

**PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* DAN LITERASI KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ABDUL AZIS LAMADJIDO**

Dinda Amelia¹, Nurhadi², Ririn Parmita³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido
Palu. Jl. Dr. Suharso, Besusu Barat, Palu Timur Kota Palu
Sulawesi Tengah

Email: dindaaameliaaa69@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Digital Payment* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian adalah 74 mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas abdul azis lamadjido yang dipilih menggunakan teknik pengambilan purposive sampling. Data yang terkumpul dianalisis dengan uji analisis regresi berganda dengan bantuan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 25.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Ada pengaruh yang signifikan *Digital Payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas abdul azis lamadjido dengan arah yang positif, (2) Ada pengaruh yang signifikan Literasi keuangan terhadap Perilaku konsumtif mahasiswa universitas abdul azis lamadjido dengan arah yang positif, (3) Ada pengaruh secara simultan *Digital Payment*, Literasi Keuangan terhadap Perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas abdul azis lamadjido, dengan nilai koefisien R Square (R^2) yang diperoleh sebesar 0,907 atau 90,7%. yang berarti penelitian tersebut memiliki kontribusi secara bersama-sama sedangkan 9,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Digital Payment, Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Digital Payments and Financial Literacy on Consumptive Behavior. This study uses a quantitative approach with descriptive methods. The subjects were 74 students at the Faculty of Economics and Business, Abdul Azis Lamadjido University, selected using a purposive sampling technique. The collected data were analyzed using multiple regression analysis using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 25.0 for Windows. The results of the study show that: (1) There is a significant influence of Digital Payment on the consumer behavior of students of the Faculty of Economics and Business, Abdul Azis Lamadjido University in a positive direction, (2) There is a significant influence of Financial Literacy on the consumer behavior of students of Abdul Azis Lamadjido University in a positive direction, (3) There is a simultaneous influence of Digital Payment, Financial Literacy on consumer behavior in students of the Faculty of Economics and Business, Abdul Azis Lamadjido University, with the R Square (R^2) coefficient value obtained of 0.907 or 90.7%. which means that the study has a joint contribution while 9.3% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Digital Payment, Financial Literacy and Consumer Behavior*

A. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan modern, mahasiswa sering dihadapkan pada berbagai tuntutan, baik akademik maupun sosial, yang menuntut mereka untuk mampu mengatur diri serta mengambil keputusan secara bijak. Harapan yang melekat pada diri mahasiswa menjadi individu yang produktif, mandiri, serta mampu memanfaatkan waktu dan sumber daya yang dimiliki untuk kepentingan masa depan. Namun, di tengah dinamika perkembangan zaman, mahasiswa kerap menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan gaya hidup, pergaulan, serta pengaruh lingkungan sekitar yang dapat memengaruhi pola pikir maupun perilaku kesehariannya.¹

¹ Purnamawati, S. E. (2020). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (Online). (Pp. 1–84)

Mahasiswa biasanya menggambarkan sekelompok anak muda yang menginvestasikan waktunya dalam mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan kemahiran di berbagai bidang, mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari diharapkan mampu memanfaatkan waktu dengan kegiatan yang berorientasi pada masa depan menjadi individu yang produktif dan mengatur prioritas antara kebutuhan dan keinginan, selain itu mahasiswa juga diyakini sebagai individu yang tidak mudah terpengaruh oleh tren yang tersedia pada masa kini, mencakup wilayah internal dan eksternal lingkungan universitas.² Namun kenyataan di lapangan justru menunjukkan kondisi yang berbanding terbalik, banyak mahasiswa cenderung menghabiskan uang saku untuk mengikuti tren terbaru seperti membeli barang bermerek, mengikuti gaya hidup konsumtif dibandingkan mengalokasikan dana untuk kebutuhan akademik.

Pemahaman umum tentang Perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai pola penggunaan barang atau jasa yang dilakukan secara berlebihan dan tidak efisien, di mana individu cenderung mengutamakan pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan pokok, sehingga mencerminkan gaya hidup yang kurang hemat.³ Perilaku konsumtif juga dapat dimaknai sebagai tindakan menggunakan suatu produk tanpa menyelesaikannya terlebih dahulu. Dengan kata lain, seseorang membeli barang bukan karena barang sebelumnya sudah habis atau tidak dapat digunakan lagi,

² Funky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 82–98.

³ Empati, J., Nomor, V., Antara, H., Diri, K., Perilaku, D., Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Empati*, 7(2), 189–195

tetapi karena tergiur oleh promo atau hadiah tertentu, atau karena produk tersebut sedang populer' Sejalan dengan pendapat sebelumnya, Munandar (2011) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan bagian dari proses penggunaan barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen. Namun, definisi tersebut hanya memberikan gambaran dasar dan tidak menegaskan bahwa perilaku konsumtif berkaitan dengan penggunaan yang berlebih. Secara lebih spesifik, perilaku konsumtif mengarah pada tindakan individu yang sulit mengendalikan diri untuk membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan dan tidak memahami fungsi utamanya.⁴

Menurut Yahya fenomena perilaku konsumtif banyak ditemui di kalangan mahasiswa. Hal ini dikarenakan pada masa remaja menginjak dewasa, seseorang sedang melalui tahap menemukan identitas dirinya. Perilaku konsumtif dipahami sebagai tindakan menggunakan maupun membeli barang secara berlebihan (Wahyuni et al., 2019). Mahasiswa cenderung ingin mengikuti tren dan tidak pernah merasa puas dengan apa yang sudah dimiliki sehingga menyebabkan mahasiswa mengkonsumsi suatu produk tanpa berpikir panjang. Sejalan dengan pandangan Adam yang dikutip dalam Kurniawati et al. perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa kini dianggap sebagai sesuatu yang lazim dan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Kondisi ini semakin diperkuat oleh kemajuan teknologi yang pesat, sehingga berbagai aktivitas menjadi lebih mudah dilakukan, termasuk akses untuk membeli barang yang semakin praktis. Penelitian Ramadani et al. juga mendukung hal tersebut dengan menunjukkan adanya

⁴ Fahira, D., & Taufhan, L. S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen, 3(1), 1612– 1626.

hubungan positif dan signifikan antara penggunaan uang elektronik dan tingkat belanja mahasiswa. Selain itu, Fahira dan Taufan mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu pembayaran digital dan literasi keuangan.⁵

Pada era modern, pembayaran digital sebagai bagian dari teknologi finansial menjadi metode yang sangat efisien. Pembayaran digital sendiri merupakan proses transaksi yang dilakukan melalui media elektronik sebagai alat pembayaran. Menurut Mustofa et al. uang digital adalah bentuk pembayaran berbasis elektronik dan virtual yang memanfaatkan server, aplikasi jaringan, dan akun virtual. Naufalia menambahkan bahwa pembayaran digital merupakan metode pembayaran daring yang menggunakan perangkat lunak, jaringan internet, serta akun virtual. Sistem ini berfungsi sebagai pengganti uang tunai melalui berbagai bentuk pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan aman. Pembayaran digital memungkinkan transaksi dilakukan secara elektronik dan online tanpa membutuhkan pertemuan langsung dengan penjual, sehingga memberikan efisiensi yang lebih besar bagi penggunanya.⁶

Bersamaan dengan itu penggunaan pembayaran digital juga memberikan kontribusi terhadap meningkatnya konsumsi mahasiswa, fenomena ini diperparah oleh kemajuan teknologi digital yang menghadirkan kemudahan dalam bertransaksi melalui system pembayaran digital (*digital payment*), yang meskipun efisien, turut mendorong peningkatan konsumsi karena kemudahan dan berbagai promosi yang ditawarkan. Sistem ini hadir dengan berbagai keunggulan, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan fleksibilitas proses pertukaran nilai ekonomis dengan

⁵ Purnamawati, S. E. (2020). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (Online). (Pp. 1–84)

⁶ Ramadani, L. F., Universitas, E., & Malang, N. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. Jesp, 8

fleksibilitas tempat dan momentum. Walaupun demikian, kemudahan ini juga menghadirkan tantangan, terutama potensi meningkatnya perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kesadaran finansial. memperlihatkan adanya korelasi substansial antara adopsi metode transaksi digital dengan kecenderungan belanja para peserta didik tingkat universitas, terutama bila tidak disertai pemahaman keuangan yang cukup. menambahkan bahwa semakin sering mahasiswa memanfaatkan digital payment, semakin besar pula kecenderungan mereka dalam melakukan pembelian yang bersifat impulsif.

Literasi keuangan dapat dipahami sebagai gabungan antara kesadaran, pengetahuan, keterampilan, serta sikap dan perilaku yang perlu dimiliki seseorang untuk mampu mengambil keputusan finansial yang tepat sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi individu (Bhabha et al., 2014; Opletalova, 2015). Sholeh (2019) menjelaskan bahwa literasi keuangan mencakup kemampuan seseorang dalam memahami informasi serta pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi, dan kemampuan tersebut dapat memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kualitas hidup. Lusardi juga menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan keterampilan penting yang perlu dikuasai setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya melalui pemahaman yang baik mengenai perencanaan serta pengalokasian sumber daya keuangan secara efektif dan efisien.⁷

Sangat penting untuk memahami adanya literasi keuangan dikalangan mahasiswa. Berdasarkan data dari survei yang

⁷ Ambarwati, D. P., & Indriastuti, D. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money Dan Fear Of Missing Out (Fomo)* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Jemb)*, 2(4), 1–10.

dijalankan Katadata Insight Center, terdapat 56,6% yang mengindikasikan ketidakstabilan dan kurangnya kesadaran dalam pengelolaan keuangan, khususnya pada kelompok Generasi Z yang mayoritas terdiri dari pelajar dan mahasiswa. Literasi keuangan adalah kapasitas seseorang dalam memahami serta mengimplementasikan konsep-konsep finansial dengan tepat guna dalam aktivitas harian. Melalui penguasaan dengan memiliki literasi keuangan yang baik, seseorang mampu mengenali peluang keuntungan serta risiko dari berbagai instrumen keuangan yang ada. Penelitian (Oktaviani et al.) menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman dan kemampuan dalam literasi keuangan sangat berkorelasi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, bahkan hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa literasi keuangan menyumbang 61,6%.⁸

Hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa beberapa para mahasiswa yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido semakin terbiasa memanfaatkan layanan digital payment dalam aktivitas sehari-hari. Kemajuan teknologi dan berkembangnya sistem keuangan digital telah membuat mahasiswa bergantung pada berbagai aplikasi seperti *mobile banking*, hingga *marketplace* yang menyediakan metode pembayaran online. Kemudahan akses ini membuat mahasiswa dapat bertransaksi setiap saat dan di berbagai tempat tanpa harus memakai uang fisik dalam bertransaksi. Promo berupa *free gift*, hingga diskon yang ditawarkan penyedia layanan semakin mendorong mahasiswa untuk melakukan transaksi lebih sering, sehingga hal tersebut tidak selalu berdampak positif. Mahasiswa

⁸ Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118

cenderung melakukan transaksi secara impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan riil, sehingga muncul kebiasaan membeli barang atau jasa yang tidak begitu penting. Fenomena ini menunjukkan bahwa *digital payment*, meskipun memberikan banyak keuntungan, juga dapat mendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengendalian diri.⁹

Selain *digital payment*, fenomena lain juga muncul dari aspek literasi keuangan. Hasil pengamatan peneliti menemukan sebagian para mahasiswa yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido masih memiliki keterbatasan dalam pengelolaan keuangan. Banyak di antara mereka belum terbiasa mencatat pemasukan dan pengeluaran, belum mampu mengatur prioritas kebutuhan, bahkan ada yang masih mengandalkan uang kiriman orang tua tanpa perencanaan jelas. Ketidakmampuan dalam mengelola keuangan pribadi menyebabkan mahasiswa lebih rentan terjebak pada perilaku konsumtif, terutama ketika dihadapkan dengan fasilitas pembayaran digital yang serba instan. Rendahnya literasi keuangan ini pada akhirnya membuat mahasiswa kesulitan mengontrol keuangan mereka sendiri, sehingga keseimbangan antara kebutuhan jangka pendek dan perencanaan jangka panjang sering kali diabaikan. Fenomena yang tidak kalah menarik adalah semakin meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa.¹⁰

Banyak mahasiswa yang menggunakan sebagian besar uang mereka untuk membeli produk-produk gaya hidup, seperti pakaian bermerek, makanan dan minuman kekinian. Fenomena ini semakin

⁹ Bhabha, J. I et al. 2014. *Impact of Financial Literacy on Saving-Investment Behavior of Working Women in the Developing Countries*. *Research Journal of Finance and Accounting*. 13(5), 118-122.

¹⁰ Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., Malik, N., & Malang, U. M. (N.D.). Literasi Dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi Qr Code Indonesian Standard (Qris) Pada Kelompok Milenial.

terlihat jelas ketika mahasiswa lebih memilih mengikuti tren dibanding memenuhi kebutuhan yang lebih mendesak, seperti membeli buku kuliah atau menyisihkan uang untuk tabungan. Kepraktisan *digital payment* dan rendahnya literasi keuangan semakin memperkuat kecenderungan tersebut. Kemudahan dalam melakukan pembayaran membuat mahasiswa jarang mempertimbangkan dampak jangka panjang dari kebiasaan belanja mereka. Akibatnya, sebagian mahasiswa mengalami kesulitan keuangan di akhir bulan, merasa tertekan karena kehabisan dana sebelum menerima kiriman berikutnya, bahkan ada yang terpaksa berhutang melalui layanan pinjaman online. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa bukan hanya masalah gaya hidup, melainkan juga berdampak pada stabilitas keuangan pribadi dan kesiapan mereka menghadapi tantangan ekonomi pada waktu yang akan datang.¹¹

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kecenderungan konsumtif di kalangan mahasiswa merupakan kondisi yang benar-benar terjadi dan terus meningkat sejalan dengan kemajuan teknologi digital serta kemudahan berbagai layanan pembayaran. Keadaan tersebut memperlihatkan bahwa mahasiswa mudah terdorong pada pola hidup konsumtif apabila tidak dibekali kemampuan mengatur keuangan dengan tepat. Karena itu, pemahaman literasi keuangan memiliki fungsi penting dalam membentuk cara berpikir mahasiswa secara lebih kritis dalam mengelola dana, sehingga mereka dapat membedakan mana yang menjadi kebutuhan dan mana yang hanya keinginan, serta

¹¹ Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). *Financial Literacy Around The World: An Overview. Journal Of Pension Economics And Finance*, 10 (4): 497–508 LUSARDI, A., MITCHELL, O. S., & CURTO, V. (2010). *Financial Literacy Among The Young. Journal Of Consumer Affairs*, 44(2), 358–380.

mampu mengalokasikan sumber daya keuangan untuk kegiatan yang lebih produktif dan menguntungkan bagi masa mendatang.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumus masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tentang *Digital Payment* Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Universitas Abdul Azis Lamadjido?
2. Apakah terdapat pengaruh secara signifikan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamajido?
3. Apakah terdapat pengaruh secara signifikan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamajido?
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan *Digital Payment* Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamajido?

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Menurut Sugiyono, penelitian kausal berfokus pada hubungan sebab- akibat yang melibatkan dua jenis variabel, yakni variabel independen (faktor yang memengaruhi) dan variabel dependen (faktor yang dipengaruhi).

Sugiyono mengemukakan bahwa riset kuantitatif merupakan metodologi berbasis paradigma positivis, yang bertujuan mengkaji populasi maupun sampel terpilih. Informasi dikumpulkan melalui berbagai alat penelitian dan dianalisis dengan pendekatan numerik maupun statistik guna menguji proposi ilmiah yang diajukan,

sekaligus memantau pengaruh variabel independen.¹²

D. PEMBAHASAN

1. Sejarah Singkat Universitas Abdul Aziz Lamadjido

Universitas Abdul Aziz Lamadjido (AZLAM) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang berlokasi di Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, dan berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Panca Bhakti Sulawesi Tengah. Universitas ini resmi berdiri pada tanggal 16 Mei 2023 sebagai hasil penggabungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Panca Bhakti Palu dan Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIPOL) Panca Bhakti Palu. Penggabungan kedua perguruan tinggi tersebut merupakan bagian dari program strategis Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dalam rangka meningkatkan mutu, efisiensi, serta tata kelola perguruan tinggi swasta di Indonesia. Sebelum berubah status menjadi universitas, STIE Panca Bhakti dan STISIPOL Panca Bhakti telah memiliki pengalaman panjang dalam menyelenggarakan pendidikan tinggi dan menghasilkan lulusan yang berkontribusi di berbagai sektor, baik pemerintahan, dunia usaha, maupun organisasi kemasyarakatan. Melalui penggabungan tersebut, Universitas Abdul Aziz Lamadjido diharapkan mampu menjadi perguruan tinggi yang lebih kuat dalam menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Nama Abdul Aziz Lamadjido

¹² Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., Hardati, R. N., Kunci:, K., Budaya, F., Sosial, F., Pribadi, F., Psikologi, F., Sistem, D., & Uang, P. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Malang). *Jiagabi*, 9(2), 175–184.

diabadikan sebagai nama universitas sebagai bentuk penghormatan kepada almarhum H. Abdul Aziz Lamadjido, S.H., yang pernah menjabat sebagai Gubernur Sulawesi Tengah periode 1986–1996. Beliau dikenal sebagai tokoh yang memiliki kepedulian besar terhadap pengembangan dunia pendidikan di Sulawesi Tengah. Gagasan beliau untuk menghadirkan perguruan tinggi yang berkualitas dan mudah diakses masyarakat kemudian diwujudkan oleh Yayasan Pendidikan Panca Bhakti Sulawesi Tengah melalui pendirian Universitas Abdul Aziz Lamadjido.

Sebagai perguruan tinggi yang terus berkembang, Universitas Abdul Aziz Lamadjido berkomitmen menjadi institusi pendidikan tinggi yang berkualitas, religius, dan berbudaya. Komitmen tersebut diwujudkan melalui peningkatan mutu pendidikan, pengembangan penelitian, pengabdian kepada masyarakat, serta penyelenggaraan tata kelola universitas yang profesional, transparan, dan akuntabel. Selain itu, universitas juga berupaya menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi akademik, keterampilan profesional, integritas, serta mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Saat ini Universitas Abdul Aziz Lamadjido menyelenggarakan berbagai program pendidikan yang terdiri atas Program Pascasarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Pertanian, Fakultas Hukum dan Bisnis, serta Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (MIPA). Setiap fakultas memiliki program studi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain menyediakan kelas reguler pada pagi hari, universitas juga membuka kelas malam sehingga memberikan kesempatan

kepada masyarakat yang telah bekerja untuk tetap melanjutkan pendidikan tinggi. Dalam mendukung penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan Tinggi, Universitas Abdul Aziz Lamadjido memiliki struktur organisasi yang tersusun secara sistematis. Struktur organisasi dipimpin oleh seorang Rektor sebagai pimpinan tertinggi universitas yang bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan.¹³

Selain unit-unit tersebut, Universitas Abdul Aziz Lamadjido juga memiliki berbagai bagian administrasi, lembaga pendukung, serta fakultas dan program studi yang saling berkoordinasi dalam menjalankan fungsi pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat, dan pelayanan administrasi. Dengan struktur organisasi yang jelas, setiap unit memiliki tugas dan tanggung jawab sesuai bidangnya sehingga mampu mendukung pencapaian visi dan misi universitas. Sebagai institusi pendidikan tinggi yang terus berkembang, Universitas Abdul Aziz Lamadjido senantiasa melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas melalui pengembangan kurikulum yang adaptif terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, peningkatan kompetensi dosen dan tenaga kependidikan, penguatan budaya penelitian dan publikasi ilmiah, serta perluasan kerja sama dengan berbagai instansi pemerintah, dunia usaha, dan perguruan tinggi lainnya. Melalui berbagai upaya tersebut, Universitas Abdul Aziz Lamadjido diharapkan mampu menjadi perguruan tinggi yang unggul dalam menghasilkan lulusan yang profesional, berintegritas, berkarakter, serta mampu memberikan kontribusi

¹³ Naufalia, V. (2022). Pengaruh *Digital Payment* Dan *E-Service Quality* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah Dki Jakarta. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 1–9.

nyata bagi pembangunan daerah, bangsa, dan negara.

2. *Digital Payment* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa digital payment dan literasi keuangan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang mengacu pada tabel penelitian, kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan pada perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan merupakan hasil dari kombinasi antara kemajuan teknologi pembayaran dan tingkat pemahaman keuangan individu.¹⁴

Secara konseptual, digital payment memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi, sehingga mendorong mahasiswa untuk lebih aktif dalam kegiatan konsumsi. Di sisi lain, literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam memahami serta mengelola keuangan secara efektif. Ketika kedua faktor ini hadir secara bersamaan, mahasiswa tidak hanya memiliki akses yang mudah untuk bertransaksi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan tersebut. Namun demikian, dalam praktiknya, kemudahan akses melalui digital payment dapat tetap mendorong perilaku konsumtif meskipun mahasiswa

¹⁴ Octavia, Damayanti dan M. Damar (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kosumen E-Payment. Jurnal Manajemen. Vol.19 No.1. Universitas Telkom.

memiliki tingkat literasi keuangan yang baik.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Luthfiana A'yunin Nisaa, Oktami Nabella Tanjung, dan Mursalim yang menunjukkan bahwa variabel keuangan dan teknologi pembayaran secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menegaskan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan kombinasi antara kemudahan transaksi dan pemahaman keuangan. Dalam konteks penelitian ini, digital payment memberikan kemudahan, kecepatan, serta akses transaksi yang mendorong mahasiswa untuk lebih sering melakukan pembelian, sedangkan literasi keuangan yang berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang dimiliki mahasiswa justru dapat meningkatkan aktivitas konsumsi. Kondisi ini dapat terjadi karena mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih percaya diri dalam mengelola keuangan, memahami cara mengalokasikan dana, serta mampu memanfaatkan berbagai fasilitas keuangan, sehingga secara tidak langsung mendorong peningkatan perilaku konsumtif. Dengan demikian, secara simultan kedua variabel tersebut berperan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido.¹⁵

Signifikansi pengaruh simultan ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan fenomena multidimensional yang dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal secara bersamaan. Digital payment berperan sebagai

¹⁵ Oktaviani, M., Oktaria, M., & Alexandro, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Sosial*, 9(2), 136–145.

faktor eksternal yang memfasilitasi aktivitas konsumsi, sedangkan literasi keuangan sebagai faktor internal memengaruhi bagaimana individu mengontrol dan mengarahkan perilaku tersebut. Dengan demikian, diperlukan keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan peningkatan literasi keuangan agar mahasiswa mampu mengelola konsumsi secara lebih bijak dan tidak berlebihan.

3. Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Aziz Lamadjido

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel digital payment terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital secara langsung memengaruhi tingkat konsumsi mahasiswa. Kemudahan dalam bertransaksi, kecepatan proses pembayaran, serta fleksibilitas penggunaan menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk lebih sering melakukan pembelian. Dengan demikian, semakin tinggi intensitas penggunaan digital payment, maka kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa juga semakin meningkat.¹⁶

Secara konseptual, digital payment merupakan inovasi teknologi keuangan yang mempermudah aktivitas transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Kemudahan ini tidak hanya memberikan efisiensi, tetapi juga mengurangi hambatan psikologis dalam melakukan pembayaran. Mahasiswa cenderung tidak merasakan secara langsung pengeluaran yang dilakukan, sehingga lebih mudah terdorong untuk melakukan

¹⁶ Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, Rdn, & Yusuf, A. (2021). Efek Digital Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Pembayaran Digital Ovo. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126.

pembelian secara spontan. Selain itu, berbagai fitur seperti promo, diskon, dan cashback turut memperkuat perilaku konsumtif karena memberikan kesan keuntungan dalam setiap transaksi yang dilakukan.

Menurut Kotler dan Keller kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran merupakan bagian dari rangsangan pemasaran yang dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam konteks penelitian ini, digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam bertransaksi mendorong mahasiswa untuk lebih sering melakukan pembelian. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido cenderung melakukan transaksi tanpa banyak pertimbangan karena tidak merasakan langsung pengeluaran uang secara tunai, sehingga meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.¹⁷

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa digital payment memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan akses dan efisiensi yang ditawarkan tidak hanya meningkatkan frekuensi transaksi, tetapi juga berpotensi mendorong pola konsumsi yang kurang terkontrol. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dalam menggunakan teknologi pembayaran secara bijak agar tidak berdampak pada perilaku konsumtif yang berlebihan.¹⁸

¹⁷ Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *Digital Payment*, Dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Emba*, 12(1), 462–475.

¹⁸ Solehah, A. (2024). Pengaruh *E-Commerce* Shopee Dan *Digital Payment* Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

4. Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Abdul Azis Lamadjido

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan berperan dalam membentuk pola konsumsi mereka. Semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga variabel ini menjadi salah satu faktor penting dalam menjelaskan perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa.

Secara konseptual, literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta mengambil keputusan keuangan secara efektif dan rasional. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik pada dasarnya mampu merencanakan pengeluaran, memahami risiko keuangan, serta menentukan prioritas kebutuhan. Namun demikian, dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan justru menunjukkan arah pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan yang dimiliki tidak selalu diikuti dengan pengendalian diri dalam konsumsi, melainkan dapat mendorong mahasiswa untuk tetap melakukan aktivitas konsumsi dalam jumlah yang lebih besar.¹⁹

¹⁹ Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.

Menurut Lusardi dan Mitchell literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan serta menggunakannya secara efektif dalam pengambilan keputusan ekonomi sehari-hari. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman keuangan mahasiswa, maka semakin aktif pula mereka dalam melakukan aktivitas konsumsi. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan tidak selalu menekan perilaku konsumtif, melainkan dapat memperjelas dan memperkuat pola konsumsi yang dilakukan. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Aziz Lamadjido yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu merencanakan, mengalokasikan, serta memanfaatkan keuangan secara terarah, sehingga aktivitas konsumsi yang dilakukan menjadi lebih intens namun tetap berdasarkan pertimbangan tertentu.²⁰

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki peran yang kompleks dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Di satu sisi, literasi keuangan memberikan kemampuan dalam mengelola keuangan secara lebih baik, namun di sisi lain juga dapat mendorong peningkatan aktivitas konsumsi apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan tidak hanya pemahaman keuangan, tetapi juga kesadaran dan disiplin dalam mengelola pengeluaran agar mahasiswa mampu menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan dan lebih

²⁰ Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(01), 37–50

mengarahkan keuangan pada hal-hal yang bersifat produktif.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh Digital Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido, dapat disimpulkan bahwa :

1. Secara simultan kedua variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa *Digital Payment* dan Literasi Keuangan merupakan faktor penting yang berperan dalam menentukan tinggi rendahnya perilaku konsumtif mahasiswa, karena interaksi antara kemudahan akses pembayaran dan pemahaman keuangan secara langsung membentuk pola konsumsi mereka.
2. Terdapat pengaruh secara signifikan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido.
3. Terdapat pengaruh secara signifikan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido

F. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada pihak-pihak yang akan menggunakan penelitian ini sebagai referensi yaitu sebagai berikut :

1. Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dalam menetapkan tujuan keuangan jangka panjang (investasi), sehingga memiliki kontrol diri yang lebih kuat

untuk memprioritaskan alokasi dana masa depan daripada memenuhi keinginan belanja yang bersifat konsumtif dan impulsif.

2. Mahasiswa diharapkan dapat lebih waspada dan bijak terhadap kemudahan fitur digital payment (seperti sistem scan atau tap), dengan cara mengevaluasi urgensi setiap transaksi agar kepraktisan teknologi tersebut tidak memicu peningkatan gaya hidup konsumtif dalam keseharian.
3. Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam membuat perencanaan dan pencatatan keuangan secara rutin, sehingga dapat memantau pengeluaran dan mengendalikan perilaku konsumtif. Dengan adanya perencanaan yang jelas, mahasiswa dapat lebih bijak dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan.
4. Pihak fakultas atau institusi pendidikan diharapkan dapat memberikan edukasi atau pelatihan terkait pengelolaan keuangan pribadi dan penggunaan teknologi keuangan secara bijak, agar mahasiswa memiliki pemahaman yang lebih baik dalam memanfaatkan digital payment tanpa meningkatkan perilaku konsumtif yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Nitisusasro, M. (2012). Perilaku konsumen dalam persepektif kewirausahaan.
Bandung:Alfabet
- OECD, O. For W. C. And D. (2018). *OECD/ Infe Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*.
- Purnamawati, S. E. (2020). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam

Negeri Sunan Ampel Surabaya (Online). (Pp. 1–84)
([Http://Digilib.Uinsa.Ac.Id/Id/Eprint/42342](http://Digilib.Uinsa.Ac.Id/Id/Eprint/42342), Diakses 8
Januari 2024)

Ramadani, L. F., Universitas, E., & Malang, N. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. Jesp, 8

Trihasta, Deni Dan Julia Fajaryanti (2008). *E-Payment*. Seminar Nasional Komputer Dan Sistem Intelkjen. Depok: Universitas Gunadarma

Jurnal

Ambarwati, D. P., & Indriastuti, D. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money Dan Fear Of Missing Out (Fomo)* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Surakarta. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Jemb), 2(4), 1–10.

Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. Gadjah Mada *Journal Of Psychology* (Gamajop), 3(3), 131.

Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 2(1), 107–118

Bhabha, J. I et al. 2014. *Impact of Financial Literacy on Saving-Investment Behavior of Working Women in the Developing Countries. Research Journal of Finance and Accounting*. 13(5), 118-122.

Empati, J., Nomor, V., Antara, H., Diri, K., Perilaku, D., Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. Empati, 7(2), 189–195

Fahira, D., & Taufhan, L. S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen, 3(1), 1612– 1626.

- Fikri, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Shopeepay sebagai Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU. *KomunikA*, 17(2).
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 82–98.
- James F Engel. (2018). *Perilaku Konsumen Jilid I*, alih Bahasa: Drs. F.X. Budianto. Jakarta: Bina Aksara Rupa
- Katadata Insight Center. (2021). *Survei Perilaku Keuangan Generasi Z*. Katadata Insight Center (Kic).
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., Malik, N., & Malang, U. M. (N.D.). Literasi Dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi Qr Code Indonesian Standard (Qris) Pada Kelompok Milenial.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). *Financial Literacy Around The World: An Overview*. *Journal Of Pension Economics And Finance*, 10 (4): 497–508 LUSARDI, A., MITCHELL, O. S., & CURTO, V. (2010). *Financial Literacy Among The Young*. *Journal Of Consumer Affairs*, 44(2), 358–380.
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., Hardati, R. N., Kunci:, K., Budaya, F., Sosial, F., Pribadi, F., Psikologi, F., Sistem, D., & Uang, P. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Malang). *Jiagabi*, 9(2), 175–184.
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh *Digital Payment* Dan *E-Service Quality* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah Dki Jakarta. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 1–9.
- Octavia, Damayanti dan M. Damar (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kosumen E-Payment. *Jurnal Manajemen*. Vol.19 No.1. Universitas Telkom.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., & Alexandro, R. (2023). Pengaruh Literasi

Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Sosial*, 9(2), 136–145.

Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, Rdn, & Yusuf, A. (2021). Efek Digital Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Pembayaran Digital Ovo. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126.

Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *Digital Payment*, Dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Emba*, 12(1), 462– 475.

Solehah, A. (2024). Pengaruh *E-Commerce* Shopee Dan *Digital Payment* Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.

Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(01), 37–50