

**Pengaruh Pembayaran Non Tunai dan Aplikasi Belanja *Online* terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Studi Kasus Mahasiswa Program Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Islam Kadiri**

**Dyah Ayu Sukma OR, Arisyahidin, Sri Wahyuni Mega Hastuti**

Magister Manajemen Universitas Islam Kadiri

email: [ayusukmaoktarika@gmail.com](mailto:ayusukmaoktarika@gmail.com)

**Abstrak**

*Transformasi digital di sektor keuangan telah mengubah cara individu, terutama mahasiswa, mengelola keuangan pribadi mereka secara fundamental. Maraknya penggunaan sistem pembayaran non-tunai seperti dompet digital (e-wallet), QRIS, dan mobile banking, serta kemudahan akses ke platform belanja daring seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, tidak hanya menyederhanakan transaksi tetapi juga memengaruhi pola konsumsi secara signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pembayaran non-tunai dan aplikasi belanja daring terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka dengan menganalisis berbagai jurnal akademik, tesis, dan buku ilmiah yang relevan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun perangkat transaksi digital meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan, perangkat tersebut juga menimbulkan risiko pengeluaran impulsif jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan pengendalian diri yang memadai. Mahasiswa seringkali menunjukkan perilaku konsumen yang didorong oleh promosi digital, fasilitas cicilan, dan fitur kredit seperti paylater. Oleh karena itu, literasi keuangan dan pengembangan kebiasaan pengelolaan keuangan yang baik sangat penting untuk membangun komunitas mahasiswa yang tangguh dan melek finansial. Studi ini merekomendasikan agar perguruan tinggi mengambil peran yang lebih aktif dalam mengintegrasikan literasi keuangan ke dalam kurikulum akademik dan menumbuhkan kesadaran mahasiswa untuk membuat keputusan keuangan yang bijak di era digital.*

**Kata Kunci:** *Pembayaran Non-Tunai, E-wallet, Aplikasi Belanja Online, Perilaku Konsumtif, Manajemen Keuangan, Mahasiswa, Literasi Keuangan, Fintech, Ekonomi Digital*

**Abstract**

*Digital transformation in the financial sector has fundamentally reshaped the way individuals, especially university students, manage their personal finances. The widespread use of cashless payment systems such as digital wallets (e-wallets), QRIS, and mobile banking, along with easy access to online shopping platforms like Shopee, Tokopedia, and Lazada, has not only simplified transactions but also significantly influenced consumption patterns. This study aims to examine the influence of cashless payments and online shopping applications on the financial management behavior of students. The research adopts a literature review method by analyzing various relevant academic journals, theses, and scholarly books. Findings reveal that while digital transaction tools enhance efficiency in financial management, they also pose risks of impulsive spending if not accompanied by adequate financial literacy and self-control. Students often exhibit consumer behavior driven by digital promotions, installment facilities, and credit features such as paylater. Therefore, financial literacy and the development of sound financial management habits are crucial to building financially resilient and literate student communities. The study recommends that higher education institutions take a more active role in integrating financial literacy into the academic curriculum and fostering awareness among students to make wise financial decisions in the digital era.)*

**Keywords :** *Cashless Payment, E-wallet, Online Shopping Application, Consumptive Behavior, Financial Management, University Students, Financial Literacy, Fintech, Digital Economy*

**A. Latar Belakang Teoritis**

Perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan terjadi akibat kemajuan

teknologi digital dalam dua dekade terakhir, termasuk di bidang keuangan. Inovasi di bidang keuangan menjadi langkah penting

yang memengaruhi cara orang, lembaga, dan negara melakukan transaksi serta mengatur sumber daya keuangan. Teknologi ini memungkinkan akses ke layanan keuangan menjadi lebih inklusif, efisien, cepat, dan fleksibel.

Saat ini, berbagai layanan keuangan digital dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas tanpa perlu interaksi fisik. Contoh paling nyata adalah pengiriman uang secara daring yang bisa dilakukan secara fleksibel, auto debit untuk pembayaran tagihan rutin seperti premi asuransi, angsuran kredit, dan langganan internet atau listrik, serta penggunaan *mobile banking* dan internet banking yang memungkinkan pengguna untuk memantau arus kas masuk dan keluar secara real time. Keberadaan layanan ini bukan lagi menjadi pelengkap, melainkan menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari.

Transformasi ini tidak hanya terjadi di tingkat makro seperti bank dan lembaga keuangan nasional, tetapi juga berdampak langsung pada level mikro, yakni individu, keluarga, dan kelompok sosial seperti mahasiswa. Masyarakat saat ini semakin akrab dengan penggunaan transaksi tanpa uang tunai sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari yang *modern*. Dompot elektronik seperti OVO, GoPay, DANA, dan *ShopeePay*, serta metode pembayaran berbasis QRIS telah menjadi sarana utama dalam beragam transaksi, mulai dari berbelanja di minimarket hingga membayar untuk parkir atau makanan di warung kecil.

Pemerintah dan Bank Indonesia juga berupaya mempercepat penerapan sistem ini melalui inisiatif yang dikenal sebagai Gerakan Nasional Non Tunai. Inisiatif ini ditujukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai efisiensi dan keamanan dalam metode pembayaran tanpa uang tunai, serta sebagai langkah untuk memperluas akses keuangan di tingkat nasional. Arah kebijakan ini menandai transformasi besar bahwa transaksi berbasis digital kini bukan hanya tren, melainkan bagian dari infrastruktur ekonomi nasional yang terus dikembangkan.

Namun demikian, di balik manfaat dan efisiensi tersebut, terdapat tantangan besar yang perlu diwaspadai, terutama dalam konteks perilaku keuangan individu. Penerapan teknologi finansial yang masif, khususnya di kalangan generasi muda,

membawa dampak yang ambivalen. Di satu sisi, digitalisasi memberikan akses dan kemudahan. Di sisi lain, ia juga menimbulkan risiko terhadap pengendalian keuangan pribadi, terutama bila tidak diimbangi dengan pengetahuan, kesadaran, dan literasi keuangan yang baik.

Salah satu indikator munculnya tantangan ini adalah pergeseran pola konsumsi yang signifikan di kalangan mahasiswa. Akses yang mudah terhadap aplikasi belanja *online* telah mempengaruhi keputusan dan frekuensi konsumsi. Strategi pemasaran agresif yang dilakukan oleh platform *e-commerce*, seperti *flash sale*, diskon besar, gratis ongkir, cashback, hingga sistem cicilan tanpa kartu kredit dan fitur *paylater*, menjadi pemicu utama munculnya perilaku konsumtif.

Menurut Assauri (2015), tindakan yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh berbagai elemen, baik yang muncul dari diri mereka sendiri maupun dari lingkungan sekitar. Elemen yang berasal dari dalam meliputi perspektif, motivasi, emosi, dan sikap. Sementara itu, faktor dari luar meliputi konteks sosial, budaya, kondisi ekonomi, dan kemajuan teknologi. Dalam konteks mahasiswa, faktor eksternal seperti media sosial, komunitas *online*, serta gaya hidup digital menjadi stimulus yang kuat dalam membentuk perilaku belanja yang cenderung impulsif, tidak terencana, dan kadang berlebihan.

Fenomena ini menjadi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan manajemen keuangan pribadi mahasiswa. Berdasarkan pandangan Sujarweni (2015), manajemen keuangan pribadi adalah proses menyeluruh dalam perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, dan pengendalian terhadap pengeluaran dan pemasukan agar tujuan keuangan dapat tercapai. Dalam kehidupan mahasiswa, manajemen keuangan meliputi keterampilan dalam membuat anggaran bulanan, memprioritaskan kebutuhan dibanding keinginan, menabung, hingga menghindari utang konsumtif.

Sayangnya, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa memiliki keterampilan dan kesadaran tersebut. Tidak sedikit dari mereka yang akhirnya mengalami defisit keuangan, bergantung pada pinjaman dari teman, orang tua, bahkan menggunakan pinjaman *online* atau fasilitas

kredit digital yang berisiko tinggi. Kemudahan mengakses layanan *paylater*, pinjaman digital berbasis aplikasi, serta digital credit scoring tanpa analisis keuangan yang memadai telah membuat mahasiswa berada dalam kondisi rentan secara finansial.

Menurut Sugiyono (2007), salah satu faktor utama rendahnya ketahanan finansial individu adalah minimnya pemahaman terhadap konsep dasar pengelolaan keuangan. Mahasiswa yang tidak memahami pentingnya alokasi dana, manajemen risiko, dan perencanaan keuangan jangka panjang akan lebih mudah tergoda oleh iming-iming fasilitas kredit instan dan belanja impulsif yang ditawarkan oleh platform digital.

Di sisi lain, Suparmoko (1995) menekankan bahwa pembiasaan dan pendidikan tentang manajemen keuangan harus dimulai sejak dini, terutama bagi kelompok usia produktif seperti mahasiswa. Masa perkuliahan merupakan fase transisi menuju kemandirian ekonomi. Di masa inilah karakter keuangan seseorang mulai terbentuk, apakah akan menjadi pribadi yang hemat, cerdas secara finansial, atau sebaliknya, menjadi pribadi yang boros dan konsumtif.

Selain itu, data empiris dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa sudah melek teknologi, mereka belum tentu memiliki literasi keuangan digital yang memadai. Literasi keuangan bukan hanya tentang kemampuan menghitung pengeluaran, tetapi juga tentang kesadaran dalam mengambil keputusan finansial yang bijak dan memahami risiko dari tiap pilihan pembayaran atau pembelian secara *online*.

Maraknya penggunaan layanan pinjaman digital dan fitur *paylater* pada platform belanja *online* tidak hanya menunjukkan kepraktisan teknologi, tetapi juga mengindikasikan lemahnya kontrol diri terhadap pengeluaran. Ketidakterbatasan waktu dan tempat dalam bertransaksi *online* memperburuk kondisi ini, sebab mahasiswa bisa melakukan pembelian kapan saja hanya dengan sentuhan layar, tanpa proses pertimbangan panjang.

Mahasiswa sebagai digital native menghadapi dilema antara kemudahan teknologi dan tanggung jawab finansial. Ketidadaan edukasi keuangan formal di banyak perguruan tinggi membuat mahasiswa belajar dari pengalaman pribadi, yang sering kali

melibatkan trial and error. Kesalahan dalam pengelolaan keuangan di usia muda berpotensi membawa dampak jangka panjang, seperti utang konsumtif yang berkelanjutan atau ketergantungan terhadap sistem kredit mikro digital.

Di sisi lain, *e-wallet* dan aplikasi belanja daring juga bisa menjadi alat edukatif jika digunakan dengan kesadaran dan strategi. Banyak aplikasi *e-wallet* yang menyediakan fitur pelacakan pengeluaran, pengingat pembayaran, hingga batas maksimal transaksi harian. Namun fitur ini hanya efektif jika pengguna memiliki literasi yang memadai untuk memanfaatkannya secara bijak.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat ditegaskan bahwa kemajuan teknologi digital di bidang keuangan dan perdagangan elektronik telah memberikan perubahan besar terhadap kehidupan mahasiswa, baik dalam aspek perilaku konsumsi maupun manajemen keuangan pribadi. Mahasiswa kini menjadi kelompok yang paling terdampak oleh kemudahan transaksi digital, baik melalui penggunaan pembayaran non-tunai maupun aplikasi belanja *online*. Akan tetapi, kemajuan ini belum diimbangi oleh peningkatan literasi dan kontrol diri yang memadai, sehingga justru menimbulkan persoalan baru seperti pengeluaran tidak terkendali, utang digital, dan ketidakseimbangan anggaran.

Dengan demikian, menjadi penting untuk melakukan kajian mendalam dan sistematis mengenai pengaruh pembayaran non tunai dan aplikasi belanja *online* terhadap sikap manajemen keuangan mahasiswa, khususnya pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Islam Kadiri. Mahasiswa manajemen merupakan populasi yang tepat untuk dikaji karena mereka diharapkan memiliki pemahaman dasar tentang perilaku ekonomi dan keuangan, sehingga dinamika antara pengetahuan teoritis dan realitas perilaku finansial digital dapat dianalisis secara objektif dan empiris.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan secara teoretis pada bidang pengelolaan keuangan dan perilaku konsumen, serta sumbangan praktis untuk pengembangan program literasi keuangan digital bagi para mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian dapat digunakan sebagai landasan untuk institusi pendidikan tinggi dalam menyusun strategi pembinaan karakter

finansial mahasiswa yang adaptif terhadap era digital dan teknologi keuangan masa kini.

## B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui tinjauan pustaka, yang bertujuan untuk meneliti dan menganalisis pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital serta aplikasi belanja *online* terhadap perilaku pengelolaan keuangan di kalangan mahasiswa. Metode ini dianggap tepat karena penulis tidak mengumpulkan data primer dari lapangan secara langsung, melainkan menggali informasi dan data sekunder dari berbagai sumber pustaka yang kredibel. Studi literatur dalam konteks ini melibatkan proses menelaah, mengumpulkan, dan mengkaji berbagai referensi akademik seperti buku ilmiah, artikel jurnal, skripsi, tesis, laporan riset, publikasi pemerintah, serta dokumen institusi keuangan yang relevan dengan topik yang dibahas.

Pemilihan metode ini mengacu pada pandangan Sugiyono (2007) yang menyatakan bahwa studi pustaka merupakan pendekatan ilmiah yang memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena tanpa terjun langsung ke lapangan. Pandangan ini diperkuat oleh Suparmoko (1995), yang menekankan bahwa studi literatur dapat menjadi fondasi konseptual yang kokoh dalam menjawab rumusan masalah dan membangun kerangka teoritis. Dalam hal ini, peneliti menggunakan referensi utama seperti buku karya Assauri (2015) untuk memahami perilaku konsumen, serta literatur dari Sujarweni (2015) dalam menjelaskan konsep manajemen keuangan pribadi mahasiswa, di samping berbagai literatur metodologis dari Sugiyono dan referensi pendukung lainnya.

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sumber pustaka yang relevan dan terkini, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Peneliti mengakses berbagai database seperti Google Scholar, DOAJ, dan katalog universitas, serta situs resmi seperti Otoritas Jasa Keuangan, Bank Indonesia, dan Badan Pusat Statistik. Dalam proses pencarian, digunakan kata kunci seperti *financial literacy*, *cashless society*, *e-wallet usage*, *online shopping behavior*, dan *student financial management*. Penelusuran difokuskan pada literatur yang diterbitkan dalam 10 hingga 15 tahun terakhir

agar tetap relevan dengan konteks ekonomi digital saat ini. Seluruh data sekunder yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis isi (*content analysis*), yaitu metode yang digunakan untuk menafsirkan makna dari isi dokumen secara sistematis, berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Langkah-langkah analisis dilakukan dengan mengidentifikasi informasi kunci dari setiap literatur, lalu mengelompokkannya ke dalam kategori tematik seperti perilaku konsumsi mahasiswa, penggunaan dompet digital, efek psikologis dari transaksi non tunai, hingga dinamika penggunaan fitur *paylater* dalam belanja *online*. Setelah pengelompokan dilakukan, peneliti menginterpretasikan temuan-temuan tersebut secara naratif dan mengaitkannya dengan teori yang relevan, sehingga membentuk sintesis konseptual yang menjelaskan hubungan antara kemajuan teknologi keuangan dengan perubahan perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Analisis ini tidak hanya menggambarkan data, tetapi juga menjelaskan makna di balik fenomena yang terjadi, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual.

Kriteria literatur yang digunakan dalam penelitian ini mencakup keakuratan, relevansi topik, kelayakan akademik, dan validitas isi. Literatur yang dipilih harus berasal dari sumber terverifikasi seperti jurnal ilmiah bereputasi, laporan lembaga resmi, serta karya akademik yang dapat dipertanggungjawabkan. Meskipun metode studi literatur memiliki kelebihan dalam memberikan dasar teoritis yang kuat, penelitian ini tetap memiliki keterbatasan, khususnya karena tidak melibatkan data empiris langsung dari mahasiswa Universitas Islam Kadiri. Oleh karena itu, hasil penelitian ini lebih menekankan pada pemetaan konseptual dan refleksi teoritis, bukan pada generalisasi statistik. Meski demikian, hasilnya tetap bernilai sebagai kontribusi teoritis yang dapat digunakan sebagai pijakan untuk penelitian lanjutan yang bersifat kuantitatif, kualitatif lapangan, atau *mixed-methods* yang melibatkan responden langsung.

Dari sudut pandang filosofis, pendekatan kualitatif dalam studi ini berlandaskan pada paradigma konstruktivisme, yang memandang realitas

sosial sebagai hasil dari konstruksi yang dilakukan oleh individu dan kelompok yang terbentuk melalui pengalaman, pandangan, serta interaksi sosial. Dalam konteks ini, perilaku manajemen keuangan mahasiswa tidak bisa dipahami hanya melalui angka-angka statistik, tetapi perlu dianalisis berdasarkan pemaknaan subjektif mahasiswa terhadap teknologi keuangan yang mereka gunakan. Oleh sebab itu, pendekatan kualitatif memberikan keleluasaan kepada peneliti untuk menafsirkan gejala sosial secara lebih dalam dan reflektif.

Penelitian ini juga dilakukan secara sistematis dan bertahap. Tahapan awal melibatkan eksplorasi literatur dasar untuk memahami kerangka teori dan tren riset sebelumnya. Selanjutnya dilakukan pemetaan struktur tematik dari literatur terpilih, termasuk mengidentifikasi variabel yang sering muncul, model analisis yang digunakan, serta kesenjangan penelitian (research gap) yang belum banyak dibahas. Hal ini penting agar sintesis teori yang dibangun dalam penelitian ini memiliki keunikan dan kontribusi akademik yang signifikan, tidak sekadar mengulang kesimpulan dari studi sebelumnya.

Dalam menjamin validitas dan kredibilitas sumber, peneliti mengutamakan literatur dari jurnal-jurnal ilmiah yang telah melalui proses peer-review, publikasi institusi pemerintah dan regulator keuangan, serta buku teks akademik dari penulis yang diakui di bidangnya. Literatur dari media populer atau opini pribadi tidak digunakan kecuali sebagai ilustrasi tambahan dan tetap diuji kebenarannya melalui sumber lain. Dengan demikian, kualitas dan integritas informasi yang digunakan tetap terjaga, serta mendukung keandalan kesimpulan yang akan ditarik.

Penelitian ini juga secara sadar menetapkan batasan tematik agar tidak meluas ke area yang kurang relevan. Fokus tetap diarahkan pada dua variabel utama, yaitu sistem pembayaran non tunai dan penggunaan aplikasi belanja *online*, serta satu variabel dependen yaitu perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Variabel-variabel lain seperti pengaruh keluarga, tingkat penghasilan, atau faktor ekonomi makro tidak dibahas secara mendalam, karena berada di luar cakupan studi literatur ini. Strategi fokus ini penting

untuk menjaga ketajaman analisis dan menghindari bias interpretasi.

Akhirnya, meskipun penelitian ini tidak menggunakan metode kuantitatif atau instrumen pengukuran langsung, pendekatan studi literatur ini memberikan kontribusi penting dalam memperkuat pemahaman teoretis dan menjelaskan fenomena dari berbagai sudut pandang. Hasilnya tidak hanya merefleksikan kondisi ideal atau normatif, tetapi juga mengungkap potensi tantangan dan risiko nyata yang dihadapi mahasiswa dalam mengelola keuangan di era digital. Dengan demikian, temuan dari studi ini dapat digunakan sebagai basis konseptual untuk merancang penelitian lanjutan yang lebih aplikatif dan kontekstual.

### C. Temuan Penelitian dan Pembahasan

#### 1. Temuan Penelitian

Perkembangan teknologi keuangan digital dalam dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat, terutama generasi muda, menjalani kehidupan sehari-hari. Salah satu dampak paling nyata terlihat pada mahasiswa, kelompok usia produktif yang sedang berada dalam fase kritis pembentukan identitas dan kebiasaan keuangan. Adopsi masif terhadap metode pembayaran non tunai, penggunaan dompet digital, serta belanja daring melalui berbagai aplikasi *e-commerce* bukan hanya mencerminkan kemajuan teknologi, tetapi juga menciptakan transformasi perilaku ekonomi yang mendalam dan ambivalen. Di satu sisi, teknologi keuangan digital meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan aksesibilitas transaksi, memungkinkan mahasiswa untuk melakukan pembayaran kapan saja dan di mana saja. Di sisi lain, kemajuan ini menyimpan potensi bahaya dalam bentuk perilaku konsumtif yang tidak terkendali, lemahnya disiplin anggaran, serta meningkatnya keterpaparan terhadap instrumen utang konsumsi seperti cicilan digital dan layanan *paylater*, terlebih bila tidak dibarengi dengan tingkat literasi keuangan yang memadai.

Fenomena ini tidak dapat dilepaskan dari dinamika psikologis yang terjadi dalam proses pengambilan keputusan finansial mahasiswa. Dalam konteks psikologi keuangan, penggunaan aplikasi belanja daring

dan *e-wallet* membentuk pola penguatan kebiasaan melalui stimulus digital yang bersifat repetitif dan agresif. Setiap notifikasi diskon, iklan bertarget, atau promosi kilat seperti flash sale dan gratis ongkir merangsang pusat kesenangan dalam otak dan memicu pelepasan dopamin, menciptakan rasa puas dan senang yang instan. Respons ini secara perlahan mengkondisikan otak untuk merespons stimulus-stimulus serupa dengan tindakan konsumtif tanpa melalui proses berpikir kritis. Kebiasaan ini dikenal sebagai habit reinforcement dan merupakan mekanisme psikologis yang sangat efektif dalam membentuk pola konsumsi otomatis dan tidak terencana. Mahasiswa, yang berada dalam fase eksplorasi dan pembentukan identitas, menjadi kelompok yang sangat rentan terhadap pengaruh ini.

Kecenderungan belanja impulsif semakin diperkuat oleh karakteristik transaksi digital yang bersifat tidak kasat mata. Uang tidak lagi hadir dalam bentuk fisik, melainkan hanya tampak sebagai angka yang berkurang di layar ponsel. Transaksi menjadi abstrak dan kehilangan nilai emosional yang biasanya menyertai penggunaan uang tunai. Akibatnya, mahasiswa mengalami penurunan kesadaran finansial dan menganggap transaksi sebagai sesuatu yang ringan dan tidak berdampak langsung. Ketika dikombinasikan dengan keterbatasan pemasukan, seperti uang saku tetap atau beasiswa, mahasiswa cenderung menjadikan fitur cicilan digital sebagai solusi jangka pendek. Mereka tidak menyadari bahwa perilaku ini, jika terus dibiarkan, akan menciptakan ketergantungan finansial dan dapat berujung pada lingkaran utang yang sulit diputus.

Yang menjadi lebih mengkhawatirkan adalah ketika konsumsi digital mulai beralih fungsi menjadi alat untuk mengatasi tekanan psikologis. Banyak mahasiswa menggunakan belanja *online* sebagai bentuk coping mechanism terhadap stres akademik, tekanan sosial, atau bahkan sekadar untuk mengusir kebosanan. Aplikasi *e-commerce* telah dirancang tidak hanya untuk menjual produk, tetapi juga menawarkan pengalaman emosional: menjelajah katalog produk, mengikuti diskon kilat, hingga merasakan kemenangan kecil saat mendapat *cashback* atau potongan harga. Semua ini memperkuat orientasi konsumsi berbasis emosi, menggantikan prinsip

konsumsi berdasarkan kebutuhan rasional. Akibatnya, muncul fenomena financial anxiety atau kecemasan keuangan, yaitu kondisi psikologis di mana seseorang merasa cemas, tertekan, atau tidak yakin terhadap kondisi keuangan pribadinya, biasanya dipicu oleh ketidaktauan atas arus keluar-masuk uang atau ketidakmampuan mengendalikan pengeluaran.

Masalah ini diperburuk oleh rendahnya literasi keuangan di kalangan mahasiswa. Banyak dari mereka yang tidak memiliki pemahaman dasar tentang manajemen anggaran, risiko penggunaan layanan kredit digital, atau implikasi hukum dari keterlambatan pembayaran. Sebagian besar bahkan tidak menyadari bahwa penggunaan fitur *paylater* atau pinjaman *online* adalah bentuk kontrak yang memiliki kekuatan hukum. Keterlambatan pembayaran dapat dicatat dalam sistem SLIK OJK, dan berdampak negatif terhadap reputasi kredit seseorang. Kurangnya literasi hukum dan finansial ini menyebabkan mahasiswa menganggap kredit digital sebagai perpanjangan dari uang saku, bukan sebagai utang yang harus dibayar dengan konsekuensi tertentu. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki pemahaman literasi finansial yang baik menunjukkan perilaku yang lebih sehat: mereka membuat anggaran, mengontrol pengeluaran, menunda pembelian yang tidak diperlukan, dan menggunakan teknologi finansial secara terencana untuk mendukung kebutuhan esensial.

Di luar faktor psikologis dan finansial individu, lingkungan sosial digital juga turut memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Dalam masyarakat yang semakin terdigitalisasi, eksistensi sosial sering kali diukur dari keterlibatan dalam media sosial. Unggahan belanja, gaya hidup, dan gaya berpakaian menjadi simbol status dan pencapaian. Hal ini mendorong mahasiswa untuk mengikuti standar gaya hidup digital yang dipromosikan oleh teman sebaya maupun influencer, meskipun kondisi keuangan pribadi tidak mendukung. Terjadilah *social comparison-driven consumption*, yaitu konsumsi yang didorong oleh keinginan untuk sejajar atau melampaui orang lain, bukan berdasarkan pertimbangan kebutuhan aktual. Aplikasi belanja daring memperkuat fenomena ini dengan algoritma

personalisasi yang menyesuaikan penawaran produk berdasarkan riwayat pencarian dan kebiasaan pengguna, menciptakan persepsi kebutuhan palsu yang dirancang secara sistematis untuk mendorong konsumsi.

Dimensi gender pun memiliki peran yang tidak bisa diabaikan dalam ekosistem konsumsi digital mahasiswa. Studi menunjukkan bahwa perempuan lebih rentan terhadap pemasaran produk-produk seperti fashion, kosmetik, dan aksesoris, sementara laki-laki lebih banyak mengakses produk elektronik dan hiburan digital. Strategi pemasaran berbasis gender yang diterapkan oleh *e-commerce* dan media sosial ini memperkuat stereotip konsumsi, sekaligus membentuk pola belanja yang spesifik dan berulang. Oleh karena itu, edukasi keuangan yang ditujukan untuk mahasiswa seharusnya tidak bersifat seragam, melainkan mempertimbangkan perbedaan gender, konteks sosial, serta kebiasaan konsumsi yang berbeda dari tiap kelompok.

Pendidikan tinggi sebagai institusi yang bertanggung jawab membentuk karakter dan kecakapan hidup mahasiswa masih tertinggal dalam merespons tantangan ini. Materi literasi keuangan jarang dijadikan bagian kurikulum utama, dan jika pun ada, sering kali disampaikan secara teoritis dan terputus dari konteks digital yang dihadapi mahasiswa. Padahal, mahasiswa membutuhkan pendidikan finansial yang kontekstual, berbasis pada pengalaman nyata, dan menyentuh langsung cara mereka mengelola uang di era digital. Kampus seharusnya mulai mengintegrasikan modul-modul seperti simulasi keuangan dengan *e-wallet*, pelatihan *budgeting* berbasis aplikasi digital, atau studi kasus pengelolaan *paylater* ke dalam mata kuliah ekonomi personal dan kewirausahaan.

Sementara itu, tanggung jawab menciptakan ekosistem keuangan yang sehat juga berada di tangan regulator dan industri. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia perlu melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap layanan keuangan digital yang menyasar mahasiswa. Langkah-langkah seperti edukasi hukum konsumen, validasi usia dan pendapatan dalam pengajuan *paylater*, serta transparansi dalam sistem bunga dan penalti harus menjadi prioritas. Di sisi lain, perusahaan *fintech* dan *e-commerce* juga memiliki

tanggung jawab moral untuk menerapkan prinsip *ethical design*. Ini termasuk menghadirkan fitur pembatasan pengeluaran otomatis, memberikan peringatan risiko sebelum mengaktifkan layanan kredit, atau menyajikan *dashboard* keuangan yang sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna muda.

Dalam perspektif ekonomi makro, digitalisasi finansial yang tidak dikendalikan akan menciptakan generasi muda yang rentan secara finansial. Mahasiswa yang terbiasa dengan transaksi instan, utang konsumsi, dan belanja impulsif akan kesulitan membentuk kebiasaan finansial yang disiplin dan berkelanjutan. Ini bukan hanya berdampak pada individu, tetapi juga terhadap stabilitas ekonomi nasional dalam jangka panjang. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan sistemik yang mencakup perubahan regulasi, reformasi pendidikan, serta partisipasi aktif dari industri untuk membentuk ekosistem yang sehat dan berkelanjutan.

Dari sisi akademik, diperlukan riset lebih lanjut yang bersifat longitudinal untuk melihat bagaimana paparan terhadap sistem keuangan digital memengaruhi perilaku, psikologi, dan keputusan ekonomi mahasiswa dalam jangka panjang. Studi kualitatif seperti wawancara mendalam, observasi digital, dan etnografi daring juga penting untuk memahami konteks dan motivasi di balik setiap keputusan konsumsi yang diambil oleh mahasiswa. Kolaborasi antara peneliti, regulator, pihak kampus, dan pelaku industri sangat diperlukan agar intervensi yang diambil dapat berbasis data, sensitif terhadap konteks, dan berorientasi pada hasil jangka panjang.

Pada akhirnya, mahasiswa bukan hanya pengguna teknologi, melainkan juga calon pemimpin ekonomi dan pengambil kebijakan masa depan. Pembinaan karakter finansial dan etika digital harus menjadi bagian integral dari pembangunan sumber daya manusia nasional. Kampus tidak bisa lagi mengabaikan kenyataan bahwa keuangan digital telah menjadi bagian dari keseharian mahasiswa. Pendidikan tinggi perlu menyesuaikan diri dengan tantangan zaman, memperbarui kurikulum, dan mengadopsi pendekatan pembelajaran yang tidak hanya teoritis, tetapi juga aplikatif, reflektif, dan berorientasi pada pembentukan kebiasaan finansial yang sehat. Hanya dengan

pendekatan yang menyeluruh, lintas sektor, dan berbasis bukti, kita dapat menyiapkan generasi muda yang tidak hanya cerdas secara akademis, tetapi juga tangguh secara finansial di tengah arus deras transformasi digital global.

## 2. Pembahasan

Berdasarkan hasil yang didapat dari kajian pustaka, dapat disimpulkan bahwa pemakaian metode pembayaran tanpa uang tunai dan aplikasi belanja daring berpengaruh besar terhadap tingkah laku pengelolaan keuangan oleh mahasiswa. Pengaruh ini bersifat ganda, di satu sisi membawa manfaat dalam bentuk efisiensi transaksi dan aksesibilitas layanan keuangan, namun di sisi lain juga membuka ruang terhadap perilaku konsumtif dan risiko finansial jika tidak disertai dengan literasi keuangan yang memadai.

Dari sudut pandang teori perilaku konsumen yang dijelaskan oleh Assauri (2015), penggunaan teknologi keuangan seperti dompet digital dan aplikasi belanja *online* merupakan respons terhadap rangsangan eksternal seperti inovasi teknologi, kemudahan akses, serta lingkungan sosial yang mendukung gaya hidup serba digital. Namun, respons tersebut sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi, persepsi, dan pengetahuan individu. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi *digital native* lebih cenderung menerima dan menggunakan teknologi baru dengan cepat, tetapi belum tentu memahami secara mendalam risiko dan pengaruh jangka panjang dari penggunaan teknologi tersebut terhadap keuangan pribadi mereka.

Pembayaran non tunai memang telah terbukti memudahkan mahasiswa dalam berbagai transaksi harian, baik untuk kebutuhan akademik maupun gaya hidup. Fitur seperti *cashless transaction*, pencatatan otomatis, dan sistem *cashback* dianggap sangat membantu efisiensi pengeluaran. Akan tetapi, kemudahan ini juga memicu konsumsi impulsif karena hilangnya keterikatan emosional terhadap uang fisik yang biasanya berfungsi sebagai pengontrol alami pengeluaran. Temuan ini menguatkan teori *pain of paying*, yaitu konsep psikologis di mana penggunaan uang tunai menciptakan rasa "kehilangan" yang lebih nyata dibanding

transaksi digital, sehingga mendorong kontrol konsumsi yang lebih baik.

Temuan mengenai aplikasi belanja *online* menegaskan bahwa tren konsumsi mahasiswa telah berubah dari sekadar pemenuhan kebutuhan menjadi pemenuhan keinginan dan bahkan gaya hidup. Dengan maraknya fitur promosi seperti diskon besar, flash sale, dan *paylater*, mahasiswa terdorong untuk melakukan pembelian bukan berdasarkan urgensi, melainkan pada persepsi harga murah atau tren sosial. Hal ini sejalan dengan teori konsumsi simbolik, yang menjelaskan bahwa konsumen tidak hanya membeli produk untuk fungsinya, tetapi juga untuk nilai simbolik yang melekat, misalnya citra, identitas, dan pengakuan sosial.

Lebih jauh lagi, temuan bahwa mahasiswa rentan terhadap penggunaan fitur *paylater* dan layanan pinjaman *online* mengindikasikan rendahnya literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa. Menurut Sugiyono (2007), pengambilan keputusan yang tidak berbasis pada pemahaman finansial dapat mengarah pada keputusan yang merugikan secara ekonomi. Ketidaktahuan terhadap bunga tersembunyi, denda keterlambatan, serta ketidakmampuan dalam mengelola utang jangka pendek menjadi persoalan nyata yang dialami banyak mahasiswa. Mereka cenderung hanya mempertimbangkan aspek kenyamanan jangka pendek, tanpa memperhitungkan konsekuensi jangka panjang.

Selain itu, terungkap bahwa mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik biasanya dapat menggunakan teknologi keuangan dengan cara yang menguntungkan. Mereka memiliki kebiasaan menyusun anggaran, mencatat pengeluaran, serta menetapkan batas transaksi harian. Dalam konteks ini, literasi keuangan berperan sebagai faktor moderasi yang memperkuat pengaruh positif teknologi dan melemahkan dampak negatifnya. Hal ini membuktikan pentingnya pendidikan literasi keuangan sebagai alat untuk menyeimbangkan antara kemampuan menggunakan teknologi dan kemampuan mengelola keuangan secara sehat.

Dalam konteks perilaku keuangan mahasiswa, pendekatan psikologi sosial seperti Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana intensi penggunaan teknologi

keuangan dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap mahasiswa terhadap pembayaran non tunai dan aplikasi belanja daring sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka mengenai manfaat praktis, kenyamanan, serta nilai tambah ekonomi (diskon, *cashback*, dan poin loyalitas). Sementara itu, norma subjektif terbentuk dari tekanan sosial lingkungan, baik dari teman sebaya, media sosial, maupun keluarga digital, yang membentuk ekspektasi bahwa penggunaan *e-wallet* adalah simbol *modernitas* dan kecanggihan. Elemen ketiga, yaitu kontrol perilaku yang dirasakan, mengacu pada seberapa besar mahasiswa merasa mampu mengelola penggunaan teknologi ini secara bijak.

Namun, problem utama yang muncul adalah ketidakseimbangan antara intensi dan kontrol perilaku aktual. Meskipun sebagian mahasiswa memiliki niat positif dalam mengelola keuangannya, keterbatasan literasi, ketidakterampilan dalam perencanaan, serta minimnya pemahaman tentang risiko digital sering kali menghalangi tindakan nyata yang rasional. Dalam hal ini, TPB memperlihatkan kelemahannya jika tidak dipadukan dengan teori kontrol diri (*self-regulation theory*) yang menekankan pentingnya pembentukan kebiasaan dan disiplin personal dalam menghadapi godaan jangka pendek.

Teori *self-regulation* (Baumeister & Vohs, 2007) menjelaskan bahwa individu yang mampu menunda kepuasan sesaat (*delay of gratification*) cenderung memiliki kondisi finansial yang lebih stabil. Sayangnya, pada era digital di mana semua tersedia dalam satu sentuhan, kemampuan mahasiswa untuk menahan impuls sangat teruji. Fenomena ini makin parah pasca pandemi, ketika belanja daring menjadi alternatif utama akibat pembatasan mobilitas. Selama pandemi COVID-19, data dari McKinsey & Company (2021) menunjukkan peningkatan 400% pada transaksi *e-wallet* di Asia Tenggara, dan Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan tercepat.

Pasca pandemi, pola tersebut tidak serta-merta berkurang. Sebaliknya, belanja daring dan pembayaran non tunai telah menjadi norma baru (*new normal*) dalam kehidupan finansial mahasiswa. Penyesuaian cepat terhadap *platform* digital tidak hanya

terjadi karena kebutuhan, tetapi juga karena kebiasaan yang terbentuk selama periode krisis. Di sinilah konsep *nudging theory* (Thaler & Sunstein, 2008) menjadi penting. Teori ini menunjukkan bahwa pilihan konsumen dapat diarahkan secara halus (*nudged*) oleh desain aplikasi, urutan menu, tampilan visual, dan sistem reward agar mengambil keputusan tertentu, misalnya, menekan tombol “beli sekarang” atau “gunakan *paylater*.”

Platform seperti Shopee dan Tokopedia secara aktif menerapkan strategi *nudging* melalui *push notification* berbasis algoritma yang secara tidak langsung mempengaruhi urgensi keputusan mahasiswa. Misalnya, notifikasi yang menampilkan “tinggal 3 jam lagi sebelum diskon habis” atau “stok hampir habis” tidak hanya merangsang emosi, tetapi juga menciptakan ilusi kelangkaan (*scarcity illusion*), yang mempercepat pengambilan keputusan impulsif. Dalam ekonomi perilaku digital (*digital behavioral economics*), keputusan keuangan mahasiswa tidak hanya rasional tetapi juga emosional dan heuristik.

Kemunculan era Society 5.0 yang menggabungkan teknologi informasi dan kecerdasan buatan dalam kehidupan sosial menambah kompleksitas ini. Masyarakat kini dihadapkan pada integrasi antara manusia dan mesin, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan. Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi digital, hidup dalam ekosistem informasi yang sangat padat. Informasi finansial datang bukan dari satu sumber terverifikasi, melainkan dari influencer media sosial, iklan personalisasi, hingga komunitas *online* yang tidak selalu kredibel. Akibatnya, kemampuan untuk menyaring informasi dan mengambil keputusan berbasis literasi finansial menjadi tantangan besar.

Sebagai tambahan, kritik terhadap digitalisasi pembayaran juga muncul dari perspektif keadilan sosial dan akses. Tidak semua mahasiswa memiliki latar belakang ekonomi yang memungkinkan mereka mengakses *e-wallet* secara optimal. Mahasiswa dari keluarga berpendapatan rendah atau yang tinggal di wilayah dengan infrastruktur digital terbatas menghadapi risiko ketertinggalan finansial digital. Literasi keuangan tidak dapat dikembangkan secara seragam jika tidak diikuti dengan pemerataan akses dan edukasi yang kontekstual. Oleh karena itu, konsep

inklusi keuangan digital (*digital financial inclusion*) menjadi penting untuk memastikan bahwa transformasi teknologi tidak hanya menguntungkan mereka yang sudah siap, tetapi juga memperkuat daya tahan ekonomi kelompok rentan

Pembahasan ini juga mencerminkan teori manajemen keuangan pribadi yang dikemukakan oleh Sujarweni (2015), yaitu bahwa pengelolaan keuangan individu tidak hanya sebatas pada aspek teknis pencatatan, tetapi juga pada aspek perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan berbasis nilai dan tujuan keuangan. Dalam konteks mahasiswa, manajemen keuangan pribadi menjadi tantangan karena mereka masih berada pada fase peralihan menuju kemandirian ekonomi. Mahasiswa belum memiliki pendapatan tetap, namun sudah memiliki akses terhadap berbagai fasilitas finansial, termasuk kredit konsumtif. Kondisi ini diperparah oleh pengaruh sosial dan media digital, yang menciptakan tekanan gaya hidup untuk tampil sesuai dengan standar komunitas daring. Mahasiswa cenderung mengikuti tren belanja *online* yang dipopulerkan di media sosial tanpa mempertimbangkan kapasitas finansial. Dalam literatur perilaku konsumen, hal ini dikenal sebagai *social comparison-driven consumption*, di mana konsumsi bukan didasarkan pada kebutuhan pribadi, tetapi sebagai upaya untuk memperoleh pengakuan sosial.

Lebih dalam, penggunaan aplikasi finansial dan belanja *online* juga berimplikasi pada pembentukan identitas konsumen digital mahasiswa. Seiring waktu, kebiasaan penggunaan dompet digital, keterlibatan dalam kampanye *flash sale*, dan keikutsertaan dalam komunitas konsumen daring menjadi bagian dari pola hidup yang menentukan cara mereka memandang nilai uang. Mahasiswa yang terbiasa dengan konsumsi instan dan promosi agresif dari *e-commerce* mengalami pengaburan nilai antara kebutuhan riil dan kepuasan emosional sesaat. Ini sejalan dengan teori pembiasaan perilaku (*behavioral habituation*), yang menunjukkan bahwa frekuensi paparan terhadap stimulus konsumsi dapat membentuk rutinitas tanpa sadar dalam pengambilan keputusan keuangan.

Aspek emosional juga sangat menentukan perilaku finansial mahasiswa. Banyak di antara mereka yang melakukan

pembelian sebagai bentuk pelampiasan terhadap stres, tekanan akademik, atau sekadar kebosanan. Dalam psikologi keuangan, fenomena ini disebut sebagai *emotional spending*, yakni pembelanjaan yang didorong oleh kondisi emosional, bukan perencanaan rasional. Hal ini menjadi lebih riskan dalam konteks belanja *online* karena seluruh prosesnya sangat cepat dan minim hambatan psikologis, cukup dengan satu klik untuk membeli. Tanpa literasi emosional yang memadai, mahasiswa dapat dengan mudah mengalami *retail therapy* yang tidak sehat dan berujung pada stres keuangan.

Permasalahan lain yang muncul adalah lemahnya integrasi antara sistem edukasi formal dan kenyataan finansial digital yang dihadapi mahasiswa. Banyak kampus masih mengajarkan manajemen keuangan dalam pendekatan teoritis, tanpa menyertakan konteks digitalisasi ekonomi yang sudah sangat relevan dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Padahal, pembelajaran manajemen keuangan seharusnya juga mencakup pemahaman risiko penggunaan *paylater*, kebijakan privasi keuangan dalam aplikasi, serta mekanisme perlindungan konsumen digital. Ketidaksesuaian ini mengakibatkan kesenjangan antara teori yang dipelajari dan tantangan nyata yang dihadapi mahasiswa.

Implikasi lebih luas dari fenomena ini adalah pentingnya intervensi kebijakan yang mendukung literasi keuangan digital secara nasional. Pemerintah dan otoritas keuangan seperti OJK dan BI perlu lebih aktif dalam menyusun program literasi yang menjangkau mahasiswa secara langsung, baik melalui kampus maupun kanal digital. Edukasi harus bersifat aplikatif, kontekstual, dan berorientasi pada pengambilan keputusan finansial yang sehat. Selain itu, perlu ada regulasi tegas terhadap layanan kredit digital dan *e-commerce* yang menargetkan mahasiswa, termasuk transparansi biaya, batas promosi, dan pengawasan terhadap algoritma pemasaran yang manipulatif.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa pembayaran non tunai dan aplikasi belanja *online* bukanlah faktor netral, melainkan memiliki dampak konkret terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Apakah dampaknya positif atau negatif, sangat ditentukan oleh tingkat literasi keuangan,

kontrol diri, serta dukungan lingkungan pendidikan yang mendorong pengambilan keputusan finansial yang bijak dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan digital harus menjadi prioritas dalam kebijakan pendidikan tinggi dan strategi pembangunan sumber daya manusia berbasis teknologi.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi literatur yang mencakup jurnal ilmiah dan hasil riset empiris terkini, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi finansial, khususnya dalam bentuk pembayaran non tunai dan aplikasi belanja *online*, memberikan pengaruh yang nyata, signifikan, dan berlapis terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Teknologi ini tidak hanya menjadi sarana transaksi, tetapi juga membentuk ulang paradigma berpikir dan cara mahasiswa berinteraksi dengan uang. Transformasi ini menciptakan era baru dalam pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa yang ditandai oleh kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan fleksibilitas sistem. Namun demikian, kompleksitas dan daya tarik sistem ini juga menyimpan sejumlah risiko tersembunyi yang dapat berdampak negatif apabila tidak dibarengi dengan literasi keuangan yang memadai, kontrol diri yang kuat, dan pemahaman psikososial yang matang.

Dompot digital dan sistem pembayaran berbasis kode QR seperti QRIS telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari gaya hidup mahasiswa *modern*. Aplikasi seperti GoPay, OVO, DANA, dan *ShopeePay* digunakan secara luas, tidak hanya untuk kebutuhan akademik seperti pembelian buku atau transportasi ke kampus, tetapi juga untuk konsumsi harian seperti makanan cepat saji, minuman kekinian, langganan hiburan digital, hingga donasi daring. Dalam konteks positif, sistem ini berpotensi memperkuat kemandirian finansial dan keterampilan manajemen uang mahasiswa karena memudahkan pencatatan transaksi dan mendorong keterlibatan dalam proses keuangan pribadi. Namun, di sisi lain, transaksi digital yang instan dan “tidak kasat mata” ini mengaburkan persepsi nilai uang. Uang menjadi sekadar angka yang berubah di layar ponsel, bukan lagi sesuatu yang konkret. Hilangnya sensasi fisik saat membelanjakan

uang mengurangi resistensi psikologis terhadap konsumsi dan membuka ruang bagi perilaku impulsif yang sering kali tidak disadari.

Kondisi ini diperburuk oleh strategi sistemik yang diterapkan oleh platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, dan Lazada yang secara aktif memanipulasi keputusan konsumen melalui teknik pemasaran digital agresif. Berbagai fitur seperti diskon harian, *flash sale*, bebas ongkir, *cashback*, gamifikasi poin, hingga layanan *paylater* tanpa syarat kartu kredit menciptakan ekosistem konsumsi yang menekankan pada urgensi dan kepuasan instan. Mahasiswa dengan kontrol diri yang lemah sangat mudah terdorong untuk membeli produk yang tidak direncanakan hanya karena “takut ketinggalan promo” atau merasa mendapat keuntungan yang bersifat ilusif. Dalam banyak kasus, keputusan pembelian tidak lagi dilandasi oleh kebutuhan riil, melainkan oleh dorongan emosional yang bersumber dari tekanan sosial, perasaan *reward*, atau bahkan sekadar pengalihan stres.

Fenomena ini tidak dapat dilepaskan dari dinamika psikologi keuangan yang terjadi pada mahasiswa. Pada fase perkembangan usia ini, mahasiswa berada dalam tahap pembentukan identitas dan eksplorasi nilai diri, termasuk dalam aspek konsumsi dan pengelolaan uang. Keputusan finansial sering kali tidak rasional, melainkan emosional, dan sangat dipengaruhi oleh stimulus eksternal seperti notifikasi promo, unggahan gaya hidup di media sosial, serta dorongan untuk tampil sesuai standar komunitas digitalnya. Ketika pengelolaan keuangan dilakukan dalam atmosfer digital yang penuh stimulasi ini, maka mahasiswa akan lebih sering bertindak reaktif daripada reflektif. Inilah yang kemudian melahirkan fenomena *financial anxiety*, yaitu kondisi kecemasan dan stres akibat ketidakseimbangan antara pengeluaran dan pemasukan, terutama ketika mahasiswa mulai terlibat dalam utang konsumsi melalui cicilan kecil yang menumpuk atau *paylater* yang tak terbayarkan.

Di sinilah pentingnya literasi keuangan sebagai elemen fundamental yang menjadi penentu apakah teknologi keuangan akan berfungsi sebagai alat pemberdayaan atau justru sebagai instrumen yang memperburuk kerentanan ekonomi mahasiswa. Literasi

keuangan tidak hanya berarti kemampuan menghitung uang atau memahami bunga pinjaman, tetapi juga mencakup pemahaman menyeluruh mengenai risiko keuangan, pengendalian diri dalam belanja, kemampuan membuat anggaran, serta kesadaran akan implikasi hukum dari layanan keuangan digital yang digunakan. Mahasiswa dengan literasi tinggi akan cenderung memiliki pemahaman tentang konsekuensi penggunaan layanan *paylater*, menyusun rencana keuangan pribadi, dan menggunakan fitur dompet digital secara strategis untuk mengoptimalkan keuangan mereka. Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi rendah cenderung bersikap permisif terhadap konsumsi, mudah tergoda oleh iklan dan tren sosial, serta tidak menyadari bahwa keterlambatan pembayaran digital dapat masuk dalam Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK OJK), yang akan berdampak pada skor kredit mereka di masa depan.

Ironisnya, pendidikan tinggi yang seharusnya menjadi ruang pembentukan literasi justru belum optimal dalam menyikapi realitas ini. Kurikulum reguler di banyak perguruan tinggi masih memposisikan literasi keuangan sebagai isu sekunder atau disampaikan dalam bentuk teori ekonomi yang tidak membumi. Sangat sedikit institusi yang memberikan pelatihan langsung kepada mahasiswa mengenai cara mengelola uang melalui *e-wallet*, menyusun rencana anggaran digital, atau memahami kontrak digital dalam layanan keuangan. Padahal, pendekatan berbasis praktik seperti simulasi transaksi, studi kasus utang digital, dan pelatihan budgeting berbasis aplikasi adalah metode yang jauh lebih relevan dalam meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi realitas keuangan di era digital.

Dalam konteks sosial, eksistensi di dunia maya semakin menjadi penentu validasi sosial mahasiswa. Media sosial kini menjadi ruang utama untuk membangun citra diri, dan konsumsi kerap dijadikan alat untuk menunjukkan status. Unggahan tentang pembelian barang baru, pengalaman makan di tempat hits, atau koleksi produk *branded* berkontribusi menciptakan tekanan sosial yang tidak sedikit. Mahasiswa merasa terdorong untuk tampil “mampu” dan “*up to date*”, meskipun itu berarti harus mengorbankan stabilitas keuangan pribadi. Konsep ini dikenal sebagai konsumsi berbasis

perbandingan sosial (*social comparison-driven consumption*), yang dipicu oleh algoritma media sosial dan *e-commerce* yang terus menyajikan konten personalisasi sesuai preferensi pengguna. Mahasiswa pada akhirnya terperangkap dalam ekosistem yang mendorong konsumsi terus-menerus atas dasar citra, bukan kebutuhan.

Selain tekanan sosial dan kelemahan kontrol diri, dimensi legal dan etika penggunaan teknologi finansial juga harus diperhatikan. Mahasiswa umumnya belum memahami bahwa setiap transaksi digital, termasuk penggunaan *paylater*, memiliki dimensi hukum. Ketidaktahuan ini berbahaya karena dapat membawa dampak jangka panjang terhadap reputasi keuangan mereka. Oleh karena itu, literasi keuangan harus dibarengi dengan literasi hukum dan digital yang memadai agar mahasiswa dapat memahami bahwa penggunaan teknologi keuangan bukan sekadar keputusan sehari-hari, tetapi juga bagian dari kontrak hukum yang memiliki konsekuensi jangka panjang.

Menghadapi tantangan ini, institusi pendidikan tinggi memiliki tanggung jawab strategis untuk membangun generasi yang tidak hanya cakap secara digital, tetapi juga bijak secara finansial dan etis dalam berteknologi. Pendidikan keuangan pribadi, pengambilan keputusan ekonomi, dan pengendalian diri harus diintegrasikan dalam kurikulum sebagai bagian dari pembentukan karakter mahasiswa. Tidak cukup hanya memberikan teori ekonomi dasar, kampus harus membekali mahasiswa dengan keterampilan hidup yang adaptif, kontekstual, dan aplikatif. Pelatihan keuangan berbasis simulasi digital, lokakarya pengelolaan *e-wallet*, serta modul pemahaman risiko utang digital harus menjadi bagian dari sistem pendidikan tinggi masa kini.

Lebih lanjut, kolaborasi antara regulator seperti OJK dan BI, industri *fintech*, dan institusi pendidikan menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem keuangan digital yang aman, inklusif, dan berkelanjutan. Perlu dibentuk program-program nasional yang menyasar mahasiswa sebagai target utama edukasi finansial digital, termasuk melalui kampanye literasi keuangan di media sosial, pelatihan berbasis platform, hingga pemberian insentif bagi *fintech* yang menerapkan prinsip *ethical design*. Industri keuangan digital juga

harus mulai berpikir ulang tentang model bisnis yang tidak hanya mengejar volume transaksi, tetapi juga mengedepankan tanggung jawab sosial dalam melindungi pengguna muda dari risiko eksploitasi ekonomi digital.

Dengan pendekatan multidisipliner dan kolaboratif, mahasiswa dapat diposisikan bukan hanya sebagai pengguna teknologi finansial, tetapi juga sebagai subjek aktif yang cerdas, selektif, dan bertanggung jawab dalam membangun masa depan ekonomi pribadi dan nasional. Mereka bukan hanya bagian dari pasar konsumsi, tetapi juga potensi pelaku ekonomi masa depan yang mampu membuat keputusan keuangan yang cerdas dan beretika dalam menghadapi dunia yang semakin terdigitalisasi.

Berdasarkan uraian dan temuan dalam penelitian ini, penulis menyampaikan sejumlah saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang memiliki peran strategis dalam peningkatan literasi keuangan mahasiswa dan penguatan perilaku finansial yang sehat di era digital. Saran ini diharapkan dapat menjadi landasan praktis dalam menyikapi dinamika perubahan perilaku konsumsi dan manajemen keuangan generasi muda di tengah pesatnya perkembangan teknologi finansial.

#### 1. Bagi Mahasiswa

Sebagai kelompok yang berada di garis depan transformasi digital, mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran diri dan kompetensi dalam pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa diharapkan tidak hanya menjadi pengguna aktif layanan finansial digital seperti *e-wallet*, QRIS, dan fitur belanja *online*, tetapi juga menjadi pengguna yang bertanggung jawab dan cermat dalam mengambil keputusan finansial. Disarankan agar mahasiswa rutin membuat dan memantau anggaran bulanan, mencatat seluruh pengeluaran harian, menetapkan limit transaksi pada dompet digital, serta menghindari fitur kredit digital seperti *paylater* dan cicilan instan yang dapat menimbulkan utang konsumtif. Mahasiswa juga perlu mengembangkan disiplin dalam membedakan kebutuhan dan keinginan, serta menumbuhkan sikap konsumsi yang berbasis nilai, rasionalitas, dan tujuan jangka panjang, bukan karena tekanan

media sosial atau tren komunitas daring.

#### 2. Bagi Perguruan Tinggi dan Institusi Pendidikan

Institusi pendidikan tinggi memiliki tanggung jawab moral dan akademik dalam membentuk karakter mahasiswa, termasuk dalam hal manajemen keuangan. Oleh karena itu, pihak kampus perlu merancang program edukasi keuangan yang terintegrasi ke dalam kurikulum maupun kegiatan ekstrakurikuler. Program ini dapat berupa mata kuliah literasi keuangan digital, workshop pengelolaan uang saku, simulasi keuangan pribadi berbasis kasus nyata, atau penyediaan layanan konseling keuangan secara berkala. Literasi keuangan yang kontekstual dan aplikatif akan sangat bermanfaat dalam mempersiapkan mahasiswa menjadi individu yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga tangguh secara finansial dalam menghadapi tekanan gaya hidup konsumtif di era digital.

#### 3. Bagi Pemerintah dan Lembaga Keuangan Pemerintah, khususnya melalui Bank Indonesia dan OJK, perlu lebih intensif menjangkau kelompok mahasiswa dalam program literasi keuangan nasional. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi produktif dan *digital native* harus menjadi sasaran utama dalam kampanye edukasi keuangan digital. Langkah yang dapat diambil antara lain adalah memperluas distribusi materi literasi melalui media sosial, menyediakan modul e-learning keuangan gratis untuk mahasiswa, hingga membentuk agen edukasi keuangan kampus berbasis komunitas. Selain itu, diperlukan regulasi yang lebih ketat terhadap penyedia layanan *fintech*, khususnya layanan pinjaman daring dan *paylater*, untuk mencegah eksploitasi terhadap kelompok muda yang masih rendah dalam literasi risiko finansial. Kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, lembaga keuangan, dan institusi pendidikan tinggi akan menciptakan ekosistem keuangan digital yang inklusif, sehat, dan berkelanjutan.

#### 4. Bagi Pengembang Aplikasi Keuangan dan E-commerce

Pelaku industri digital seperti pengembang aplikasi *e-wallet* dan *e-commerce*

juga memiliki peran etis dalam mendorong perilaku finansial yang sehat. Disarankan agar platform-platform ini menyematkan fitur edukatif dalam aplikasinya, seperti pengingat anggaran, batas pembelian harian, pelatihan mini literasi keuangan, dan peringatan risiko penggunaan *paylater*. Penambahan fitur “pengingat konsumsi impulsif” atau “notifikasi peringatan transaksi berulang” juga dapat membantu pengguna dalam membentuk kebiasaan belanja yang lebih rasional. Prinsip desain aplikasi keuangan seharusnya tidak hanya mengejar keuntungan bisnis, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan finansial pengguna, terutama mahasiswa.

#### 5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan pendekatan studi literatur tanpa pengumpulan data primer dari lapangan. Dengan demikian, para peneliti berikutnya dianjurkan untuk melaksanakan penelitian praktis menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, seperti pengumpulan data melalui survei terhadap mahasiswa, melakukan wawancara mendalam, atau melakukan observasi partisipatif. Penelitian lanjutan ini akan memberikan gambaran yang lebih faktual mengenai bagaimana mahasiswa benar-benar menggunakan *e-wallet*, aplikasi belanja *online*, dan bagaimana pola pengelolaan keuangannya dalam kehidupan nyata. Penelitian juga dapat dikembangkan ke arah komparatif antar kampus, wilayah, atau program studi untuk mengidentifikasi variabel-variabel kontekstual yang memengaruhi perilaku finansial mahasiswa secara lebih luas.

### E. Referensi

- Assauri, S. (2015). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (2002). *Financial literacy, education, and services*. Westport, CT: Greenwood Publishing Group.
- Gitman, L. J., & Joehnk, M. D. (2013). *Personal financial planning* (13th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Kapoor, J. R., Dlabay, L. R., & Hughes, R. J. (2017). *Personal finance* (12th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). *Financial literacy: Implications for retirement security and the financial marketplace*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Mandell, L. (2008). Financial literacy of high school students. In X. B. Chang (Ed.), *Handbook of consumer finance research* (pp. 163–183). New York, NY: Springer.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. New York, NY: Guilford Press.
- Schindler, J. (2017). *Fintech and financial services: Initial considerations*. Basel: Bank for International Settlements.
- Sugiyono. (2006). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparmoko. (1995). *Metode penelitian praktis*. Yogyakarta: BPFE Gadjah Mada.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Amalia, L., & Yuneline, M. H. (2023). Analysis of the use of financial technology and financial literacy on financial behavior of students in Bandung City. *Proficient: Journal of Financial Research*, 3(2), 98–110. <http://journal.perbanas.id/index.php/Proficient/article/view/682>
- Andhyka, B., & Yustisiana, R. (2024). The

- improvement of financial literacy and digital payment behavior in Generation Z: A literature review. *International Journal of Business Technology Management*, 2(1), 12–29.  
<https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbtm/article/view/27299>
- Anggaretta, D. S. (2025). The influence of social media and *e-wallet* use on consumptive behavior through lifestyle. *Journal of Economic Education and Communication (JEEC)*, 8(1), 49–60.  
<https://journal.unnes.ac.id/journals/jeec/article/view/25724>
- Ariani, F., & Susanti, R. (2024). Pengaruh cashless society dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Gen Z di Kota Padang. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 31–45.  
<https://journal.liaisambas.ac.id/index.php/Shar-e/article/view/3116>
- Ariwangsa, I., & Jayanatha, G. B. S. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Denpasar. *Jurnal Wawasan Manajemen*.  
<https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/download/254/227>
- Barus, I. S. L., Lasniroha, T., & Bayunitri, B. I. (2024). Navigating the digital financial landscape: The role of financial literacy and digital payment behavior. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, 11(7), 120–134.  
<https://www.aasmr.org/liss/Vol.11/No.7/Vol.11.No.7.16.pdf>
- Basmantra, I. N., Paraneegara, A. A. N. Y. V., & Ridwan, M. (2023). The role of *e-wallet* use and financial literacy on consumptive behavior in Indonesia. In *Proceedings of the International Conference on Business* (pp. 357–367). Springer.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-031-55911-2\\_33](https://doi.org/10.1007/978-3-031-55911-2_33)
- Cahyani, D., Suherman, A., & Noor, I. (2024). Pengaruh penggunaan cashless dan *online* shopping terhadap perilaku konsumtif Gen Z. *Economic Review Journal*, 6(1), 51–62.  
<https://www.mes-bogor.com/journal/index.php/mrj/article/view/410>
- Chaidir, T., & Karthika, N. S. (2024). The influence of *e-wallet* use on consumptive behavior of Mataram city communities moderated by self-control. *Eastasouth Journal of Management and Business*, 4(1), 45–59.  
<https://esj.eastasouth-institute.com/index.php/esmb/article/view/335>
- Faiqoh, A. Z. (2025). Persepsi keamanan transaksi *e-wallet ShopeePay* dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif pada pembelian konsumen mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Konsumen*, 7(1), 112–124.  
<https://repository.radenintan.ac.id/37370/>
- Fasa, M. I., & Maharani, A. (2025). Efektivitas penggunaan *e-wallet* atau e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam proses menentukan keputusan pembelian. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 5(1), 22–35.  
<https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/3157>
- Gustantio, E. R., & Setiawan, A. (2024). Pengaruh gaya hidup konsumtif, financial literacy, dan persepsi kemudahan bertransaksi terhadap penggunaan *e-wallet* pada generasi Z. *Innovative: Journal of Social Sciences*, 4(1), 77–88.  
<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11417>
- Haqi, C. A. W., & Trisnainingsih, S. (2025). Minat penggunaan QRIS dan *e-wallet* serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

- Proceeding National Conference of Research and Community Service, 1(1), 70–80.  
<https://conference.sinesia.id/ncrcs-sinesia/article/view/70>
- Helendriani, L., & Hardaningrum, T. W. (2025). The influence of *e-wallet* usage, lifestyle, and financial literacy on the consumptive behavior of economic education students. Classroom Action Research Journal, 4(1), 70–85.  
<https://journal-fe.um.ac.id/index.php/carjo/article/view/582>
- Lubis, R. A., Marliyah, M., & Daulay, A. N. (2025). The influence of perceived convenience, security, cashback and Islamic financial behavior on the decision to use the digital wallet “OVO” on Generation Z. JHSS (Journal of Humanities and Social Studies), 7(1), 92–101.  
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/jhss/article/view/11447>
- Maharani, A., & Fasa, M. I. (2025). Efektivitas penggunaan *e-wallet* atau e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam proses menentukan keputusan pembelian. Jurnal Intelek Insan Cendekia, 5(1), 22–35.  
<https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/3157>
- Nanda, R. M., & Ranandhea, A. (2025). Analysis of the impact of *e-wallet* use on Generation Z. IJEBD: International Journal of Economic Behavior and Digitalization, 6(1), 22–34.  
<https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijebd/article/view/3279>
- Natswa, S. L. (2023). Gen Z’s cashless behavior: How QRIS moderating digital financial literacy and spending behavior affects on *e-wallet* utilization? KnE Social Sciences.  
<https://knepublishing.com/index.php/KnE-Social/article/view/15078>
- Nur, T. (2024). Generation Z’s adoption of *e-wallet*: Understanding factors and implication for consumptive behavior. 2nd International Conference on Software Engineering and Information Technology.  
<https://ieeexplore.ieee.org/document/10497467>
- Nuratika, O., Mukhtar, S., & Wiralaga, H. K. (2022). The effect of using digital wallets and financial literacy on consumptive behavior of students in DKI Jakarta. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Perbankan Syariah, 9(3), 21–32.  
<https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpepa/article/view/31155>
- Pasaribu, R. D., & Putrantona, F. R. (2024). Analysis of the influence of *e-wallet* usage, lifestyle, and financial literacy on the consumptive behaviour of Generation Z workers in DKI Jakarta. IJSTM, 5(1), 70–84.  
<https://ijstm.inarah.co.id/index.php/ijstm/article/view/1098>
- Rahmawati, R., & Goso, G. (2024). Exploring the role of financial literacy in promoting *e-wallet* use among Gen-Z. ICBENS Conference Proceedings.  
<http://journal.conference.umpalopo.ac.id/index.php/icbens/article/view/186>
- Rachmawati, E. W., & Maria, N. S. B. (2022). Pengaruh pembayaran non tunai (*e-wallet*), gaya hidup serta purchase intention terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Undip, 10(2), 89–102.  
<https://repofeb.undip.ac.id/11579/>
- Rosli, M. S., Saleh, N. S., Md. Ali, A., & Abu Bakar, S. (2023). Factors determining the acceptance of *e-wallet* among Gen Z from the lens of the extended technology acceptance model. Sustainability, 15(7), 5752.  
<https://www.mdpi.com/2071-1050/15/7/5752>
- Saputri, I. A. G., Yusuf, A., Hakim, L., &

- Rohayati, S. (2023). Determination of Generation Z's intention in using *e-wallet* for payment transactions. ResearchGate.  
<https://www.researchgate.net/publication/368239332>
- Sari, Y. D. K., & Khadijah, S. N. (2022). Pengaruh *e-wallet* dan gaya hidup terhadap spending behavior pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gresik. Jurnal Penelitian Ekonomi Bisnis, 4(3), 88–100.  
<https://journal.pbnsurabaya.co.id/index.php/jupm/article/view/5>
- Swardani, N. W. R., & Jatiwardani, K. D. (2025). Financial literacy and usage risk as determinants of *fintech* payment interest among Generation Z accounting students. Jurnal Maneksi, 4(1), 100–115.  
<https://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/3010>
- Zeinab, R. (2025). The influence of *fintech e-wallets* and self-control on the consumptive behavior of generation Z in Bangkalan. Journal of Practice Learning and Education, 2(1), 44–59.  
<https://digitalpress.gaes-edu.com/index.php/jpled/article/view/472>