

## Peran Literasi Keuangan dalam Membentuk Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Aktif Pendidikan Ekonomi UNSOED

Ayu Julistyana Putri<sup>1\*</sup>, Regita Cahyani<sup>2</sup>, Dijan Rahajuni<sup>3</sup>, Oki Anggraeni<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>Pendidikan Ekonomi, Universitas Jenderal Soedirman, Jl. Profesor DR. HR Boenyamin No.708, Dukuhbandong, Grendeng, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

E-mail: [julistyana.putri@mhs.unsoed.ac.id](mailto:julistyana.putri@mhs.unsoed.ac.id)

\* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6797>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 09 May 2026

Revised: 24 May 2026

Accepted: 09 June 2026

#### Kata Kunci:

Literasi Keuangan,  
Perilaku Konsumtif,  
Mahasiswa Pendidikan  
Ekonomi, Kesenjangan  
Perilaku, Pengendalian  
Diri.

#### Keywords:

Financial Literacy,  
Consumptive Behavior,  
Economic Education  
Students, Intention Gap,  
Self-Control.



### ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi generasi muda, termasuk mahasiswa. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran literasi keuangan dalam menentukan pola konsumsi mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berlandaskan filsafat postpositivisme dengan wawancara mendalam sebagai instrumen utama. Informan dipilih melalui purposive sampling, yaitu mahasiswa yang telah menempuh Mata Kuliah Manajemen Keuangan dan Akuntansi. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman literasi keuangan diperoleh dari mata kuliah Manajemen Keuangan dan Akuntansi, namun masih terdapat kesenjangan antara pemahaman teori dan perilaku konsumsi. Hubungan literasi keuangan dengan pola konsumsi dipengaruhi oleh pengendalian diri, emosi, serta pengaruh media sosial. Berdasarkan analisis, mahasiswa terbagi menjadi tiga tipe, yaitu Konsisten-Terstruktur, Sadar-Parsial, dan Paham-Belum-Terapkan.

*The development of digital technology has changed the consumption patterns of the younger generation, including students. This study aims to analyze the role of financial literacy in determining the consumption patterns of active students in the Department of Economics Education, Jenderal Soedirman University, Purwokerto. The study used a qualitative descriptive approach based on the philosophy of postpositivism with in-depth interviews as the main instrument. Informants were selected through purposive sampling, namely students who have taken the Financial Management and Accounting course. Data were collected through interviews, observations, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman interactive model which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study indicate that understanding of financial literacy is obtained from the Financial Management and Accounting course, but there is still a gap between theoretical understanding and consumption behavior. The relationship between financial literacy and consumption patterns is influenced by self-control, emotions, and the influence of social media. Based on the analysis, students are divided into three types: Consistent-Structured, Partially Aware, and Understand-Not-Applied.*



*This is an open access article under the CC-BY-SA license.*

**How to Cite:** Ayu Julistyana Putri, et al (2026). Peran Literasi Keuangan dalam Membentuk Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Aktif Pendidikan Ekonomi UNSOED, 4(4) 26824-26833. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6797>

### PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan pada pola konsumsi masyarakat umum, terutama di kalangan generasi muda. Kemudahan

akses terhadap platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, yang didukung oleh berbagai metode pembayaran digital seperti pay later, dompet digital, dan kartu kredit virtual, telah mendorong perilaku belanja yang semakin impulsif dan tidak terencana. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 mencatat bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia telah mencapai 66,46%, meningkat signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Meskipun angka ini menunjukkan kemajuan, artinya masih terdapat sekitar sepertiga penduduk Indonesia yang belum memiliki pemahaman keuangan yang memadai. Kondisi ini menjadi perhatian serius, terutama di kalangan mahasiswa yang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial namun masih sangat rentan terhadap distraksi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena yang kian mengkhawatirkan di lingkungan akademik. Menurut Ramadhani (2019, sebagaimana dikutip dalam Oktaviani et al., 2023), perilaku konsumtif didefinisikan sebagai tindakan impulsif dan tidak rasional yang berujung pada pemborosan dan inefisiensi dalam pengelolaan keuangan. Senada dengan hal tersebut, Azsahrah et al. (2023, sebagaimana dikutip dalam Oktaviani et al., 2023) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli barang dan jasa melebihi batas kemampuan finansialnya. Dalam perspektif teori perilaku konsumen, Kotler dan Keller (sebagaimana dikutip dalam Tribuana, 2020) menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan barang atau jasa guna memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Pemahaman terhadap teori ini menjadi penting karena perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat berimplikasi negatif terhadap kondisi finansial jangka panjang seseorang.

Salah satu faktor yang diyakini dapat mempengaruhi dan mengendalikan perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan finansial. Literasi keuangan yang memadai secara mendasar dapat membantu individu dalam membuat keputusan keuangan yang lebih bijaksana, termasuk dalam hal pengeluaran, tabungan, dan investasi (Abidin et al., 2025). Manfaat literasi keuangan lebih jauh dijelaskan oleh Tribuana (2020) bahwa dengan meningkatnya tingkat literasi keuangan, konsumen akan memiliki kemampuan untuk menentukan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup dan kondisi keuangan ke arah yang lebih baik (financial well-being). Selain itu, Citra dan Komara (2025) menambahkan bahwa seseorang dikatakan bijak secara finansial apabila mampu mempertimbangkan dengan matang, merencanakan anggaran, menabung, mengambil risiko yang terukur, serta menyeimbangkan antara kebutuhan dan dana yang tersedia.

Sejumlah penelitian terdahulu telah berupaya mengkaji hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, namun menghasilkan temuan yang tidak konsisten. Sari dkk. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan perilaku konsumtif mahasiswa, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, semakin bijak pula keputusan konsumsi yang diambil. Di sisi lain, Rahmawati (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan seharusnya berfungsi sebagai pengendali yang mencegah individu terjebak dalam perilaku boros dan konsumtif. Ketidakkonsistenan temuan ini (research gap) mengindikasikan perlunya pengujian lebih lanjut dalam konteks lingkungan akademik yang berbeda, khususnya pada kelompok mahasiswa dengan latar belakang pendidikan ekonomi yang memiliki exposure lebih besar terhadap pengetahuan keuangan.

Penelitian ini secara khusus berfokus pada mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) Purwokerto. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya yang umumnya menyoroti mahasiswa jurusan bisnis murni atau pengguna aplikasi keuangan tertentu, mahasiswa Pendidikan Ekonomi memiliki karakteristik yang unik dan relevan. Mereka tidak hanya dibekali dengan teori-teori ekonomi, tetapi juga disiapkan untuk menginternalisasi dan mengajarkan nilai-nilai pengelolaan keuangan yang baik kepada generasi berikutnya. Sebagai calon pendidik, mereka seharusnya memiliki keterampilan literasi keuangan yang lebih tinggi dan lebih mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, analisis terhadap perilaku konsumtif kelompok ini menjadi sangat relevan dan menarik untuk dikaji, khususnya untuk menguji apakah pemahaman teoritis yang mereka miliki benar-benar tercermin dalam perilaku konsumsi aktual mereka. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi keuangan dalam membentuk

perilaku konsumtif pada mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto (UNSOED).

## **METODE**

### ***Design Penelitian***

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2012). Penelitian dilaksanakan di Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

### ***Subjek dan Sumber Data Penelitian***

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi UNSOED Purwokerto. Pemilihan subjek didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi secara akademis telah mendapatkan paparan lebih besar terhadap pengetahuan keuangan dibandingkan mahasiswa jurusan lain, sehingga menjadi kelompok yang relevan dan menarik untuk dikaji secara mendalam terkait pemahaman serta perilaku konsumtif mereka dalam kehidupan nyata. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Informan dipilih berdasarkan kriteria: (1) merupakan mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi UNSOED Purwokerto; (2) telah menempuh mata kuliah yang berkaitan dengan literasi keuangan; serta (3) bersedia menjadi informan dan memberikan informasi secara terbuka dan mendalam. Dalam penelitian kualitatif, jumlah informan tidak ditentukan secara statistik, melainkan berdasarkan kejenuhan data (*data saturation*). Pengumpulan data dihentikan apabila tidak ada lagi informasi baru yang muncul dari informan (Sugiyono, 2012).

### ***Fokus Penelitian dan Definisi Konseptual***

Penelitian ini berfokus pada dua aspek utama. Pertama, literasi keuangan yang didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami, menilai, dan menerapkan pengetahuan keuangan secara efektif dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mencakup pemahaman tentang dasar-dasar keuangan, pemahaman tentang tabungan dan pinjaman, serta kesadaran akan investasi. Kedua, Perilaku Konsumtif yang didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan mereka sendiri, yang ditentukan oleh pembelian impulsif, pilihan gaya hidup mewah, pengaruh tren dan iklan, serta ketidakmampuan menabung. Dalam penelitian kualitatif, fokusnya bukanlah pada analisis variabel secara statistik, melainkan pada analisis dan interpretasi data dalam konteks literasi konsumen mahasiswa.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup tiga metode. Menurut Sugiyono (2012), teknik pengumpulan data utama dalam penelitian kualitatif meliputi wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Ketiga metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pertama, wawancara mendalam. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menilai pengetahuan dan pemahaman tentang literasi keuangan serta konsumsi harian mereka. Pedoman wawancara didasarkan pada fokus penelitian, tetapi cukup fleksibel sehingga peneliti dapat mengembangkan pertanyaan sesuai dengan tanggapan yang diberikan.
2. Kedua, observasi. Observasi dilakukan secara netral untuk menilai perilaku nyata mahasiswa dalam konteks konsumsi, seperti pola belanja, penggunaan platform e-commerce, dan pengeluaran harian di lingkungan kampus.
3. Ketiga, dokumentasi. Dokumentasi digunakan untuk mencatat data dari hasil pengamatan dan wawancara, termasuk catatan akademik, informasi dari kurikulum literasi keuangan, serta dokumen-dokumen lain yang relevan.

### ***Instrumen Penelitian***

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (instrumen manusia). Menurut Sugiyono (2012), peneliti kualitatif sebagai instrumen juga harus divalidasi untuk mengetahui sejauh mana kesiapan peneliti dalam melakukan penelitian yang selanjutnya akan dilakukan di lapangan. Instrumen pendukung yang digunakan meliputi: (1) pedoman wawancara semi-terstruktur; (2) lembar observasi; dan (3) alat dokumentasi seperti kamera dan perekam suara. Sebelum digunakan di lapangan, setiap instrumen dibahas dan dievaluasi bersama dosen pembimbing.

### ***Teknik Analisis Data***

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga komponen utama (Sugiyono, 2012):

1. Pertama, reduksi data. Reduksi data dilakukan dengan cara merangkum, mengidentifikasi poin-poin utama, memfokuskan pada aspek-aspek penting, serta mencari tema dan pola dari data yang dikumpulkan. Data yang tidak relevan dengan fokus penelitian tetap disertakan agar gambaran yang lebih jelas dapat diperoleh.
2. Kedua, penyajian data. Untuk memudahkan pemahaman dan interpretasi data, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi, bagan, atau hubungan antar kategori.
3. Ketiga, menyusun kesimpulan dan memverifikasinya. Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan bukti-bukti yang valid dan konsisten. Kesimpulan awal bersifat sementara dan akan berubah jika bukti-bukti yang kuat tidak ditemukan dalam pengumpulan data selanjutnya.

### ***Keabsahaan Data***

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik triangulasi. Sugiyono (2012) membedakan tiga jenis triangulasi: sumber, teknik, dan waktu. Penelitian ini menggunakan dua teknik utama: (1) triangulasi sumber, yang melibatkan perbandingan data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi yang berbeda; dan (2) triangulasi teknik, yang melibatkan perbandingan data dengan sumber serupa menggunakan teknik yang berbeda, seperti membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi. Dengan triangulasi ini, data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas, dan pasti sehingga tingkat kredibilitas penelitian dapat terjamin.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Profil Informan Penelitian***

Penelitian ini melibatkan lima mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED). Seluruh informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan pertimbangan bahwa mereka telah memperoleh materi keuangan, terutama melalui mata kuliah Manajemen Keuangan dan Akuntansi. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, informan diberi kode dari I1 hingga I5. Berikut profil informasi terperinci ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

<b>Kode</b>	<b>Asal</b>	<b>Tempat Tinggal</b>	<b>Sumber Pendapatan</b>	<b>Pengeluaran per Bulan</b>	<b>Aktivitas Tambahan</b>
I1	Ajibarang	Kos	Uang saku	Rp400.000-500.000	Tidak ada
I2	Bekasi	Kos	Uang saku	Rp500.000-1.500.000	Aktif organisasi kampus
I3	Tegal	Kos	Uang saku + Beasiswa KIPK + Kerja sambilan	Rp800.000-1.000.000	Mengajar les SD, magang di edumart, Ketua UNITED
I4	Purbalingga	Kos	Uang saku + Beasiswa KIPK	Rp500.000-1.000.000	Magang di edumart, aktif di beberapa organisasi kampus
I5	Banyumas	Kos	Uang saku	Rp500.000-1.500.000	Tidak ada

Sumber: Data primer diolah, 2026

Keragaman latar belakang informan memberikan beragam konteks yang cocok untuk menganalisis bagaimana literasi keuangan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dengan kondisi keuangan yang bervariasi. Hal ini mencakup mulai dari mereka yang semata-mata mengandalkan uang saku dari orang tua hingga mereka yang memiliki penghasilan tambahan dari pekerjaan sampingan dan beasiswa.

### ***Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Jurusan Ekonomi UNSOED***

Hasil wawancara mendalam terhadap kelima informan menunjukkan bahwa meskipun terdapat perbedaan yang signifikan dalam penerapannya di kehidupan nyata, pemahaman konseptual mengenai literasi keuangan relatif merata di antara mereka. Hal ini sejalan dengan definisi OJK, yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan, tetapi juga keyakinan dan keterampilan dalam mengambil keputusan keuangan.

### **Pemahaman Dasar Keuangan dan Pencatatan**

Setiap informan dapat mendefinisikan literasi keuangan secara konseptual. I1 menjelaskannya sebagai kemampuan mengelola dana dan mengalokasikannya untuk kebutuhan kritis maupun non-kritis, serta mengaitkannya dengan perkembangan fintech (financial technology). I5 mendefinisikannya sebagai kecenderungan untuk mengendalikan pengeluaran dan pemasukan guna memprioritaskan kebutuhan. Sebagai sumber informasi keuangan yang paling aktif, I3 memiliki pemahaman operasional paling mendalam yang telah terintegrasi ke dalam praktik keuangan sehari-hari dan investasi aktif.

Dalam situasi lain, I2 memahami dengan jelas bahwa pemahaman tidak secara otomatis mengarah pada penerapan: ia menyatakan bahwa meskipun teorinya sudah ada, hal itu tidak dapat digunakan secara tepat waktu karena ia tidak mampu secara konsisten mengelola uangnya setiap hari. I4 memperluas situasi tersebut dengan memahami konsep literasi keuangan dari kuliah tetapi tidak menerapkannya secara terstruktur dalam kehidupan sehari-hari.

Mata kuliah Manajemen Keuangan disebut oleh semua informan sebagai sumber pengetahuan keuangan yang memiliki dampak terbesar. Akuntansi turut disebut oleh I2. Hal ini menunjukkan bahwa kurikulum Pendidikan Ekonomi UNSOED telah memberikan landasan teoritis yang kokoh, namun belum terlalu efektif dalam mengatasi perubahan perilaku nyata dan ini sebuah kesenjangan antara teori dan praktik yang menjadi fokus utama penelitian ini.

Tabel 2. Pemahaman dan Penerapan Literasi Keuangan Informan

<b>Kode</b>	<b>Pemahaman Literasi Keuangan</b>	<b>Tingkat Penerapan</b>	<b>Sumber Pengetahuan Utama</b>
I1	Sudah mengelola keuangan, mengalokasikan dana sesuai prioritas dan sudah merasa melek finansial	Sebagian diterapkan namun pencatatan tidak konsisten	Perkuliahan (Manajemen Keuangan)
I2	Paham teori menabung dan mengelola keuangan, namun belum bisa menerapkan secara konsisten.	Tidak konsisten	Kuliah (Akuntansi, Manajemen Keuangan) dan keluarga
I3	Mengelola keuangan dengan pencatatan rutin dan investasi aktif, sudah melek finansial	Sangat konsisten, yaitu mencatat setiap pengeluaran harian	Kuliah, organisasi (KSPM), dan media
I4	Mengelola pemasukan untuk pengeluaran namun hanya paham teori, penerapannya belum terstruktur	Belum konsisten bahkan tidak mencatat pengeluaran	Kuliah (Manajemen Keuangan) dan seminar
I5	Mencatat pengeluaran-pemasukan agar terkontrol dan selalu memprioritaskan kebutuhan atas keinginan	Cukup konsisten dengan mencatat mingguan meski tidak semuanya	Keluarga, kuliah (Manajemen Keuangan), dan media sosial

Sumber: Data primer diolah, 2026

### **Kebiasaan Menabung dan Perencanaan Keuangan**

Terdapat perbedaan di antara para informan dalam hal pencatatan dan perencanaan keuangan. I3 adalah satu-satunya yang mencatat setiap pengeluaran secara konsisten yaitu secara manual dalam sebuah buku dengan biaya harian sebesar Rp28.000 dan berhasil melakukannya dengan disiplin,

meskipun setiap kali ada kebutuhan mendesak. I5 membuat catatan mingguan di catatan HP, tetapi tidak mencatat pengeluaran kecil secara komprehensif. I1 mencatat di catatan HP, namun tidak konsisten. I2 hanya mencatat tiga kali dalam setahun dengan tingkat konsistensi hanya tiga puluh persen. I4 tidak mencatat pengeluaran.

Dalam hal menabung, setiap informan ingin memiliki tabungan dengan porsi dan konsistensi yang berbeda-beda. Selain berinvestasi secara aktif di saham (melalui aplikasi Ajaib) dan emas (melalui aplikasi Tring Pegadaian), I3 adalah yang paling terstruktur dengan mengalokasikan 30% dari hasil mengajar les untuk ditabung. I1 menyetor 20% per minggu dan sudah mulai berinvestasi di emas. I5 mulai berinvestasi lebih awal menggunakan aplikasi Tring, meskipun dengan porsi yang belum menentu. I2 menyetor nilai Rp 200.000 di awal tahun, tetapi sering kali tabungan tersebut justru digunakan untuk berbelanja di akhir bulan. Tanpa tujuan yang spesifik, I4 menabung tidak rutin.

### **Sikap terhadap Pinjaman dan Investasi**

Tidak ada satupun informan yang pernah menggunakan layanan bayar nanti, cicilan, atau pinjaman online, dan mereka umumnya cenderung menghindari utang. I3 bahkan menyatakan bahwa mereka belum pernah menggunakan layanan bayar nanti dan tidak ingin melakukannya karena memahami risiko yang terkait dengan pengelolaan keuangan. I5 menyatakan bahwa jika ia menggunakan layanan tersebut, ia akan terjatuh utang. I4 berpandangan bahwa utang mungkin diperlukan untuk keperluan bisnis, tetapi tidak diperlukan untuk kebutuhan pribadi saat ini. Pengamatan terhadap dampak negatif utang di lingkungan sekitar informan secara konsisten meningkatkan sikap kehati-hatian terhadap utang.

Dalam hal investasi, terdapat perbedaan antara niat dan tindakan nyata. I3 sudah aktif berinvestasi dalam emas dan saham. I1 dan I5 sudah mulai menabung emas. I2 mencoba berinvestasi melalui aplikasi Ajaib, tetapi tidak bertahan lama. I4 berencana berinvestasi, tetapi belum memulainya. Semua informasi menunjukkan bahwa mata kuliah di kampus mendorong investasi, tetapi fokus utamanya adalah pada komponen keuangan dan praktis dari kurikulum.

### **Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pembelian Impulsif**

Perilaku impulsif adalah fenomena yang memengaruhi hampir semua informan, namun dengan tingkat intensitas yang bervariasi. I1 sering melakukan pembelian impulsif yang terutama didorong oleh suasana hati, dan meskipun barang tersebut selalu terpakai, ia tetap menyesalinya keesokan harinya. I2 mengalami pembelian impulsif setiap bulan yang mengakibatkan defisit keuangan di akhir bulan, dipicu oleh promosi, suasana hati, dan FOMO (Fear of Missing Out)—dengan hanya 60% dari barang yang dibeli di akhir bulan yang terpakai.

Sedangkan I5 cenderung melakukan pembelian karena pengaruh hati atau teman. I3 relatif lebih terkendali dengan kecenderungan untuk tidak melakukan pembelian impulsif terhadap produk perawatan kulit yang tidak selalu diikuti, serta barang-barang di luar anggaran, dan selalu mempertimbangkan kembali sebelum melakukan pembelian. I4 menonjolkan kebiasaan belanja paling impulsif, seperti berulang kali membeli barang dagangan atau aksesori fesyen, menghindari flash sale, dan langsung melakukan pembelian karena masih dalam anggaran wajar.

Hal ini memperkuat argumen bahwa perilaku impulsif mahasiswa tidak semata-mata disebabkan oleh kurangnya literasi keuangan, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti FOMO dan suasana hati. Menurut Ramadhani (2019) dalam Oktaviani dkk. (2023), hal ini sejalan dengan konsep perilaku konsumtif, yang menekankan pentingnya ketidakrasionalan dalam perkembangan perilaku konsumen.

Tabel 3. Profil Perilaku Konsumtif Informan

<b>Kode</b>	<b>Pembelian Impulsif</b>	<b>Frekuensi Belanja Online</b>	<b>Faktor Pemicu Utama</b>	<b>Pengaruh Media Sosial</b>	<b>Kebiasaan Menabung</b>
I1	Sangat sering	Sangat sering dengan aplikasi Shopee & TikTok Shop	Suasana hati, gratis ongkir, review barang	Sangat besar	20%/minggu dan mulai nabung emas
I2	Sering setiap bulan	Sebulan bisa beberapa kali dengan aplikasi	Promosi, suasana hati, FOMO	Besar	Rp200.000 di awal dan sisa tabungan

13	Sesekali	Shopee & TikTok Shop 1-2x/bulan dengan aplikasi TikTok Shop	Promosi online	Cukup	sering belanja 30% dari penghasilan les, dan mulai investasi saham & emas	dipakai
14	Sesekali	Jarang, dan melalui aplikasi Shopee	Suasana hati	Tidak terpengaruh media sosial untuk belanja	Tidak rutin, porsi tidak menentu dan belum mulai investasi	
15	Pernah	Sering, melalui aplikasi Shopee	Promosi, suasana hati, rekomendasi teman	Cukup besar	Tidak menentu, dan mulai investasi emas via aplikasi	Tring Pegadaan

Sumber: Data primer diolah, 2026

### **Gaya Hidup dan Pilihan Konsumsi**

Seluruh informan tersebut menggambarkan gaya hidup mereka sebagai mahasiswa yang khas dan sederhana. Namun, beberapa kategori pengeluaran yang sulit dihindari yaitu seperti: perawatan kulit, camilan, dan makan/jajan, muncul secara konsisten. I1 menggambarkan makan sebagai perilaku yang sangat impulsif akibat kecenderungan untuk memberi hadiah pada diri sendiri (self reward) yang tinggi. I2 menyebut nongkrong dan jajan sebagai pengeluaran terbesar yang sulit dikurangi. I3, I4, dan I5 semuanya mengidentifikasi pembelian camilan berlebihan sebagai pengeluaran yang sulit dikendalikan.

Dalam hal preferensi produk, mayoritas informan mengatakan bahwa mereka lebih mementingkan kualitas daripada harga semata. Meskipun hal ini tidak selalu menghasilkan pengendalian penuh atas pengeluaran, perspektif ini memungkinkan kesadaran finansial yang cukup baik dalam aspek pertimbangan pembelian

### **Pengaruh media sosial, iklan dan tren**

Media sosial telah menjadi faktor penting dalam perilaku konsumen sebagai sumber informasi utama. Empat dari lima informan (I1, I2, I3, dan I5) memahami bahwa media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, mempengaruhi keputusan pembelian mereka. I1, I2, dan I5 menyebut konten review barang dan promosi sebagai pemicu utama, sedangkan I3 mengidentifikasi konten yang berkaitan dengan diskon kosmetik dan fashion. Hanya I4 yang menyatakan bahwa media sosial tidak berdampak pada keputusan belanja.

Meskipun sebagian besar orang mengaku sadar bahwa mereka sedang dipengaruhi, hal ini tidak selalu menjadi cara yang efektif untuk mendorong pembelian. I5 menggambarkan pola umum dengan melihat konten endorsement selebgram, mencari di platform belanja online, memasukan ke keranjang belanja, dan akhirnya melakukan pembelian setelah mempertimbangkannya berulang kali. I2 bahkan menyatakan bahwa setelah membeli, ia tetap menyesal, namun merasa tidak ada pilihan lain. Fenomena ini mencerminkan gap antara pengetahuan (mengetahui bahwa iklan bersifat manipulatif) dan perilaku aktual.

Dalam hal tren konsumsi, fashion dan makanan kekinian adalah dua kategori yang paling sering dibahas. I1 secara khusus merujuk pada konten rekomendasi jajanan di sekitar UNSOED sebagai insentif kuat untuk mencoba makanan baru. Hampir semua informan pernah menyesal mengikuti tren tertentu dari sisi keuangan.

### **Pengaruh lingkungan pertemanan**

Lingkungan pertemanan juga menjadi faktor pendorong yang tidak kalah signifikan dalam keputusan pembelian konsumen. I2 menunjukkan bahwa pengaruh pertemanan mencapai 100% dalam hal konsumsi. I1 mengakui pengaruh teman dalam hal makanan cukup besar meski awalnya tidak berniat membeli, sambil menyebut efek diri sendiri yang labil sebagai faktor penguat. I5 mengacu pada proses pembelian produk perawatan kulit berdasarkan rekomendasi. I4 mengakui ikut membeli makanan ketika teman-temannya membelinya. I3 adalah satu-satunya yang secara tegas menyatakan berprinsip anti-FOMO dan tidak mudah terpengaruh tren pembelian teman.

### **Peran Literasi Keuangan dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Pengaruh Pendidikan Formal terhadap Perilaku Konsumsi**

Seluruh informan mengakui bahwa pengetahuan keuangan yang diperoleh selama kuliah di Pendidikan Ekonomi UNSOED mempengaruhi cara mereka berbelanja dan mengelola uang. I2 menyatakan bahwa perkuliahan memberikan pemahaman mendalam tentang betapa pentingnya memprioritaskan anggaran dan menetapkan skala prioritas sebelum mengambil keputusan membelanjakan uang. I1 menggambarkan bagaimana pola pikir telah berubah. Sebelumnya, mereka langsung menghabiskan uang tanpa memikirkan jangka panjang, tetapi kini memahami nilai investasi dipahami sebagai instrumen untuk mengantisipasi inflasi. Sebagai informasi paling aktif dalam hal organisasi dan keuangan, I3 menggambarkan perubahan paling konkret dari tidak mencatat pengeluaran sama sekali hingga mencatat setiap transaksi meskipun itu kecil. I5 menyatakan bahwa pengetahuan dari kuliah mendorong mereka untuk membuat catatan prioritas antara kebutuhan dan keinginan secara tertulis. Sedangkan, I4 memahami bahwa perubahan dalam dirinya sebagian besar berfokus pada faktor motivasi, seperti lebih tertarik berinvestasi dan lebih sadar memprioritaskan kebutuhan, tetapi hal tersebut implementasinya belum terstruktur.

### **Gap antara Pengetahuan dan Perilaku Nyata**

Temuan paling signifikan dalam penelitian ini adalah konfirmasi adanya gap antara pengetahuan keuangan dan perilaku nyata yang dalam literatur disebut *intention gap*. Setiap informan pernah melakukan keputusan konsumsi yang mereka akui tidak bijak secara finansial. I2 paling eksplisit untuk menggambarkan situasi ini meskipun mengakui bahwa keputusan tersebut salah secara finansial, namun ego untuk memenuhi keinginan terkadang lebih dominan. I1 mengidentifikasi lingkungan dan kurangnya prinsip pada diri sendiri sebagai faktor penyebab. I4 menunjuk *self-reward* sebagai faktor dominan yang menghalangi pertimbangan rasional.

Temuan ini secara konseptual mempertegas argumen I2, yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak selalu berkorelasi dengan pola konsumsi yang lebih terkendali karena pengendalian diri menjadi variabel penengah yang krusial. I3 dan I5 berpandangan sebaliknya bahwa bagi yang sudah terbiasa melek finansial, pertimbangan rasional akan lebih dominan dari emosi. Perbedaan perspektif ini menggambarkan bagaimana tingkat literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari dapat sangat bervariasi di antara individu, bahkan di kalangan mahasiswa dengan latar belakang pendidikan yang serupa.

### **Faktor-faktor yang Memoderasi Hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan analisis informasi, terdapat tiga faktor yang secara konsisten memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

1. Pengendalian diri (*self control*): Faktor ini paling sering disebut sebagai penghubung antara pengetahuan dan tindakan. I3, yang memiliki perilaku konsumtif paling terkendali, secara eksplisit memegang prinsip anti-FOMO dan bahkan menggunakan bantuan AI untuk mempertimbangkan keputusan pembelian. Di sisi lain, I2 mengakui bahwa ego lebih cenderung mengalahkan pertimbangan rasional meskipun pengetahuannya memadai.
2. Emosi dan suasana hati: Hampir semua informan menyebut suasana hati sebagai penyebab utama pembelian impulsif. Kondisi emosional yang tidak stabil, seperti keinginan untuk *self reward* dapat menjadi katalis yang menghambat keputusan keuangan yang rasional terutama ketika informan merasa perlu *self reward*.
3. Lingkungan sosial dan media sosial: Tekanan pertemanan dan paparan konten promosi di media sosial terbukti melemahkan efektivitas literasi keuangan dalam mengendalikan perilaku konsumtif. I1 menyebut pada review di media sosial dan pertemanan sebagai faktor yang memiliki dampak terbesar terhadap perilakunya di luar literasi keuangan itu sendiri.

Temuan ketiga faktor moderasi ini sejalan dengan teori Tribuana (2020), yang menekankan peran pengendalian diri dan konformitas hedonis dalam menciptakan konsumerisme serta memperkuat temuan Sari dkk. (2023), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif namun tidak secara langsung berkontribusi terhadap keputusan konsumsi mahasiswa.

### **Tipologi Informan Berdasarkan Hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan analisis terhadap kelima informan, penelitian ini mengidentifikasi tiga tipologi mahasiswa terkait literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Pertama, tipe Konsisten-Terstruktur (diwakili oleh I3). Informan ini memiliki tingkat literasi yang tinggi yang didukung oleh pola pikir yang konsisten, seperti mencatat setiap pengeluaran, secara aktif berinvestasi di saham dan emas, menyisihkan 30% dari hasil tambahan secara terstruktur, serta berprinsip anti FOMO. Pada tipe ini, literasi keuangan berfungsi sebagai pengendali perilaku konsumtif. Informan menilai peran literasi keuangan mencapai 90% dalam membentuk kebiasaan konsumsinya.

Kedua tipe Sadar-Parsial (diwakili I1 dan I5). Kedua informan ini memahami literasi keuangan dengan baik dan menerapkannya sebagian, namun mereka tetap sering melakukan pembelian impulsif dengan frekuensi yang cukup tinggi. Mereka mampu menyusun skala prioritas, menabung, dan bahkan mulai berinvestasi sejak dini seperti emas, tetapi mereka tidak selalu konsisten dalam pencatatan dan pengendalian pengeluaran. Gap antara pengetahuan dan perilaku pada tipe ini terutama disebabkan oleh faktor emosional, media sosial, dan lingkungan sosial.

Ketiga, tipe Paham-Belum-Terapkan (diwakili I2 dan I4). Kedua informan memahami konsep literasi keuangan secara teoritis, tetapi tingkat penerapannya dalam kehidupan sehari-hari masih rendah dan tidak konsisten. I2 memiliki konsistensi penerapan hanya 30%, dan tabungan, yang seharusnya menjadi dana cadangan, sering digunakan untuk berbelanja. I4 bahkan tidak mencatat pengeluaran sama sekali meski mengetahui pentingnya hal tersebut..

Tipologi ini mempertegas temuan penelitian bahwa pendidikan formal tidak secara otomatis menyebabkan perubahan perilaku. Hal ini sejalan dengan teori Rahmawati (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan seharusnya berfungsi sebagai pengendali, namun hal tersebut tidak selalu efektif tanpa adanya faktor-faktor pengendalian diri yang memadai

### **Harapan terhadap Pendidikan Literasi Keuangan di Kampus**

Secara konsisten, seluruh informan tersebut menyatakan harapan bahwa pendidikan literasi keuangan di kampus agar tidak hanya berfokus pada konsep teoritis, tetapi juga menyertakan komponen praktik nyata. I1 berharap akan ada sesi praktikum agar mahasiswa memahami penerapannya di dunia nyata dan bersemangat menggunakan aplikasi fintech untuk transaksi keuangan yang lebih terstruktur. I2 berharap program literasi keuangan diperluas guna meningkatkan konsistensi transaksi keuangan sehari-hari. I5 berharap kampus menyediakan contoh konkret dari kehidupan sehari-hari daripada materi teoretis. I4 menyarankan agar pendidikan diberikan kepada mahasiswa sehingga pengetahuan benar-benar dapat diimplementasikan.

Harapan-harapan tersebut menunjukkan tingkat kesadaran diri yang tinggi di kalangan mahasiswa. Program Studi Ekonomi UNSOED menyadari kendala-kendala pembelajaran yang ada saat ini. Menurut Abidin dkk. (2025), literasi keuangan dapat membantu individu mengambil keputusan keuangan yang lebih bijaksana dalam bidang investasi, tabungan, dan pengeluaran. Oleh karena itu, hal ini menjadi upaya yang penting dalam pengembangan kurikulum dan program literasi keuangan yang lebih kontekstual dan aplikatif.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian mengenai peran literasi keuangan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNSOED, dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNSOED secara umum memiliki landasan pemahaman konseptual literasi keuangan yang kokoh dan merata yang diperoleh secara formal melalui mata kuliah rumpun ekonomi, seperti Manajemen Keuangan dan Akuntansi. Akibatnya, pemahaman teori ini tidak secara otomatis berkorelasi lurus dengan kenyataan. Ditemukan *intention gap* (ketidaksesuaian antara pengetahuan dan perilaku nyata), di mana sebagian besar informan masih digunakan dalam pengambilan keputusan konsumsi yang tidak rasional. Hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif tidak bersifat langsung, melainkan hubungan tersebut sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut meliputi tingkat pengendalian diri (*self control*), faktor psikologis (emosi, suasana hati, dan dorongan untuk *self reward*), serta faktor sosiologis (pengaruh lingkungan pertemanan/konformitas, paparan iklan, konten *review*, dan tren belanja di media sosial seperti TikTok dan Instagram). Perilaku konsumsi mahasiswa berdasarkan literasi keuangan mereka dapat diklasifikasikan ke dalam tiga tipologi, yaitu: (1) *Konsisten-Terstruktur*,

yang mampu mengintegrasikan pengetahuan ke dalam praktik keuangan sehari-hari, berinvestasi secara aktif, dan mematuhi prinsip anti-FOMO; (2) *Sadar-Parsial*, yang memahami teori dan menerapkannya sebagai bagian dari pengelolaan dana, seperti menabung, namun sering berkompromi karena dorongan emosional dan (3) *Paham-Belum-Terapkan*, yang hanya menerapkan teori untuk kepentingan akademis tetapi tidak menerapkannya secara konsisten dalam pencatatan harian atau pengendalian pengeluaran.

Program Studi Pendidikan Ekonomi UNSOED disarankan untuk menyesuaikan kembali model pengajaran literasi guna menjembatani kesenjangan (*gap*) antara teori dan praktik. Pendekatan kognitif-teoritis semata tidak boleh menjadi fokus utama pembelajaran. Sebaliknya, pendekatan tersebut harus diintegrasikan dengan komponen praktis berbasis teknologi (*fintech*), simulasi pengelolaan keuangan pribadi yang kontekstual, serta pelatihan regulasi emosi dan pengendalian diri dalam berkonsumsi.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Sejak awal proses penelitian hingga penyelesaian artikel ilmiah ini, para peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada setiap pihak yang telah memberikan kontribusi, dukungan, dan bantuan. Ucapan terima kasih ini secara khusus ditujukan kepada, Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) khususnya Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memfasilitasi dan memberikan dukungan akademis bagi kami dalam melaksanakan penelitian ini. Kemudian, Ibu Dijan Rahajuni dan Ibu Oki Anggraeni sebagai dosen pembimbing dan tim peneliti, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan yang berharga, serta evaluasi terhadap penelitian demi kesiapan kami di lapangan. Seluruh mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi UNSOED yang bersedia berpartisipasi bertindak sebagai narasumber penelitian (I1 hingga I5). Terima kasih atas keterbukaan, kerjasama, dan informasi mendalam yang telah diberikan selama proses wawancara dan observasi. Rekan-rekan mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu namun telah memberikan bantuan teknis, semangat, dan diskusi konstruktif selama penyusunan naskah ini.

### REFERENSI

- Abidin, A. Z., Pradipta, K., Putra, M., Lintang, A., Fadli, A., Nuha, R., Bisnis, E., & Surakarta, U. M. (2025). Studi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 10.
- Citra, R. Y., & Komara, E. F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Fintech Payment Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Pengelolaan. 14, 696–708. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1393>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., & Alexandro, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. 9(2), 136–145.
- Rahmawati, G., Studi, P., Dan, K., Akuntansi, J., & Jakarta, P. N. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi millennial.
- Sari, M. M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. 1(2).
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 01, 145–155.