variabel lain seperti tingkat pendapatan, latar belakang keluarga, pengaruh teman sebaya, maupun faktor psikologis lainnya. Kuesioner dipakai guna menghimpun data penelitian dari responden, sehingga validitas temuan sangat bergantung pada kejujuran dan persepsi subjektif mahasiswa dalam memberikan jawaban.

1.4 Rumusan Masalah

Merujuk latar belakang dan identifikasi masalah di atas, peneliti dapat merumuskan masalah.

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha angkatan 2022?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha angkatan 2022?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha angkatan 2022?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari studi ini adalah untuk menganalisis.

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha angkatan 2022.
2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Angkatan 2022.
3. Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha angkatan 2022.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan studi ini dapat diuraikan:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, studi ini diproyeksikan memberikan kontribusi konseptual terhadap eksistensi keilmuan ekonomi dan manajemen keuangan, khususnya

dalam domain literasi keuangan, dinamika gaya hidup, serta manifestasi perilaku konsumtif pada ranah mahasiswa. Temuan riset ini ditargetkan mampu memperluas khazanah referensi empiris mengenai kontribusi pemahaman finansial dan gaya hidup terhadap kecenderungan konsumsi, sekaligus menjadi pijakan komparatif bagi kajian mendatang yang mengeksplorasi Perilaku Keuangan Generasi Muda pada era digital.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman dan pemahaman empiris bagi peneliti dalam mengaplikasikan teori literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, serta melatih kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian ilmiah, mulai dari perumusan masalah, pengumpulan data, hingga analisis dan penarikan kesimpulan.

b) Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya literasi keuangan dan pengendalian gaya hidup dalam mengelola keuangan pribadi, sehingga mahasiswa mampu menyeleksi kebutuhan dan keinginan serta mengurangi kecenderungan perilaku boros.

c) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Luaran riset ini diharapkan dapat menjadi rujukan substansial serta bahan pertimbangan bagi pimpinan Universitas Pendidikan Ganesha dalam menformulasi skema edukasi, regulasi internal, maupun program

kemahasiswaan yang berfokus pada akselerasi literasi keuangan dan pembiasaan gaya hidup rasional di lingkungan kampus.

d) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan Gambaran mengenai Prilaku konsumtif mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda, sehingga masyarakat, khususnya orang tua dan pemangku kepentingan, dapat lebih memahami pentingnya edukasi literasi keuangan sejak dini dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat dan bertanggung jawab.

