

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi sosial, gaya hidup, dan praktik ekonomi masyarakat Indonesia. Akses internet yang cepat, penetrasi *smartphone* yang tinggi, serta munculnya berbagai aplikasi digital telah mempermudah aktivitas sehari-hari, termasuk dalam kegiatan *financial* dan konsumsi. Teknologi pembayaran digital seperti dompet elektronik (*e-wallet*), *QRIS*, dan layanan *paylater* oleh *fintech* semakin dominan digunakan masyarakat, khususnya generasi muda termasuk mahasiswa. Menurut Bank Indonesia (2024), nilai transaksi digital banking di Indonesia mencapai Rp15.881,53 triliun pada kuartal I 2024, tumbuh sekitar 16,15 % (YoY). Nilai transaksi dari *QRIS* juga meningkat tajam, mencerminkan adopsi pembayaran digital yang semakin luas di masyarakat. Fenomena ini mencerminkan pergeseran dari transaksi tunai ke sistem *cashless* yang tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga membawa dampak sosial ekonomi baru, khususnya dalam perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang dengan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, sehingga berpotensi menimbulkan pemborosan dan ketidakefisienan dalam pengelolaan keuangan pribadi sebagaimana dijelaskan oleh Nainggolan (2022). Hal ini banyak ditemukan pada

kelompok usia produktif, termasuk mahasiswa, yang sedang berada pada fase transisi menuju kemandirian *financial* Khairunnisa (2025). Pada fase ini, mahasiswa cenderung memiliki kebiasaan memenuhi kebutuhan maupun keinginan secara cepat, baik yang bersifat pokok maupun berkaitan dengan gaya hidup, tanpa mempertimbangkan kemampuan *financial* yang dimiliki. Akibatnya, risiko ketidakseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran menjadi semakin tinggi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavia & Arita (2023), menunjukkan bahwa 65,67% mahasiswa memiliki kecenderungan perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian Nadhifah dkk. (2024), di mana 68,2% mahasiswa berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi. Data tersebut mengindikasikan bahwa rendahnya pengelolaan keuangan pribadi, termasuk minimnya kesadaran menabung dan perencanaan keuangan jangka panjang, masih menjadi permasalahan yang serius di kalangan mahasiswa.

Tingginya perilaku konsumtif mahasiswa tersebut tidak terlepas dari kondisi tempat tinggal yang turut memengaruhi pola pengeluaran dan pengelolaan keuangan. Mahasiswa yang tinggal bersama orang tua umumnya memiliki pengeluaran yang lebih rendah dan relatif lebih terkendali karena sebagian besar kebutuhan dasar telah dipenuhi oleh keluarga. Sebaliknya, mahasiswa yang tinggal di kos menghadapi tuntutan *financial* yang lebih besar karena harus memenuhi kebutuhan hidup secara mandiri, sehingga memiliki risiko perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Penelitian Nurjanah dkk, (2023) menunjukkan bahwa pengeluaran

mahasiswa kos didominasi oleh konsumsi sebesar 52% dan nonkonsumsi sebesar 36%, sementara porsi menabung hanya mencapai 12%. Kondisi ini mencerminkan lemahnya perencanaan keuangan dan kuatnya dorongan konsumsi pada mahasiswa yang hidup mandiri. Sementara itu, mahasiswa yang tinggal di pesantren, meskipun berada dalam lingkungan yang relatif lebih terkontrol, tetap menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif akibat akses terhadap *gadget* dan belanja daring. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Ihsan & Rosadi (2023) yang menemukan bahwa mahasiswa pesantren tetap melakukan konsumsi nonprimer melalui *platform* belanja online seperti *TikTok Shop*. Dengan demikian, perbedaan kondisi tempat tinggal tidak menghilangkan potensi perilaku konsumtif, tetapi justru memperlihatkan bahwa tingkat kemandirian *financial* dan akses terhadap perkembangan teknologi menjadi faktor penting yang memperkuat kecenderungan konsumsi berlebihan di kalangan mahasiswa.

Salah satu inovasi perkembangan teknologi yang paling berpengaruh adalah pembayaran digital, yaitu sistem pembayaran elektronik yang memungkinkan pengguna bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai. Layanan ini mencakup *mobile banking*, *QR payment*, *e-wallet*, dan lain sebagainya, yang menawarkan kemudahan serta kenyamanan dalam bertransaksi (Chumaidi, 2023). Hal ini menegaskan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang sangat adaptif terhadap kemudahan transaksi digital. Kemudahan pembayaran digital memengaruhi perilaku konsumtif karena transaksi dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja,

sehingga mahasiswa sering tidak menyadari berapa banyak uang yang telah dikeluarkan (Siregar dkk. 2025). Dengan kemudahan akses serta berbagai penawaran menarik yang diberikan oleh aplikasi-aplikasi ini, konsumen, terutama generasi muda seperti mahasiswa, sering kali terjebak dalam pembelian impulsif yang memperburuk perilaku konsumtif mereka (Sari dkk, 2025).

Selain kemudahan pembayaran digital, gaya hidup mahasiswa juga menjadi faktor penting yang memicu perilaku konsumtif. Gaya hidup yang menekankan pada konsumsi produk-produk *trend*, hiburan, dan pengalaman sosial mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial dan norma kelompok sebaya (Afrilia dkk. 2025). Tekanan untuk mengikuti *trend*, memiliki barang-barang bermerek, dan mengikuti gaya hidup yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, hal ini yang dapat memicu peningkatan pengeluaran untuk kesenangan pribadi, sementara pengeluaran untuk pendidikan dan kebutuhan sehari-hari cenderung lebih rendah. Fenomena ini memperkuat siklus pengeluaran konsumtif, karena mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sosialnya.

Sejalan dengan gaya hidup tersebut, media sosial turut berperan besar dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook* berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media promosi yang intensif. Konten yang menampilkan gaya hidup mewah, ulasan produk, *trend fashion*, dan aktivitas hiburan seringkali

menjadi pemicu perilaku pembelian impulsif. Penelitian Faisal (2024) menunjukkan bahwa 87% mahasiswa menggunakan media sosial lebih dari 3 jam per hari, hal itu memicu terjadinya peningkatan konsumsi impulsif di kalangan mahasiswa. Paparan terus-menerus terhadap konten yang menekankan kesuksesan, dan kepemilikan barang-barang mewah dapat menciptakan tekanan psikologis yang mendorong mahasiswa untuk membeli barang atau layanan demi menyesuaikan diri dengan norma sosial yang ada.

Dampak dari kemudahan pembayaran digital, gaya hidup, dan intensitas penggunaan media sosial tersebut tidak hanya tercermin dalam perilaku konsumsi sehari-hari, tetapi juga berimplikasi pada kondisi keuangan mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi. Hal ini dapat dilihat dari data tunggakan SPP mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap tahun 2025.

Tabel 1.1 Data Tunggakan SPP Mahasiswa UNUGHA Cilacap

Fakultas	Lunas %	Belum Lunas %
FKIP	96,38%	3,62%
FE	95,06%	4,94%
FKI	93,74%	6,26%
F.MIKOM	95,02%	4,98%
FTI	93,63%	6,37%

Sumber : Bagian Keuangan UNUGHA Cilacap (2025)

Berdasarkan data *persentase* tunggakan SPP mahasiswa UNUGHA tahun 2025, Fakultas Teknologi Industri (FTI) dan Fakultas Keagamaan Islam (FKI) memiliki tingkat tunggakan tertinggi masing-masing sebesar 6,37% dan 6,26%, sedangkan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

(FKIP) memiliki tingkat tunggakan terendah sebesar 3,62%. Fakultas Ekonomi (FE) berada pada posisi menengah dengan *persentase* tunggakan sebesar 4,94%, yang menunjukkan bahwa meskipun tidak paling tinggi, permasalahan tunggakan SPP masih terjadi secara nyata. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor lain di luar kemampuan akademik yang memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Fakultas Ekonomi dipilih sebagai objek penelitian karena menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan ekonomi yang dimiliki mahasiswa dan perilaku keuangan dalam praktik, di mana mahasiswa telah mempelajari pengelolaan keuangan dan perilaku konsumsi, namun masih ditemukan tingkat tunggakan SPP yang cukup signifikan. Fenomena ini berkaitan dengan kemudahan pembayaran digital, gaya hidup, dan pengaruh media sosial yang mendorong perilaku konsumtif.

Temuan data tersebut diperkuat oleh hasil pengamatan peneliti selama masa perkuliahan, yang menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran digital, gaya hidup konsumtif, dan intensitas penggunaan media sosial telah menimbulkan permasalahan baru dalam pengelolaan keuangan mahasiswa. Mahasiswa cenderung mengalami kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran, belum memiliki perencanaan keuangan yang matang, serta rentan terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih nyata mengenai fenomena tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi, salah satunya Hani Aryani, berdasarkan hasil

wawancara, diketahui bahwa Hani melakukan pembelian pakaian dengan model salur, meskipun sebelumnya telah memiliki pakaian dengan model yang sama dan perbedaannya hanya terletak pada warna. Keputusan pembelian tersebut tidak didasarkan pada kebutuhan yang mendesak, melainkan lebih pada keinginan untuk mengikuti selera pribadi dan variasi gaya berpakaian. Perilaku ini mencerminkan kecenderungan perilaku konsumtif, di mana individu melakukan pembelian secara berulang terhadap barang yang memiliki fungsi serupa tanpa pertimbangan manfaat tambahan yang berarti.

Peneliti juga mewawancarai mahasiswa lain yang bernama Chipta, berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa Chipta merupakan mahasiswa yang aktif dan selalu mengikuti perkembangan media sosial. Chipta juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berbelanja. Dalam praktiknya, Chipta sering melakukan pembelian melalui media sosial karena terpengaruh oleh promosi yang dilakukan oleh *influencer*. Ketertarikan tersebut mendorong Chipta untuk membeli produk yang dipromosikan, meskipun produk tersebut sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan Chipta lebih didasarkan pada pengaruh promosi di media sosial dibandingkan pertimbangan kebutuhan.

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan mahasiswa bernama Ainun yang tinggal di kos menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari diperoleh dari dana yang ditransfer orang tua

setiap bulan. Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya ainun sering melakukan belanja dengan membayar menggunakan pembayaran digital, karena dinilai mudah dan praktis serta didukung oleh berbagai promo seperti *diskon* dan *cashback*. Namun, kemudahan tersebut justru mendorong Ainun untuk melakukan pengeluaran lebih sering dan kurang terkontrol, sehingga cenderung melakukan pembelian di luar kebutuhan utama. Kondisi ini menunjukkan penggunaan pembayaran digital tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif dan pemborosan di kalangan mahasiswa yang mengelola keuangannya secara mandiri.

Fenomena tersebut menggambarkan kondisi nyata yang terjadi di lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi, di mana kemudahan pembayaran digital, pengaruh gaya hidup, dan intensitas penggunaan media sosial secara bersamaan mendorong munculnya perilaku konsumtif yang ditandai dengan pembelian impulsif, pengeluaran yang tidak terencana, serta rendahnya pertimbangan terhadap kebutuhan yang sebenarnya. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan teoritis dan perilaku aktual mahasiswa dalam mengelola keuangan, sehingga memperkuat urgensi dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh pembayaran digital, gaya hidup, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam, penelitian yang dilakukan oleh Abdullah & Suja'i (2022) menunjukan

bahwa gaya hidup dan media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Anggi & Khaira (2024) menunjukkan bahwa *digital payment* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rizki & Prakoso (2024), *e-wallet* dan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Agasi & Aryani (2024), gaya hidup dan *e-money* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Perbedaan hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan adanya *research gap*, yang mengindikasikan bahwa pengaruh pembayaran digital, gaya hidup, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa belum dapat dijelaskan secara konsisten. Selain itu, terdapat perbedaan konteks penelitian, karakteristik responden, serta lingkungan sosial dan budaya kampus yang berbeda menjadi faktor yang diduga menyebabkan ketidaksamaan temuan penelitian. Oleh sebab itu, diperlukan penelitian lanjutan yang secara khusus mengkaji kembali pengaruh pembayaran digital, gaya hidup, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara simultan pada konteks yang berbeda, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh dan memperkaya kajian empiris terkait perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Pembayaran Digital, Gaya Hidup, dan Media Sosial**

Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pembayaran digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
4. Apakah pembayaran digital, gaya hidup, dan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
4. Untuk mengetahui pengaruh pembayaran digital, gaya hidup, dan media sosial secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

D. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap sebagai subjek penelitian. Objek penelitian mencakup tiga variabel independen, yaitu pembayaran digital, gaya hidup, dan media sosial, serta satu variabel dependen yaitu perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap. Pembayaran digital dalam penelitian ini pada penggunaan berbagai layanan pembayaran digital seperti *e-wallet*, *mobile banking*, *QRIS* dan lain sebagainya. Gaya hidup yang diteliti berkaitan dengan kebiasaan konsumsi, pola aktivitas, dan preferensi belanja mahasiswa. Sementara itu, media sosial difokuskan pada intensitas penggunaan serta pengaruh konten promosi maupun *influencer* yang dapat mendorong perilaku konsumtif.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis, khususnya terkait pembayaran digital, gaya hidup, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini juga dapat menjadikan referensi tambahan untuk peneliti selanjutnya mengenai isu yang sama.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap sebagai bahan refleksi untuk lebih memahami dan mengendalikan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh kemudahan pembayaran digital, gaya hidup, maupun media sosial. Bagi pihak kampus, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk program edukasi literasi keuangan bagi mahasiswa agar dapat mengelola keuangan pribadi secara lebih bijak dan menghindari gaya hidup konsumtif secara berlebihan serta memprioritaskan kebutuhan jangka panjang dari pada keinginan sesaat.