

STUDI KUALITATIF LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA DIGITAL

Lu'luil Maknunah¹⁾, Sugeng Pradikto²⁾

^{1), 2)} Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Wiranegara, Kota Pasuruan
Email: iniluluk2024@gmail.com¹⁾, sugengpradikto.stkip@gmail.com²⁾

ABSTRACT

The shift in student consumption patterns in the digital era presents new challenges in personal financial management. Access to e-commerce, digital promotions, cashless transactions, and lifestyle portrayals on social media have shaped a new reality that drives students toward consumptive behavior. Meanwhile, financial literacy has become a crucial ability to help students make rational and responsible economic decisions. This study aims to explore how students understand, respond to, and apply financial literacy principles in everyday life, and how these aspects influence their consumptive behavior amid massive digitalization. This research used a qualitative descriptive method through a combination of literature study and semi-structured interviews. The informants consisted of six active students from the Economics Education Study Program, selected purposively based on their involvement in personal financial activities. Data were analyzed using thematic techniques, and validity was strengthened through triangulation of interview data and supporting literature. The findings show that although most students understand the basic concepts of financial literacy, their application is still inconsistent. External factors such as social pressure, digital advertising, peer lifestyle influence, and the lack of regular financial recording habits are the main obstacles. This study recommends strengthening experiential-based financial literacy, integrating financial education into the university curriculum, and providing adaptive training in financial decision-making to face the challenges of the digital age.

Keywords: Financial Literacy, Consumptive Behavior, Students, Digital Era, Qualitative Study

ABSTRAK

Perubahan pola konsumsi mahasiswa di era digital menghadirkan tantangan baru dalam pengelolaan keuangan pribadi. Akses terhadap e-commerce, promosi digital, kemudahan transaksi non-tunai, serta gaya hidup yang ditampilkan di media sosial turut membentuk realitas baru yang mendorong mahasiswa ke arah perilaku konsumtif. Di sisi lain, literasi keuangan menjadi kemampuan krusial untuk membantu mahasiswa membuat keputusan ekonomi yang rasional dan bertanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa memahami, merespons, dan menerapkan prinsip-prinsip literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari serta bagaimana hal tersebut memengaruhi perilaku konsumtif mereka di tengah digitalisasi yang masif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur dan wawancara semi-terstruktur. Informan terdiri dari enam mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi yang dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan mereka dalam aktivitas

Article history

Received: Juli 2025
Reviewed: Juli 2025
Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 853
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

ekonomi pribadi. Data dianalisis menggunakan teknik tematik, dan validitas diperkuat melalui triangulasi data dari hasil wawancara dan kajian literatur pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar mahasiswa memahami prinsip dasar literasi keuangan, penerapannya masih belum konsisten. Faktor eksternal seperti tekanan sosial, iklan digital, gaya hidup teman sebaya, dan kurangnya kebiasaan pencatatan keuangan menjadi kendala utama. Studi ini merekomendasikan perlunya penguatan literasi keuangan berbasis pengalaman langsung, integrasi pendidikan keuangan dalam kurikulum, serta pelatihan pengambilan keputusan konsumtif yang adaptif terhadap tantangan digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, Era Digital, Studi Kualitatif

1. Pendahuluan

Perubahan gaya hidup masyarakat akibat kemajuan teknologi digital telah meluas ke berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola konsumsi dan pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa sebagai kelompok transisi menuju kemandirian ekonomi berada pada posisi yang cukup rentan terhadap pengaruh digital ini. Akses cepat terhadap platform belanja daring, fitur pembayaran digital seperti *paylater*, serta maraknya konten promosi dari *influencer* di media sosial telah membentuk ekosistem konsumsi baru yang sangat menggoda secara emosional. Dalam keseharian mahasiswa, keputusan pembelian sering kali tidak lagi berdasarkan kebutuhan riil, melainkan dipengaruhi oleh tren sesaat, tekanan teman sebaya, dan dorongan untuk mengikuti gaya hidup tertentu.

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa menjadi persoalan yang tidak dapat diabaikan. Selain berdampak pada kondisi keuangan pribadi, konsumsi impulsif juga dapat memicu utang konsumtif, mengganggu kestabilan emosi, serta menurunkan kualitas pengambilan keputusan ekonomi jangka panjang. Salah satu solusi yang sering diajukan untuk menanggulangi persoalan ini adalah peningkatan literasi keuangan. Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memungkinkan individu memahami dan menerapkan prinsip keuangan secara efektif dalam kehidupan sehari-hari (Yuniasanti & Nurwahyuni, 2023). Mahasiswa yang literat secara finansial diharapkan mampu menyusun anggaran, mencatat pengeluaran, serta menghindari pembelian impulsif yang merugikan.

Namun, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penguasaan konsep keuangan saja tidak cukup untuk membentuk perilaku konsumsi yang sehat. Oktaviani dkk. (2023) menyebutkan bahwa banyak mahasiswa memiliki pemahaman dasar mengenai pentingnya menabung dan menghindari utang konsumtif, tetapi gagal menerapkannya secara konsisten. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan kognitif dan perilaku aktual, yang dapat dipengaruhi oleh faktor emosional, sosial, dan lingkungan digital. Temuan ini diperkuat oleh studi Fadhilah (2023), yang menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa lebih kuat dibandingkan tingkat literasi keuangan itu sendiri.

Dalam konteks ini, pendekatan edukasi yang bersifat kognitif saja tampaknya tidak cukup. Dibutuhkan pendekatan yang menyentuh aspek afektif dan kontekstual, seperti simulasi kasus nyata, pelatihan pengambilan keputusan finansial, dan pendidikan berbasis pengalaman langsung. Selain itu, pendekatan penelitian yang digunakan juga perlu diperluas. Studi literatur dan analisis statistik memang memberikan gambaran umum tentang fenomena yang terjadi, tetapi tidak cukup untuk menangkap dinamika pengalaman subjektif mahasiswa dalam menghadapi tekanan konsumsi di era digital.

Studi oleh (Xie & Fu, 2024) secara menarik menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan dapat meningkatkan kualitas konsumsi, efektivitasnya sangat bergantung pada mediasi variabel sosial dan digital, seperti eksposur media, pendapatan, dan interaksi sebaya. Sementara itu,

data (OJK, 2022) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional masih berada di angka 49,68%. Pada kelompok usia muda 15-25 tahun, angka ini bahkan lebih rendah, mengindikasikan kerentanan yang lebih tinggi terhadap pengambilan keputusan finansial yang impulsif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital melalui kombinasi studi literatur dan wawancara mendalam. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan mampu menyajikan gambaran kontekstual yang utuh mengenai bagaimana mahasiswa memahami, memaknai, dan merespons tantangan keuangan dalam ekosistem konsumsi digital yang terus berkembang.

2. Landasan Teori

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan yang efektif (Yuniasanti & Nurwahyuni, 2023). Komponen utama literasi keuangan mencakup pemahaman tentang pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, pinjaman, serta penggunaan instrumen keuangan digital. (Taqwa & Mukhlis, 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga mencakup aspek afektif dan psikomotorik, seperti sikap terhadap risiko, kesadaran terhadap utang, dan kebiasaan mencatat keuangan pribadi.

Dalam konteks mahasiswa, literasi keuangan menjadi sangat penting karena mereka mulai menghadapi situasi ekonomi mandiri. Namun, seperti ditunjukkan oleh (Fadhilah, 2023), pemahaman terhadap konsep keuangan tidak selalu sejalan dengan praktik aktual, terutama jika tidak dibarengi dengan kemampuan mengendalikan dorongan konsumsi di era digital. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa pendidikan literasi keuangan perlu mempertimbangkan dimensi sosial dan emosional dalam strategi pengembangannya.

Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa didasarkan pada kebutuhan riil. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda sering kali menjadi sasaran promosi digital dan terpapar gaya hidup konsumtif yang dibentuk oleh media sosial. (Kumalasari & Soesilo, 2018) menjelaskan bahwa konsumsi impulsif pada mahasiswa sering dipicu oleh tekanan sosial, keinginan untuk eksis secara digital, dan lemahnya kontrol diri terhadap keuangan pribadi.

(Sari & Sanistasya, 2025) mengidentifikasi bahwa fenomena Fear of Missing Out (FOMO) menjadi salah satu pendorong utama perilaku konsumtif mahasiswa di media sosial. Paparan terhadap konten promosi dan gaya hidup influencer mendorong mahasiswa untuk mengikuti pola konsumsi tertentu, meskipun tidak sesuai dengan kemampuan finansial mereka. Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswa tidak bisa dilepaskan dari dimensi psikologis, emosional, dan sosial yang turut membentuk preferensi konsumsi mereka.

Hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif

Berbagai studi menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam menekan perilaku konsumtif, namun tidak menjamin perilaku yang sepenuhnya rasional. (Izazi dkk., 2020) mengemukakan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi tetap rentan terhadap pengaruh eksternal seperti diskon daring, promosi agresif, dan gaya hidup impulsif, terutama jika tidak memiliki kontrol diri yang kuat. (Yahaya dkk., 2019) menambahkan bahwa financial knowledge tidak selalu berkorelasi positif dengan financial behavior, terutama dalam konteks sosial yang dinamis.

Untuk itu, pendekatan edukatif dalam meningkatkan literasi keuangan perlu diarahkan tidak hanya pada aspek kognitif, tetapi juga afektif dan kontekstual. (Amelia, 2020) dan (Napitupulu dkk., 2021) menekankan pentingnya penggunaan simulasi keuangan, studi kasus,

dan pelatihan berbasis pengalaman untuk membentuk kebiasaan yang lebih bertanggung jawab. Dengan demikian, pemahaman literasi keuangan yang efektif perlu ditopang oleh pengalaman langsung dan refleksi personal yang relevan dengan realitas mahasiswa.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara kontekstual dan naratif pengalaman mahasiswa dalam mengelola keuangan serta dalam merespons pengaruh konsumsi digital.

3.1 Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua pendekatan utama, yakni studi literatur dan wawancara semi-terstruktur. Pendekatan kombinatorik ini digunakan untuk mendapatkan perspektif yang utuh mengenai hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa, baik dari sisi konseptual maupun pengalaman empiris di lapangan.

Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai artikel ilmiah nasional dan internasional yang relevan, yang diterbitkan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Literatur yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan mempertimbangkan kesesuaian topik, validitas metodologis, keterbaruan isu, serta kontribusi teoritis terhadap pembahasan penelitian. Sumber literatur meliputi jurnal yang terindeks SINTA serta laporan resmi seperti dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Sementara itu, data primer dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur yang ditujukan kepada enam mahasiswa aktif dari Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan. Informan dipilih secara purposive dengan kriteria sebagai berikut: mahasiswa aktif minimal semester empat, memiliki pengalaman mengelola keuangan pribadi (seperti membagi uang saku, menabung, atau bertransaksi digital secara mandiri), serta bersedia mengikuti proses wawancara secara mendalam. Pemilihan informan juga mempertimbangkan variasi latar belakang sosial ekonomi untuk menangkap spektrum pengalaman yang lebih luas.

Proses wawancara dilakukan secara langsung dan berlangsung dalam suasana kondusif untuk menggali narasi personal para informan. Pertanyaan yang diajukan bersifat terbuka, fleksibel, dan memungkinkan eksplorasi yang mendalam atas pengalaman mahasiswa terkait literasi keuangan dan perilaku konsumtif mereka. Wawancara direkam dengan persetujuan informan dan seluruh data ditranskripsi secara verbatim untuk menjaga orisinalitas dan akurasi informasi.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua pedoman utama: pedoman telaah literatur untuk mengorganisasi pencarian dan seleksi artikel yang relevan, serta pedoman wawancara yang berisi daftar pertanyaan terbuka yang dikembangkan berdasarkan tujuan dan rumusan masalah penelitian. Kedua instrumen disusun secara sistematis untuk menjamin bahwa data yang dikumpulkan bersifat fokus, mendalam, dan sesuai dengan kebutuhan analisis tematik.

3.2 Metode Analisis

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yaitu suatu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang berfokus pada identifikasi, pengorganisasian, dan interpretasi pola makna (tema) dari kumpulan data. Teknik ini dipilih karena mampu menangkap kedalaman narasi serta kompleksitas pengalaman mahasiswa dalam menghadapi dilema literasi keuangan dan perilaku konsumtif di era digital.

Prosedur analisis dimulai dari pembacaan menyeluruh terhadap data transkrip wawancara dan literatur yang telah dikumpulkan, untuk memperoleh pemahaman awal terhadap struktur narasi dan konteks informasi. Setelah itu, dilakukan pengkodean terbuka terhadap unit-unit

data yang dianggap relevan, yaitu frasa atau kalimat yang mengandung makna terkait topik penelitian. Kode-kode ini kemudian dikelompokkan ke dalam kategori tematik, berdasarkan kesamaan makna atau keterkaitan pengalaman yang diungkapkan oleh informan maupun hasil temuan dalam literatur. Selanjutnya, tema-tema utama disusun untuk merepresentasikan dimensi literasi keuangan, tekanan sosial digital, dan pola konsumsi mahasiswa.

Proses analisis dilakukan secara reflektif dan iteratif, yaitu dengan terus-menerus meninjau ulang hasil pengkodean dan interpretasi terhadap konteks pengalaman mahasiswa hingga diperoleh pemahaman yang utuh dan konsisten. Teknik ini bertujuan menjaga kedalaman analisis dan menghindari kesalahan dalam generalisasi makna.

Untuk menjaga validitas dan reliabilitas temuan, dilakukan uji keabsahan data melalui dua teknik utama: triangulasi sumber dan member checking. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari hasil wawancara dengan data dari literatur ilmiah, sehingga dapat diketahui apakah informasi yang muncul konsisten atau saling menguatkan. Sementara itu, member checking dilakukan dengan mengonfirmasi hasil interpretasi dan temuan kepada informan secara langsung, guna memastikan bahwa pemaknaan peneliti tidak menyimpang dari maksud sebenarnya yang disampaikan oleh narasumber.

Seluruh tahapan dilakukan secara manual tanpa bantuan software coding, untuk mempertahankan keterlibatan langsung peneliti dalam proses penafsiran dan pemahaman konteks data. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil analisis dapat menggambarkan dinamika hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa secara mendalam, otentik, dan kontekstual.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh melalui kombinasi studi literatur dan wawancara semi-terstruktur terhadap enam mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan. Teknik analisis tematik yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan empat tema utama yang merepresentasikan dinamika hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Setiap tema dibangun berdasarkan penggabungan temuan empiris dari wawancara dengan temuan literatur ilmiah yang relevan.

Tema 1: Pemahaman Konsep Literasi Keuangan

Mayoritas informan menunjukkan pemahaman yang cukup baik terhadap konsep dasar literasi keuangan. Mereka menyatakan telah terbiasa mencatat pengeluaran, menyusun anggaran bulanan, dan mencoba menghindari penggunaan utang konsumtif. Informan MH1 menyampaikan, "Saya biasanya buat catatan pengeluaran bulanan, tapi kadang tetap boros kalau ada diskon online." Pernyataan ini menggambarkan bahwa pengetahuan keuangan memang telah dimiliki, namun belum sepenuhnya membentuk pola kebiasaan yang konsisten. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek kognitif dalam literasi keuangan belum secara efektif diinternalisasi ke dalam perilaku sehari-hari. Sejalan dengan temuan (Yahaya dkk., 2019), tingkat pemahaman (financial knowledge) belum tentu memberikan pengaruh langsung terhadap perilaku keuangan (financial behavior), terutama dalam konteks sosial yang penuh tekanan konsumsi.

Tema 2: Kesenjangan antara Pengetahuan dan Praktik

Meskipun mahasiswa memahami konsep dasar pengelolaan keuangan, dalam praktiknya mereka kerap mengalami kendala dalam mengontrol perilaku konsumtif, khususnya saat terpapar promosi digital. Informan MH2 mengungkapkan, "Saya tahu harus hemat, tapi kalau ada promo Shopee atau Tokopedia, jadi susah nahan belanja." Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pemahaman teoretis dan implementasi nyata. Faktor emosional, impulsif, dan tekanan lingkungan terbukti lebih dominan dibandingkan rasionalitas finansial yang seharusnya menjadi kendali konsumsi. Fenomena ini sesuai dengan temuan (Zahra &

Marsofiyati, 2024) yang menyebutkan bahwa tekanan dari ekosistem digital seringkali menekan fungsi kendali diri mahasiswa, bahkan pada individu dengan literasi keuangan yang memadai.

Tema 3: Pengaruh Media Sosial dan Lingkungan Digital

Media sosial dan platform digital memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Informan MH4 menyatakan, “Kadang kalau teman-teman beli sesuatu terus upload di Instagram, saya juga pengen punya, walaupun sebenarnya nggak butuh.” Hal ini menunjukkan bahwa dorongan untuk mengikuti tren dan membentuk citra diri melalui media sosial menjadi salah satu pemicu perilaku konsumtif. (Rumbik dkk., 2024) serta (Sari & Sanistasya, 2025) juga mengidentifikasi fenomena Fear of Missing Out (FOMO) sebagai penyebab utama pembelian impulsif di kalangan mahasiswa. Paparan konten gaya hidup influencer dan promosi digital menciptakan tekanan sosial tersendiri yang sering kali melampaui pengaruh literasi keuangan dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Tema 4: Kebutuhan Pendidikan Literasi Keuangan yang Kontekstual

Seluruh informan menyatakan bahwa pendekatan pengajaran literasi keuangan yang bersifat teoritis saja belum cukup membentuk kesadaran dan perilaku yang kuat. Mereka menginginkan metode pembelajaran yang lebih aplikatif dan berbasis pada kehidupan nyata. Informan MH5 menuturkan, “Kalau literasi keuangan diajari pakai studi kasus atau praktik langsung, kayaknya lebih gampang masuk ke kehidupan sehari-hari.” Temuan ini mendukung pandangan (Amelia, 2020) dan (Napitupulu dkk., 2021), yang menekankan efektivitas pembelajaran berbasis simulasi dan studi kasus sebagai sarana internalisasi nilai dan kebiasaan keuangan yang sehat. Dengan pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya menghafal konsep, tetapi mampu mengaitkan materi dengan pengalaman hidup mereka sendiri.

Signifikansi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, temuan penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan konstruksi multidimensi yang tidak dapat dipisahkan dari konteks psikologis, sosial, dan digital. Pengetahuan finansial yang kuat belum cukup tanpa adanya dukungan strategi afektif dan behavioral untuk mengubah kebiasaan konsumsi. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian literasi keuangan dengan menyoroti perlunya pendekatan edukatif yang lebih kontekstual dan holistik.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan penting bagi institusi pendidikan tinggi dalam merancang kurikulum literasi keuangan yang lebih relevan dengan tantangan mahasiswa masa kini. Pendekatan yang disarankan mencakup simulasi keuangan berbasis realitas, diskusi kelompok, mentoring pengelolaan uang, serta program refleksi konsumsi yang dapat mendorong kesadaran kritis mahasiswa terhadap gaya hidup digital. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya menjadi pengetahuan teoritis, tetapi berkembang menjadi keterampilan hidup yang mampu membentuk pola konsumsi yang rasional, sehat, dan adaptif di era digital.

5. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa literasi keuangan memiliki kontribusi penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, namun dampaknya tidak berdiri sendiri. Di tengah dominasi digital dan arus informasi yang begitu cepat, pemahaman terhadap konsep literasi keuangan belum sepenuhnya mampu menahan godaan konsumsi impulsif yang ditawarkan oleh promosi digital, sistem belanja daring, serta gaya hidup hedonis yang ditampilkan di media sosial. Hasil studi literatur dan wawancara dengan mahasiswa menunjukkan bahwa banyak individu menyadari pentingnya mencatat pengeluaran, mengatur anggaran, dan menghindari utang konsumtif, namun kesadaran ini sering kali tidak diwujudkan dalam praktik harian yang konsisten.

Kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku aktual menjadi temuan sentral dalam penelitian ini. Mahasiswa, terutama yang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, dihadapkan pada berbagai dilema dan tekanan sosial dalam pengambilan keputusan ekonomi. Perilaku konsumtif sering kali dipengaruhi oleh aspek emosional seperti Fear of Missing Out (FOMO), tekanan dari lingkungan sebaya, serta kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan norma konsumsi yang berkembang di media sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa intervensi edukasi keuangan tidak dapat hanya difokuskan pada transfer informasi kognitif, tetapi harus menyentuh dimensi afektif dan sosial secara lebih menyeluruh.

Wawancara yang dilakukan mengungkap bahwa mahasiswa menginginkan metode pembelajaran literasi keuangan yang lebih dekat dengan realitas mereka. Metode seperti simulasi keuangan, studi kasus harian, proyek kelompok pengelolaan dana, serta refleksi pribadi terhadap pengeluaran dianggap lebih mampu membentuk kebiasaan finansial yang sehat. Dengan demikian, integrasi literasi keuangan dalam kurikulum perguruan tinggi sebaiknya dilakukan secara kontekstual, partisipatif, dan aplikatif, agar mahasiswa tidak hanya mengetahui konsep, tetapi juga terampil mengaplikasikannya dalam berbagai situasi nyata.

Temuan ini memberikan kontribusi teoretis terhadap literatur keuangan pribadi dan perilaku konsumsi dengan menegaskan bahwa literasi keuangan harus dilihat sebagai kemampuan multidimensional—menggabungkan aspek pengetahuan, sikap, dan keterampilan dalam konteks sosial yang dinamis. Selain itu, pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan pengungkapan makna subjektif dari pengalaman mahasiswa, yang sering kali tidak dapat dijangkau melalui survei kuantitatif semata.

Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan kepada institusi pendidikan tinggi untuk membangun ekosistem pendukung literasi keuangan yang tidak hanya terbatas pada kelas formal, tetapi juga melalui kegiatan kemahasiswaan, mentoring, dan pelatihan berbasis pengalaman. Kegiatan seperti “bulan literasi keuangan”, kompetisi simulasi anggaran, atau platform refleksi pengeluaran dapat menjadi upaya konkret dalam mendorong mahasiswa untuk lebih sadar terhadap kebiasaannya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain jumlah informan yang terbatas dan fokus pada satu institusi pendidikan, sehingga hasil temuan belum dapat digeneralisasikan secara luas. Selain itu, pendekatan kualitatif yang digunakan tidak memungkinkan peneliti mengukur besaran pengaruh antarvariabel secara kuantitatif. Oleh karena itu, studi lanjutan disarankan untuk mengembangkan pendekatan campuran (mixed method), memperluas populasi sampel lintas kampus, dan mengintegrasikan model intervensi digital yang lebih adaptif terhadap gaya hidup mahasiswa di era teknologi.

Akhirnya, temuan penelitian ini menggarisbawahi urgensi kolaborasi antara institusi pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta dalam memperkuat literasi keuangan generasi muda. Dengan meningkatkan kesadaran finansial melalui pendekatan yang relevan dan kontekstual, diharapkan mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen yang cerdas secara ekonomi, tetapi juga individu yang mampu mengelola keuangannya secara mandiri, bijak, dan berkelanjutan di tengah tantangan zaman yang terus berkembang.

Daftar Pustaka

- Amelia, S. (2020). ANALISIS POLA PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA DI PERGURUAN TINGGI BERDASARKAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA DENGAN MENGGUNAKAN VARIABEL KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Fadhilah, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN SELF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA

- MAHASISWA PENDIDIKAN AKUNTANSI UNIVERSITAS PGRI MADIUN). *Review of Accounting and Business*, 1(1), 35-43. <https://doi.org/10.52250/reas.v1i1.333>
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2018). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MODERNITAS INDIVIDU, UANG SAKU DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI S1 PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN TAHUN 2016 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG.
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(3), 138-144. <https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144>
- OJK. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136-145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Rumbik, F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. 12(2).
- Sari, F. R., & Sanistasya, P. A. (2025). Pengaruh Flash Sale, FOMO dan Digital Financial Literacy Terhadap Impulsive Buying. 6(4).
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 831. <https://doi.org/10.24843/EEB.2022.v11.i07.p08>
- Xie, P., & Fu, K. (2024). Financial literacy and digital product consumption—An analysis based on CFPS data. *Finance Research Letters*, 68, 105977. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105977>
- Yahaya, R., Zainol, Z., Abidin, J. H. O. @ Z., & Ismail, R. (2019). The Effect of Financial Knowledge and Financial Attitudes on Financial Behavior among University Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(8), Pages 22-32. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v9-i8/6205>
- Yuniasanti, R., & Nurwahyuni, W. A. (2023). Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z. *Psychopolytan : Jurnal Psikologi*, 6(2), 60-69. <https://doi.org/10.36341/psi.v6i2.3018>
- Zahra, W. A., & Marsofiyati. (2024). Peran Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Commerce dalam Mendorong Perilaku Konsumtif pada Generasi Z (Studi Literature Review). <https://doi.org/10.5281/ZENODO.14567735>