

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini, perilaku konsumtif telah menjadi salah satu isu sosial-ekonomi yang semakin menonjol. Kotler dan Keller (2022) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan fungsional, melainkan karena dorongan emosional, keinginan sesaat, atau tekanan sosial. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh sistem sosial dan budaya yang mengarahkan orang untuk memilih suatu komoditas tertentu. Faktor ekonomi dan keputusan rasional juga tentunya turut berperan (Djalal et al., 2022). Dalam praktiknya, perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kebiasaan membeli terlalu banyak barang untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier daripada kebutuhan primer. Pola konsumsi seperti ini menyebabkan orang mengeluarkan uang tanpa kontrol, yang dapat menyebabkan masalah pengelolaan keuangan dan perilaku boros.

Fenomena tersebut semakin menonjol setelah era industrialisasi, ketika produksi barang dilakukan secara massal dan pasar berkembang jauh lebih luas. Kondisi ini mendorong meningkatnya jumlah konsumen serta menggeser makna konsumsi dari sekadar pemenuhan kebutuhan dasar menjadi bagian dari gaya hidup yang terus mengalami perkembangan seiring perubahan sosial dan teknologi (M. Fikri & Junaidi, 2025). Fenomena ini muncul sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern yang lebih menekankan pada citra diri dan status sosial dibandingkan fungsi utilitas suatu barang, terutama di tengah pengaruh media sosial dan budaya konsumsi digital. Kemajuan teknologi, kemudahan transaksi daring, serta tingginya eksposur media sosial semakin memperkuat pola konsumsi masyarakat yang cenderung bersifat simbolik dan impulsif (Alifiana et al., 2025). Pada era globalisasi dan percepatan digitalisasi saat ini, pola kehidupan masyarakat termasuk pola konsumsi mengalami transformasi yang signifikan. Di Indonesia,

perkembangan teknologi finansial telah mendorong pergeseran dari metode pembayaran tradisional berbasis uang tunai menuju metode pembayaran nontunai berbasis digital, khususnya melalui penggunaan dompet digital di kalangan generasi muda dan mahasiswa (Rinjani et al., 2025).

Mahasiswa merupakan bagian dari generasi muda yang berada pada fase transisi menuju kedewasaan, di mana mereka mulai menghadapi tuntutan untuk bersikap mandiri, baik dalam aspek akademik maupun finansial. Pada tahap ini, mahasiswa dituntut untuk mampu mengelola keuangan pribadi, mengambil keputusan konsumsi secara rasional, serta menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut terjadi karena gaya hidup mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan akademik, tetapi juga oleh tren sosial, perubahan budaya, serta kemajuan teknologi digital yang semakin terintegrasi dalam kehidupan modern (Pratama & Wulandari, 2023). Kondisi ini menjadikan mahasiswa sebagai kelompok yang relatif rentan terhadap perubahan pola hidup, khususnya dalam aspek konsumsi yang semakin kompleks seiring dengan berkembangnya era digital dan kemudahan akses terhadap berbagai layanan berbasis teknologi (Rahmawati & Hidayat, 2024).

Pada fase pembentukan identitas sosial, keputusan konsumsi mahasiswa sering kali tidak lagi didasarkan pada kebutuhan riil, melainkan pada dorongan untuk memperoleh pengakuan, meningkatkan kepercayaan diri, serta menyesuaikan diri dengan tren yang berkembang di lingkungan sosialnya. Mahasiswa masa kini hidup dalam lingkungan yang menuntut adaptasi cepat terhadap perkembangan teknologi, termasuk dalam cara mereka mengelola keuangan dan melakukan transaksi ekonomi yang telah bergeser dari sistem konvensional ke arah digital. Oleh karena itu, kehidupan mahasiswa saat ini tidak dapat dipisahkan dari pengaruh kemajuan teknologi finansial serta dinamika sosial yang mengiringinya (Rahman & Supriyadi, 2022). Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya merepresentasikan

kebutuhan ekonomi, tetapi juga merupakan wujud dari proses sosial dan psikologis yang kompleks di era digital.

Banyak mahasiswa mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam pengeluaran mereka, namun belum sepenuhnya memahami faktor-faktor yang melatarbelakanginya. Sebagian besar mahasiswa belum memiliki catatan keuangan pribadi, yang menunjukkan lemahnya kesadaran terhadap pengelolaan keuangan dan kontrol diri. Sebagian mahasiswa masih memandang perilaku konsumtif semata sebagai bentuk kesenangan atau ekspresi diri, tanpa menyadari adanya pengaruh kuat dari faktor eksternal seperti sistem pembayaran digital, besaran uang saku, dan tekanan sosial dari lingkungan yang kompetitif (Fadilla & Sari, 2023). Menurut Rahmawati dan Nurdin (2023), perilaku konsumtif tidak dapat dijelaskan secara sederhana karena merupakan hasil interaksi antara aspek psikologis individu dan struktur sosial-ekonomi di sekitarnya. Oleh sebab itu, lembaga pendidikan perlu memahami fenomena ini secara empiris agar mampu merancang strategi edukasi keuangan yang lebih kontekstual dan relevan dengan realitas kehidupan mahasiswa di era digital saat ini.

Perubahan pola konsumsi ini berkaitan erat dengan munculnya kebiasaan baru dalam sistem pembayaran *digital (digital payment habits)*. Penggunaan pembayaran digital, khususnya e-wallet, dipengaruhi secara kuat oleh kebiasaan dan tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform yang digunakan. Kebiasaan tersebut terbentuk melalui pengalaman transaksi yang dilakukan secara berulang, didukung oleh kemudahan akses serta kenyamanan dalam proses pembayaran. Intensitas penggunaan yang semakin tinggi akan memperkuat kebiasaan tersebut hingga akhirnya terinternalisasi sebagai bagian dari perilaku keuangan sehari-hari (Rahmawati & Nurdin, 2023). Sistem pembayaran merupakan elemen fundamental yang berperan penting dalam menjaga stabilitas dan kelancaran sistem keuangan nasional. Jika sebelumnya masyarakat mengandalkan uang tunai sebagai alat transaksi utama, kini sistem tersebut telah berevolusi menjadi pembayaran digital atau *digital payment*

(Rezza et al., 2024). Awalnya, bentuk pembayaran digital hadir melalui payment cards seperti kartu kredit yang berfungsi sebagai pengganti uang tunai. Perkembangannya kemudian berlanjut dengan munculnya layanan mobile banking dan uang elektronik (*e-money*). Media penyimpanan uang elektronik terbagi menjadi dua jenis, yakni berbasis chip dan server. Uang elektronik berbasis chip biasanya tersedia dalam bentuk kartu yang diterbitkan oleh perbankan, seperti *Tap Cash* BNI, *Flazz* BCA, *Livin* Mandiri, dan *Brizzi* BRI. Sementara itu, uang elektronik berbasis server atau yang lebih dikenal dengan *e-wallet* mencakup layanan seperti DANA, OVO, dan LinkAja (Wati, 2020).

Tabel 1. 1 Uang Elektronik

Periode	Jumlah Total
2021	Rp575.320.000
2022	Rp594.170.000
2023	Rp439.400.000.000.000

Sumber: Bank Indonesia, 2023 (Data diolah 2025)

Per Februari 2022, Bank Indonesia melaporkan transfer uang elektronik di Indonesia mencapai Rp594,17 juta unit. Secara spesifik, terdapat Rp512,98 juta unit (86,34%) berdasarkan server, dan Rp81,19 juta unit (13,67%) berdasarkan token atau kartu. Jika dibandingkan dengan posisi Februari 2021, angka tersebut meningkat sebesar 30,49%. Kemudian laporan Bank Indonesia (2023) mencatat bahwa nilai transaksi uang elektronik di Indonesia mencapai Rp439,4 triliun, meningkat 37,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan data tersebut menunjukkan antusias masyarakat Indonesia dalam menggunakan uang elektronik. Lonjakan ini menunjukkan adanya pergeseran signifikan dalam perilaku keuangan masyarakat, termasuk mahasiswa, yang kini semakin terbiasa melakukan transaksi non-tunai. Saat ini hampir seluruh aktivitas ekonomi telah memanfaatkan uang elektronik sebagai alat pembayaran (Afiyah, 2020). Penggunaan pembayaran digital telah meluas dalam berbagai jenis transaksi sehari-hari, termasuk pembayaran kebutuhan harian, layanan transportasi, serta transaksi di usaha kecil dan menengah, di mana kemudahan

tanpa uang tunai dan kecepatan pemrosesan mendorong banyak konsumen beralih ke sistem non-tunai. Adopsi e-payment yang semakin tinggi tidak hanya mengubah cara masyarakat bertransaksi di sektor formal seperti transportasi publik, tetapi juga memicu integrasi pembayaran digital di berbagai aktivitas ekonomi modern (Fikri et al., 2025).

Mahasiswa cenderung memilih metode pembayaran digital karena dinilai lebih cepat, aman, serta menawarkan berbagai keuntungan seperti cashback dan potongan harga. Misalnya, mahasiswa saat ini lebih suka memesan makanan lewat layanan antar (*delivery order*) dan belanja kebutuhan sehari-hari melalui platform *e-commerce* (A. Hidayat, 2023). Kehadiran berbagai platform seperti *e-wallet*, *mobile banking*, QRIS, hingga *fitur buy now pay later* (BNPL) memberikan kemudahan luar biasa karena memungkinkan mahasiswa bertransaksi kapan pun dan di mana pun tanpa perlu membawa uang fisik. Menurut laporan Kredivo dan Katadata Insight Center, mayoritas pengguna layanan paylater di Indonesia berasal dari kelompok usia muda, khususnya generasi Z dan milenial. Sebanyak 26,5% pengguna berada pada rentang usia 18–25 tahun dan 43,9% berasal dari usia 26–35 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi muda menjadi target utama perusahaan fintech dalam memasarkan layanan keuangan berbasis konsumsi (Center, 2024).

Fasilitas *pay later* memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh barang atau jasa tanpa harus menyediakan uang tunai terlebih dahulu, sehingga mendorong terbentuknya pola konsumsi yang lebih didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan aktual. Di satu sisi, keberadaan fasilitas ini memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi, namun di sisi lain berpotensi menumbuhkan perilaku konsumtif serta kebiasaan berutang yang dapat melemahkan kemampuan pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa (Putra et al., 2023). Kondisi tersebut menyebabkan sebagian mahasiswa mengalami tekanan dan kesulitan finansial akibat ketidakmampuan mengendalikan pengeluaran yang bersumber dari penggunaan layanan kredit digital berbasis *pay later*.

Di balik kemudahan juga terdapat risiko psikologis dan finansial, karena sistem transaksi digital menciptakan kesan seolah-olah uang tidak benar-benar berpindah tangan secara fisik. Hal ini menyebabkan pengguna, termasuk mahasiswa, sering kali tidak menyadari besarnya pengeluaran yang dilakukan (Rahmawati & Nurdin, 2023). Ketika mahasiswa tidak lagi melihat uang berpindah tangan secara fisik, kesadaran terhadap jumlah pengeluaran cenderung berkurang. Transaksi yang cepat dan instan menimbulkan persepsi bahwa pengeluaran digital tidak sepenuhnya “nyata”, sehingga mendorong perilaku konsumtif yang sulit dikendalikan. Hal ini sejalan dengan temuan Pradipta dan Widyastuti (2023) yang menyatakan bahwa sistem pembayaran digital dapat mengurangi rasa sakit mental yang disebabkan oleh pembayaran, sehingga individu lebih mudah mengeluarkan uang tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansialnya. Akibatnya, kebiasaan bertransaksi digital dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif yang bersifat impulsif.

Data Katadata Insight Center mencatat bahwa 73% mahasiswa melakukan pembelian impulsif melalui platform e-commerce, dengan rata-rata transaksi mencapai 10–15 kali setiap bulan. Pola konsumsi semacam ini telah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari mahasiswa dan berdampak tidak hanya pada kondisi keuangan, tetapi juga pada aspek psikologis. Kepuasan sesaat setelah berbelanja (*hedonic shopping value*) sering kali diikuti dengan penyesalan atau stres akibat pengeluaran yang berlebihan. Kemudahan akses terhadap informasi dan promosi di platform digital memperkuat kecenderungan tersebut. Algoritma media sosial dan *e-commerce* yang menyesuaikan rekomendasi produk berdasarkan preferensi pengguna menjadikan mahasiswa semakin sulit mengendalikan dorongan konsumtifnya (Center, 2024). Dengan demikian, digital payment habits bukan hanya fenomena teknologi, tetapi juga mencerminkan perubahan perilaku ekonomi mahasiswa dari yang semula rasional menjadi lebih emosional dan tidak terkontrol.

Fenomena tersebut juga tampak secara nyata pada mahasiswa di Kota Cirebon. Sebagai salah satu pusat pendidikan di wilayah Ciayumajakuning, kota

ini menjadi tujuan studi bagi ribuan mahasiswa dari berbagai daerah, baik lokal maupun pendatang. Berdasarkan data BPS Kota Cirebon jumlah penduduk usia mahasiswa mencapai lebih dari 63.000 orang, dan sekitar 52% di antaranya merupakan mahasiswa pendatang dari Indramayu, Majalengka, Kuningan, Brebes, hingga Tegal. Kehadiran mahasiswa pendatang ini menciptakan dinamika tersendiri dalam pola konsumsi karena mereka umumnya tinggal di kos-kosan dan mengandalkan uang saku bulanan untuk memenuhi kebutuhan harian. Selain itu, mahasiswa di Kota Cirebon menunjukkan tingkat penggunaan yang sangat tinggi terhadap berbagai platform pembayaran digital, khususnya QRIS, DANA, OVO, ShopeePay, dan GoPay. Kawasan kos seperti Kesambi, Tuparev, Sunyaragi, Pilang, dan Kalijaga dikelilingi oleh berbagai layanan konsumtif mulai dari kafe, minimarket 24 jam, warung makan, laundry, hingga layanan harian lainnya yang seluruhnya telah mendukung pembayaran digital berbasis QRIS. Akses yang mudah dan transaksi yang praktis membuat frekuensi pengeluaran mahasiswa cenderung meningkat (B. P. S. K. Cirebon, 2023).

Budaya nongkrong dan *cafe hopping* telah menjadi bagian penting dari gaya hidup mahasiswa di Kota Cirebon. Pertumbuhan kafe dan restoran di kota ini meningkat sekitar 31% dalam lima tahun terakhir, dan sebagian besar pengunjungnya adalah mahasiswa. Kafe tidak lagi dipandang sekadar sebagai tempat makan, tetapi juga menjadi ruang belajar, tempat diskusi tugas, lokasi membuat konten, hingga ruang sosial yang melambangkan identitas anak muda Cirebon. Mahasiswa menjadikan kafe sebagai sarana membangun eksistensi sosial, sehingga pembelian makanan dan minuman kekinian menjadi kebiasaan harian. Kehadiran pembayaran digital di seluruh kafe dan angkringan semakin memperkuat pola konsumsi tersebut karena mahasiswa dapat bertransaksi tanpa merasakan “kehilangan uang secara fisik” (B. Kurniawan, 2023).

Selain itu, tingkat konsumsi mahasiswa Cirebon terhadap produk *fashion*, *skincare*, dan barang viral juga tergolong tinggi. Fitria (2023) menemukan bahwa mahasiswa perempuan menghabiskan sekitar Rp350.000–

900.000 per bulan untuk *skincare* dan kosmetik, sedangkan mahasiswa laki-laki lebih banyak mengalokasikan dana untuk parfum, fashion, dan perlengkapan motor. Intensitas penggunaan TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, dan *marketplace* lainnya turut memperkuat kecenderungan ini. Data Telkomsel Regional Cirebon menunjukkan bahwa aktivitas belanja online meningkat hingga 40% pada malam hari, terutama di kawasan sekitar kampus dan area kos. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Kota Cirebon memiliki kerentanan tinggi terhadap perilaku konsumtif berbasis digital. Paparan iklan produk viral, khususnya melalui TikTok Shop, membuat mahasiswa lebih mudah terdorong untuk melakukan pembelian impulsif (T. R. Cirebon, 2023).

Beragam penelitian menunjukkan hasil yang tidak seragam mengenai pengaruh *digital payment habits* terhadap perilaku konsumtif. Rahmawati dan Nurdin (2023) mengemukakan bahwa kebiasaan menggunakan pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif. Semakin sering individu bertransaksi melalui platform digital seperti *e-wallet*, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian secara impulsif. Hal ini terjadi karena kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi membuat individu kurang menyadari jumlah pengeluaran yang dilakukan. Senada dengan itu, Pradipta dan Widyastuti (2023) menjelaskan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital dapat menurunkan *psychological pain of paying*, yakni rasa kehilangan uang yang umumnya muncul ketika seseorang membayar secara tunai. Akibatnya, individu lebih terdorong untuk berbelanja tanpa banyak pertimbangan.

Namun, temuan yang berbeda diungkapkan oleh Setiawan dan Lestari (2022) yang menyatakan bahwa *digital payment habits* tidak selalu berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif. Dampaknya bergantung pada faktor seperti literasi keuangan dan kemampuan pengendalian diri. Mahasiswa yang memiliki literasi finansial tinggi cenderung menggunakan pembayaran digital secara rasional dan tidak mudah terpengaruh oleh perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian Rahman dan Supriyadi (2022) menyoroti bahwa pengaruh

pembayaran digital bersifat kontekstual. Perilaku konsumtif cenderung lebih tinggi pada mahasiswa di wilayah perkotaan yang memiliki akses luas terhadap teknologi finansial dan terpapar gaya hidup digital modern. Dengan demikian, *digital payment habits* memang dapat memicu perilaku konsumtif, tetapi besar kecilnya pengaruh tersebut sangat ditentukan oleh faktor internal seperti kontrol diri dan literasi keuangan, serta faktor eksternal berupa lingkungan sosial dan budaya konsumsi.

Besar uang saku atau pendapatan bulanan adalah faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif siswa. Sumber uang saku mahasiswa biasanya berasal dari kiriman orang tua, beasiswa, dan pekerjaan paruh waktu. Hal ini kemudian memengaruhi pengeluaran sehari-hari mereka. Uang saku adalah simbol status sosial di antara mahasiswa di lingkungan sosial kampus (A. Putri & Maulana, 2023). Untuk memperoleh pengakuan sosial atau menunjukkan kesetaraan dengan kelompok pergaulannya, mahasiswa dengan uang saku yang lebih besar cenderung menjalani gaya hidup yang lebih konsumtif. Budaya kompetitif dalam lingkungan pertemanan semakin memperkuat kecenderungan tersebut, di mana gaya hidup sering dijadikan indikator keberhasilan sosial. Sebaliknya, mahasiswa dengan uang saku terbatas dapat mengalami tekanan sosial untuk menyesuaikan diri agar tidak dianggap tertinggal, sehingga mendorong perilaku konsumtif yang melebihi kemampuan keuangan sebenarnya (Hidayati & Prakoso, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi dan sosial saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

Taingkat pendapatan seseorang berkorelasi dengan kemampuan dan pola konsumsinya (Mankiw, 2022). Secara teoritis, peningkatan uang saku seharusnya memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengelola keuangan secara lebih bijak. Namun, kenyataannya peningkatan uang saku justru sering diikuti dengan peningkatan pengeluaran pada hal-hal yang tidak esensial (Amelia & Fauziah, 2023b). Penelitian Widodo (2021) menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Sementara itu, Nurjanah dan Hakim (2022) menemukan bahwa besarnya uang saku tidak selalu meningkatkan perilaku konsumtif karena pengelolaan keuangan dan faktor lingkungan sosial juga turut memengaruhi perilaku tersebut.

Mahasiswa dengan uang saku lebih besar tidak selalu memiliki kemampuan manajemen keuangan yang baik. Bahkan, jumlah uang yang lebih banyak dapat menimbulkan *illusion of wealth*, yaitu persepsi keliru bahwa mereka memiliki kemampuan finansial yang lebih tinggi daripada kenyataannya. Penelitian menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi, terutama dalam membuat perencanaan dan pencatatan pengeluaran secara rutin. Kondisi tersebut mencerminkan rendahnya tingkat literasi keuangan mahasiswa serta lemahnya kemampuan pengendalian keuangan pribadi (Nisa & Haryono, 2023).

Besaran uang saku mahasiswa di Kota Cirebon juga bervariasi antara mahasiswa pendatang dan mahasiswa lokal. Mahasiswa pendatang umumnya memperoleh uang saku sekitar Rp1.000.000–Rp1.800.000 per bulan. Arifin (2023) menemukan bahwa mahasiswa pendatang menunjukkan tingkat konsumsi lebih tinggi karena harus memenuhi kebutuhan hidup mandiri, namun sebagian besar pengeluaran dialihkan pada konsumsi non-esensial. Sementara itu, mahasiswa lokal yang tinggal bersama orang tua juga tetap menunjukkan perilaku konsumtif karena uang saku lebih banyak diarahkan pada gaya hidup (Hidayati & Prakoso, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa tempat tinggal tidak secara signifikan membedakan pola konsumsi mahasiswa Cirebon.

Selain faktor ekonomi, teman sebaya juga memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Masa remaja akhir hingga dewasa awal merupakan periode ketika individu sangat dipengaruhi oleh kelompok sosial (Santrock, 2021). Dalam konteks mahasiswa, pengaruh ini berperan besar dalam pengambilan keputusan konsumsi. Putri dan Rahman (2022) menunjukkan bahwa 68% mahasiswa melakukan pembelian bukan karena kebutuhan pribadi, melainkan karena ajakan teman. Media sosial memperluas

pengaruh ini melalui proses *social comparison*. Perbandingan sosial mendorong mahasiswa meniru gaya hidup orang lain agar terlihat setara. Penelitian Rahmawati (2022), membuktikan bahwa mahasiswa Cirebon sangat dipengaruhi oleh kelompok pertemanan dalam menentukan gaya hidup. Lestari (2022) menegaskan bahwa media sosial memperkuat tekanan sosial tersebut secara konsisten di ruang digital.

Meskipun banyak penelitian telah membahas perilaku konsumtif mahasiswa, sebagian besar masih berfokus pada satu variabel saja. Penelitian yang mengintegrasikan *digital payment habits*, uang saku, dan teman sebaya secara simultan masih terbatas, khususnya di kota menengah seperti Cirebon. Selanjutnya, berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang berbeda tentang hubungan pengaruh digital payment habits, uang saku, dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Rahmawati dan Nurdin (2023) serta Pradipta dan Widyastuti (2023) menemukan bahwa pembayaran digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Namun, Setiawan dan Lestari (2022) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut bergantung pada literasi keuangan dan kontrol diri. Penelitian Widodo (2021) dan Amelia dan Fauziah (2023) menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, tetapi Nurjanah dan Hakim (2022) menemukan bahwa besarnya uang saku tidak selalu meningkatkan perilaku konsumtif, karena pengelolaan keuangan dan faktor lingkungan sosial juga turut mempengaruhi perilaku tersebut. Di sisi lain, berbagai penelitian juga membuktikan bahwa teman sebaya berperan signifikan dalam mendorong konsumsi berbasis gaya hidup (Ardiansyah & Rahmawati, 2022), meskipun pengaruhnya dapat ditekan oleh kontrol diri individu (Mahardika & Pratiwi, 2023).

Dari berbagai temuan tersebut terlihat bahwa masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian, serta keterbatasan kajian yang mengintegrasikan secara simultan tiga variabel penting, yaitu *digital payment habits*, uang saku, dan teman sebaya. Selain itu, sebagian besar penelitian masih berpusat di kota-kota besar, sementara kota menengah seperti Cirebon relatif

jarang dikaji, padahal memiliki dinamika sosial dan budaya konsumsi yang unik. Mahasiswa Kota Cirebon dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakteristik penggunaan digital payment yang tinggi, variasi uang saku yang beragam, serta lingkungan sosial yang dinamis. Oleh karena itu, terdapat celah penelitian yang perlu diisi untuk memahami perilaku konsumtif mahasiswa secara lebih komprehensif dalam konteks lokal.

Untuk mengisi kekosongan tersebut, penelitian ini menjadi penting dilakukan guna menganalisis secara empiris dan komprehensif pengaruh *digital payment habits*, uang saku, dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Cirebon, baik secara parsial maupun simultan. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi ilmiah untuk kemajuan kajian ekonomi perilaku, sekaligus menjadi dasar bagi lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan orang tua dalam merancang strategi edukasi literasi keuangan yang lebih efektif bagi mahasiswa, khususnya di era digital yang sarat dengan kemudahan transaksi dan tekanan gaya hidup.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Terjadinya peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital, yang ditandai dengan kecenderungan membeli barang dan jasa berdasarkan dorongan emosional, gaya hidup, dan tekanan sosial, bukan semata-mata kebutuhan.
2. Penggunaan sistem pembayaran *digital* yang semakin masif di kalangan mahasiswa, khususnya *e-wallet* dan *pay later*, diduga memperkuat pola konsumsi impulsif karena kemudahan, kecepatan transaksi, serta berkurangnya rasa “kehilangan uang secara fisik”.
3. Tingginya frekuensi belanja online dan pembelian impulsif mahasiswa, terutama melalui *platform e-commerce* dan media sosial, yang telah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari mahasiswa.

4. Besarnya uang saku yang diterima mahasiswa belum diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik, sehingga peningkatan uang saku justru cenderung diikuti oleh peningkatan pengeluaran non-esensial.
5. Masih rendahnya literasi dan kontrol keuangan mahasiswa, yang tercermin dari banyaknya mahasiswa yang tidak memiliki catatan keuangan dan mengalami kesulitan mengatur pengeluaran bulanan.
6. Pengaruh teman sebaya yang kuat terhadap keputusan konsumsi mahasiswa, baik melalui interaksi langsung maupun melalui media sosial, yang mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan gaya hidup agar tidak tertinggal dari lingkungannya.
7. Mahasiswa Kota Cirebon menunjukkan tingkat konsumsi berbasis digital yang tinggi, didukung oleh lingkungan kos, kafe, dan pusat konsumsi yang seluruhnya telah terintegrasi dengan pembayaran digital.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini, maka dianggap perlu untuk membatasi ruang lingkup masalah agar kajian yang dilakukan lebih terfokus pada masalah-masalah yang ingin diatasi. Penelitian ini berfokus pada:

1. Mahasiswa di Kota Cirebon
2. Variabel independen (X1) yang diteliti adalah *Digital Payment Habits* (Kebiasaan Pembayaran Digital), Variabel (X2) adalah Uang Saku, Variabel (X3) adalah Teman Sebaya. Dan Variabel dependen (Y) yang diteliti adalah Perilaku Konsumtif.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dengan demikian rumusan masalah pada penelitian ini antara lain:

1. Apakah *digital payment habits* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Kota Cirebon?

2. Apakah uang saku berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Kota Cirebon?
3. Apakah teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Kota Cirebon?
4. Apakah *digital payment habits*, uang saku, dan teman sebaya secara bersamaan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Kota Cirebon?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Secara spesifik, tujuan penelitian ini meliputi:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *digital payment habits* terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Kota Cirebon
- b. Untuk menganalisis pengaruh uang saku terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Kota Cirebon
- c. Untuk menganalisis pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Kota Cirebon
- d. Untuk menganalisis pengaruh *digital payment habits*, uang saku, dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Kota Cirebon

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan kajian ilmiah di bidang ekonomi syariah, khususnya terkait perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks penggunaan teknologi digital dan pengaruh sosial-ekonomi. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi

penelitian selanjutnya mengenai hubungan antara kebiasaan pembayaran digital, alokasi uang saku, dan pengaruh teman sebaya terhadap pola konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti moderasi (tawazun) dan penghindaran israf (pemborosan). Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengembangan program literasi keuangan dan pembinaan karakter ekonomi mahasiswa agar lebih bijak dalam memanfaatkan teknologi finansial.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan dan memperluas wawasan bagi mahasiswa, orang tua, dan pihak kampus untuk meningkatkan kesadaran tentang pengelolaan keuangan yang bijak, terutama dalam menghadapi godaan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh teknologi dan lingkungan sosial. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah Kota Cirebon, lembaga pendidikan, dan bank syariah dalam merancang program edukasi keuangan syariah yang efektif, seperti kampanye literasi digital payment yang seimbang dan pengelolaan uang saku yang bertanggung jawab, guna mencegah perilaku konsumtif berlebihan di kalangan generasi muda, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori ekonomi perilaku Islami yang menekankan keseimbangan antara kebutuhan, moralitas, dan tanggung jawab sosial.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan susunan atau struktur pembahasan dalam penelitian yang disusun secara sistematis, logis, dan terorganisasi sehingga menghasilkan alur kajian yang runtut serta memudahkan pembaca memahami isi penelitian secara menyeluruh. Setiap bab dalam skripsi ini memiliki keterkaitan satu sama lain dan membentuk satu kesatuan yang utuh, mulai dari pengantar masalah hingga simpulan akhir. Penyusunan sistematika ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai arah penelitian,

cakupan pembahasan, serta prosedur analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian yang menjelaskan pentingnya mengkaji fenomena perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya di Kota Cirebon yang memiliki intensitas penggunaan layanan pembayaran digital yang tinggi serta dinamika sosial yang dipengaruhi teman sebaya. Bab ini juga memuat identifikasi masalah, batasan masalah, dan rumusan masalah yang disusun agar fokus penelitian menjadi jelas. Selain itu, terdapat tujuan penelitian, manfaat penelitian yang ditujukan bagi peneliti, institusi akademik, dan masyarakat, serta sistematika penulisan sebagai gambaran umum alur skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan dasar teori yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu teori mengenai *digital payment habits*, uang saku, teman sebaya, serta perilaku konsumtif. Selain itu, bab ini juga mencakup teori utama (grand theory) yang relevan, yaitu *Theory of Planned Behavior (TPB)*, sebagai dasar penjelasan hubungan antarvariabel. Pada bagian ini juga dijelaskan konsep dasar, definisi menurut para ahli, indikator variabel, serta kerangka pemikiran teoritis yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel. Bab ini dilengkapi dengan penelitian terdahulu sebagai pembanding dan penguat, serta penyusunan hipotesis penelitian yang berlandaskan pada teori dan temuan sebelumnya. Seluruh pembahasan pada bab ini berfungsi untuk memperkuat fondasi teoritis dan menyusun arah analisis pada bab-bab berikutnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan prosedur pelaksanaan penelitian, yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian kuantitatif asosiatif kausal, lokasi penelitian yang berfokus pada mahasiswa di wilayah Kota Cirebon, serta penjelasan populasi dan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow. Bab ini juga memaparkan jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan studi dokumentasi, serta definisi operasional variabel yang menjabarkan indikator-indikator variabel digital payment habits, uang saku, teman sebaya, dan perilaku konsumtif. Selain itu, bab ini juga berisi teknik analisis data mulai dari uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, hingga pengujian hipotesis dengan bantuan program statistik.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan pengolahan data yang telah dikumpulkan dari responden. Penyajian data meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta analisis regresi linier berganda. Setelah itu dipaparkan hasil uji hipotesis, yang menunjukkan pengaruh digital payment habits, uang saku, dan teman sebaya baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Cirebon. Selain menyajikan hasil perhitungan statistik, bab ini juga memberikan pembahasan mendalam yang mengaitkan temuan penelitian dengan teori dan penelitian terdahulu, serta menjelaskan implikasi empiris dari setiap temuan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban atas rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan pada Bab IV, khususnya mengenai pengaruh digital payment habits, uang saku, dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan bagi mahasiswa, pihak kampus, peneliti

selanjutnya, dan pihak lainnya yang relevan. Saran disusun berdasarkan temuan penelitian serta area yang masih dapat ditingkatkan pada penelitian mendatang.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**