

GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS TERHADAP PENGGUNA E-WALLET

**Edy Suryanto ¹, Akhmad Mukhibun ², Annisa Naila Husna ³, Afiyah Dian Novitasari ⁴,
Khoirunnisa Alfatah ⁵, Maretha Nery Rahmadewi ⁶**

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Prodi Pendidikan Akuntansi Universitas Sebelas
Maret Jl. Ir. Sutami No.36, Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126

Correspondence		
Email: maretha.nery@gmail.com	No. Telp: 085802708721	
Submitted 11 Juni 2025	Accepted 14 Juni 2025	Published 15 Juni 2025

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup konsumtif di era digital dan persepsi mahasiswa terhadap akses *e-wallet* serta kaitannya dengan gaya hidup konsumtif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap mahasiswa Universitas Sebelas Maret angkatan 2022-2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-wallet* lebih berperan sebagai alat bantu transaksi yang praktis dan aman, tanpa memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Universitas Sebelas Maret.

Kata kunci: gaya hidup, mahasiswa, konsumtif, *e-wallet*.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah membawa manusia pada era baru yang ditandai dengan kemajuan akses informasi, komunikasi instan, dan perubahan gaya hidup yang signifikan. Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor keuangan. Salah satu implikasi dari transformasi digital ini adalah munculnya teknologi finansial (*financial technology*), yang mendorong terwujudnya fenomena masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*). Fenomena ini ditandai dengan semakin meluasnya penggunaan dompet digital (*e-wallet*) sebagai instrumen pembayaran elektronik yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana dan melakukan transaksi secara daring maupun luring dengan efisien, aman, dan fleksibel.

Di kalangan mahasiswa, penggunaan *e-wallet* pada masa sekarang sudah menjadi bagian dari gaya hidup digital yang menunjang aktivitas konsumsi secara praktis. Mereka cenderung mengadopsi teknologi terbaru dengan cepat, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan. Namun demikian, kemudahan dalam bertransaksi yang ditawarkan *e-wallet* juga berpotensi memicu kecenderungan perilaku konsumtif, yakni perilaku konsumsi yang berlebihan dan tidak didasarkan pada kebutuhan yang rasional. Perilaku ini umumnya dipengaruhi oleh dorongan emosional, kemudahan akses terhadap barang dan jasa, serta promosi digital yang agresif. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran gaya hidup di kalangan mahasiswa dari yang semula cenderung rasional menjadi konsumtif, terutama dalam hal pengelolaan keuangan sehari-hari. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital untuk mempunyai literasi keuangan yang memadai agar mampu mengelola pengeluaran secara bijak dan terhindar dari perilaku konsumtif yang dapat merugikan dalam jangka panjang.

Generasi Z dan milenial merupakan kelompok pengguna *e-wallet* terbesar di Indonesia (D. E. Putri et al., 2022, hlm. 1058). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Lavinda pada tahun 2022, sebanyak 68% pengguna *e-wallet* berasal dari generasi Z (Indriyani & Sartika, 2022, hlm. 69). Tingginya angka ini disebabkan karena generasi Z tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital dan pesatnya perkembangan internet di Indonesia. Kondisi ini menjadikan *e-wallet* sebagai bagian dari gaya hidup yang sesuai dengan karakteristik generasi tersebut. Mahasiswa saat ini yang tergolong sebagai bagian dari generasi Z cenderung memiliki perilaku konsumtif, yang seringkali dipicu oleh keinginan mengikuti tren tanpa mempertimbangkan

manfaat barang yang dibeli (Priscilia & Nurman, 2024, hlm. 192). Kemudahan penggunaan aplikasi *e-wallet* juga menjadi salah satu alasan utama mahasiswa lebih memilih metode transaksi ini (Nawawi, 2020, hlm. 202). Namun, kemudahan tersebut dapat berdampak negatif terhadap kondisi keuangan apabila tidak disertai dengan kontrol yang baik, terutama jika pembelian dilakukan secara impulsif dan berulang. Tindakan impulsif dalam berbelanja menunjukkan lemahnya kemampuan dalam mengelola keuangan (Alemis & Yap, 2013, hlm. 225). Dalam konteks ini, *e-wallet* sudah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari di masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai gaya hidup konsumtif mahasiswa di era digital serta penggunaan *e-wallet*. Kami melakukan penelitian untuk pengumpulan data melalui wawancara dengan mahasiswa Universitas Sebelas Maret sebagai pendekatan utama penelitian ini. Kami juga menggunakan Studi literatur (*literatur review*) sebagai pendekatan dalam metode penelitian ini. Studi literatur (*literatur review*) merupakan metode penelitian yang memiliki tujuan untuk menganalisis, mengkaji, serta merangkum berbagai teori dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan penelitian. Studi literatur (*literature review*) dilaksanakan dengan mencari dan menyeleksi data penelitian yang dikumpulkan dari literatur yang diterbitkan dalam jurnal ilmiah bereputasi dan buku.

Hasil dan Pembahasan

Perilaku Konsumtif

Gaya hidup konsumtif merupakan gabungan dari dua kata yaitu gaya hidup dan perilaku konsumtif. Menurut Andrian dkk, gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara individu satu dengan yang lainnya. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukannya untuk mendapatkan barang dan jasa. Bagaimana seseorang menggunakan waktu dan uangnya juga dapat disebut sebagai gaya hidup (Andrian, dkk, 2022). Sedangkan perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang dalam membeli sesuatu yang tidak didasari dengan pertimbangan yang matang, melainkan karena adanya keinginan sesaat (Afista, dkk, 2024).

Gaya hidup konsumtif adalah sebuah fenomena sosial yang menunjukkan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian secara impulsif. Bentuk perilaku impulsif dapat berupa pembelian suatu produk tanpa pertimbangan, dilakukan dengan spontan atau pembelian yang dilakukan secara berlebihan dengan pertimbangan yang kurang rasional. Tindakan pembelian impulsif sering sekali dipicu oleh ketertarikan terhadap faktor-faktor seperti bentuk barang yang unik, harga yang terjangkau, serta berbagai promosi atau diskon menarik yang diberikan oleh penjual. Karakteristik dari pembelian impulsif mencakup unsur-unsur seperti tindakan yang tiba-tiba, dorongan dan keinginan yang kuat, kegigihan, eksitasi, respon terhadap rangsangan dan kurang menilai atau mempertimbangkan dampaknya. Secara keseluruhan, pembelian kurang akan pertimbangan logis dan dilakukan diluar dari kebutuhan pokoknya. Pemborosan menjadi elemen perilaku konsumtif yang muncul di kalangan masyarakat, khususnya dalam konteks ini adalah generasi Z (Putri & Komalasari, 2023).

Selain itu, konsumen cenderung melakukan pembelian sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, mendapatkan status sosial, meningkatkan mood, atau meningkatkan citra diri (Situmorang, dkk, 2024). Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif akan cenderung merasa kurang terhadap apa yang dimilikinya. Situasi ini akan mendorong individu untuk terus mengejar standar yang semakin tinggi tanpa mempertimbangkan akan kepentingan individu lain maupun nilai-nilai berbagi yang diwarisi ajaran agama (Asrun & Gunawan, 2024). Hal ini tentu dapat menyebabkan individu tersebut terjebak dalam siklus materialisme

tak berujung, dimana kebahagiaan serta kepuasan hanya akan diukur berdasarkan keinginan yang terpenuhi semata. Sementara, kemungkinan aspek kebutuhan lebih penting dan bermakna kemungkinan masih terbaik dalam perilaku konsumtif.

Mahasiswa

Pengertian mahasiswa secara umum yaitu suatu peran penting dalam dunia pendidikan sebagai tahap transisi menuju kedewasaan, di mana perilaku dan pola pikir mulai diarahkan secara lebih serius dan matang untuk menjalani peran nyata dalam kehidupan. (Nasari & Darma, 2015). Menurut Sarwono (Alfian, 2014) mahasiswa adalah seseorang yang secara resmi terdaftar dalam perkuliahan di sebuah universitas, berusia antara 18-30 tahun, dapat dikategorikan sebagai kelompok dalam masyarakat yang memiliki status tertentu karena keterkaitannya dengan institusi pendidikan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah individu berusia antara 18 hingga 30 tahun yang secara resmi terdaftar di perguruan tinggi, dan berada pada tahap transisi menuju kedewasaan. Mereka memiliki peran penting dalam pendidikan tinggi sebagai bagian dari masyarakat yang mulai mengembangkan pola pikir dan perilaku yang lebih matang dalam mempersiapkan diri menghadapi peran nyata di kehidupan sosial.

Era Digital

Era digital merupakan suatu periode dimana teknologi informasi berkembang secara pesat, sehingga memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Periode ini ditandai dengan penggunaan internet, perangkat digital, dan sistem informasi yang semakin meluas di masyarakat modern. Menurut Manuel Castells (2010), melalui Teori Masyarakat Jaringan menjelaskan bahwa struktur sosial di era digital terbentuk melalui jaringan informasi global yang terhubung secara real-time. Masyarakat tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, melainkan hidup dalam sistem jaringan yang fleksibel dan saling terkoneksi. Era digital saat ini dicirikan dengan adanya teknologi yang dimana dapat meningkatkan kecepatan dan juga besarnya perputaran pengetahuan misalnya di dalam perekonomian dan masyarakat (Shepherd, 2011). Hampir semua aktivitas yang berhubungan dengan pendidikan, sosial, budaya, olahraga, ekonomi maupun politik selalu memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk mencari informasi dan membantu melaksanakan setiap kegiatan-kegiatannya dalam pemecahan suatu masalah.

Sutrisno (2020), menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi mendorong efisiensi dan percepatan arus data serta pengetahuan lintas sektor masyarakat. Permintaan akan teknologi yang mampu meningkatkan kualitas hidup dan efisiensi bekerja terus meningkat. Hal inilah yang mendorong inovator-inovator untuk menciptakan kreasi baru yang dapat membawa dunia ke era yang lebih maju. Hal ini menunjukkan bahwa era digital bukan hanya sekedar perkembangan teknologi, tetapi juga menjadi pendorong utama perubahan dalam cara manusia hidup, bekerja, dan berinteraksi. Inovasi yang lahir di era ini mencerminkan kebutuhan akan efisiensi, konektivitas, dan adaptasi terhadap kehidupan yang semakin terhubung secara digital.

E-Wallet

E-Wallet adalah sebuah inovasi dalam teknologi keuangan (fintech) yang memanfaatkan koneksi internet untuk mempermudah pengguna melakukan transaksi secara fleksibel, baik dari segi waktu maupun lokasi. E-wallet merupakan inovasi dalam sistem transaksi keuangan yang memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitas keuangan di era digital. Berdasarkan pendapat Yanti & Nurida (2022), dompet digital memungkinkan penggunaannya untuk menyimpan dana dan melakukan transaksi secara daring melalui teknologi. Sementara itu, Utami & Suhari (2024) mendefinisikan *e-wallet* sebagai sebuah layanan elektronik yang memungkinkan penyimpanan uang dan pembayaran secara online tanpa membawa uang tunai. Menurut Sulistyowati et al. (2020, dalam Jannah & Setyawan, 2022), e-wallet juga dipahami sebagai bentuk uang elektronik yang digunakan melalui perangkat seluler yang terhubung dengan jaringan internet. Dari berbagai definisi tersebut, e-wallet dapat

disimpulkan sebagai aplikasi atau layanan digital berbasis internet yang digunakan melalui smartphone untuk melakukan transaksi keuangan tanpa memerlukan uang fisik.

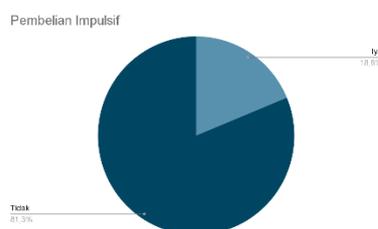
Keberadaan e-wallet memberikan kontribusi besar terhadap transformasi digital dalam sistem keuangan dan membuka akses lebih luas bagi masyarakat terhadap layanan keuangan yang inovatif dan mudah dijangkau. Harseno & Achjari (2021) menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet di Indonesia terus meningkat, yang terlihat dari banyaknya institusi keuangan, baik bank maupun non-bank, yang meluncurkan produk e-money berbasis server. Teknologi finansial, khususnya e-wallet, telah mengubah cara masyarakat mengelola keuangan dan melakukan transaksi, serta menjadikan e-wallet sebagai salah satu alat pembayaran yang dominan dalam sistem ekonomi modern.

Di Indonesia, berbagai jenis e-wallet digunakan secara luas oleh masyarakat untuk mempermudah transaksi digital. Contohnya adalah GoPay, dompet digital milik Gojek yang digunakan untuk membayar layanan transportasi, makanan, serta belanja di merchant mitra. OVO, yang terintegrasi dengan Grab dan Tokopedia, menawarkan fitur poin dan cashback. DANA menyediakan layanan pembayaran tagihan, belanja online maupun offline, serta transfer uang antar pengguna. ShopeePay, dompet digital dari Shopee, banyak digunakan dalam transaksi belanja online dengan beragam promo menarik. Sedangkan LinkAja, hasil kolaborasi BUMN, fokus pada layanan pembayaran di sektor publik seperti transportasi umum, tagihan listrik, dan BPJS. Keberagaman jenis e-wallet ini mencerminkan pesatnya perkembangan dan penerimaan teknologi keuangan digital oleh masyarakat Indonesia.

Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa di Era Digital

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan kepada beberapa mahasiswa Universitas Sebelas Maret mengenai gaya hidup konsumtif di era digital, dengan lamanya penelitian kurang lebih 2 minggu, terdapat beberapa instrumen yang kami gunakan untuk menilai gaya hidup konsumtif. Hasil yang kami dapatkan melalui wawancara dengan narasumber sebagai berikut.

Pembelian Impulsif



Figur 1. Diagram Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif biasanya disebabkan oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kondisi emosional, lingkungan, dan kemudahan berbelanja. Secara emosional, seseorang cenderung melakukan pembelian secara spontan saat mengalami perasaan senang, bosan, stres, atau sedih sebagai bentuk pelampiasan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah kami lakukan menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki kontrol yang baik dan cenderung bersikap selektif dalam mengeluarkan uang dan tidak mudah terpengaruh oleh dorongan atau keinginan sesaat dalam berbelanja. Sebagian besar menyatakan bahwa mereka tidak sering melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan atau membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Mereka cenderung mempertimbangkan terlebih dahulu manfaat dan kegunaan dari barang yang akan dibeli serta dana yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa mereka tidak mudah terpengaruh oleh emosi sesaat, promosi menarik, atau pengaruh lingkungan dalam mengambil keputusan konsumsi.

Beberapa mahasiswa memang mengakui pernah melakukan pembelian secara spontan atau karena keinginan sesaat, namun mereka tetap mempertimbangkan keputusan tersebut.

Mahasiswa yang pernah membeli barang tanpa perencanaan pun menegaskan bahwa keputusan tersebut dilakukan dengan frekuensi yang rendah dan bukan menjadi kebiasaan. Mereka masih menunjukkan adanya kesadaran finansial, seperti menghindari pemborosan dan mempertimbangkan nilai guna dari barang yang dibeli.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif yang impulsif tidak menjadi faktor utama yang berpengaruh dalam pola konsumsi mahasiswa. Sebaliknya, mayoritas dari mereka menunjukkan sikap konsumtif yang bijak dan selektif. Hal ini menunjukkan tingkat kontrol diri yang cukup baik, serta adanya kesadaran akan kegunaan dan manfaat barang yang dibeli. Kontrol diri dalam berbelanja menjadi kunci utama yang membedakan antara keinginan dan kebutuhan, serta mencegah terjadinya pembelian yang bersifat emosional atau tidak perlu.

Frekuensi Pembelian

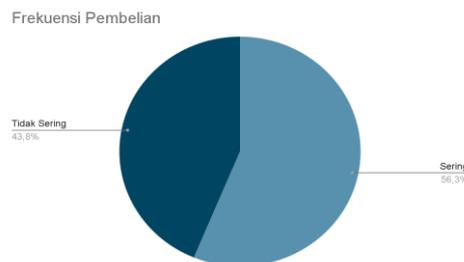


Figure 2. Diagram Frekuensi Pembelian

Frekuensi pembelian yang terjadi di kalangan mahasiswa disebabkan oleh banyak faktor. Salah satu faktor utamanya adalah adanya kemudahan akses di era digital ini, salah satunya yaitu dengan adanya *e-wallet*. *E-wallet* sangat memudahkan penggunaannya untuk melakukan transaksi yang sangat cepat dan praktis. Selain itu, promo, *cashback* dan kemudahan akses yang ditawarkan *e-wallet* mendorong peningkatan frekuensi pembelian mahasiswa.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah kami lakukan mengenai frekuensi pembelian yang sebenarnya tidak dibutuhkan menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa cukup selektif dalam berbelanja, meskipun ada juga yang mengakui frekuensi pembelian yang lumayan sering. Adanya *e-wallet* juga membuat beberapa mahasiswa menjadi lebih sering melakukan transaksi pembelian karena hanya tinggal *scan* saja, namun terkadang membuat tidak sadar saldo cepat berkurang karena tidak merasakan secara fisik uang yang keluar. Akan tetapi, beberapa mahasiswa menyatakan bahwa *e-wallet* tidak terlalu mempengaruhi frekuensi pembelian. Mereka cenderung membeli barang sesuai kebutuhan dan mempertimbangkannya sebelum berbelanja. Secara keseluruhan, *e-wallet* memang memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi, namun dampaknya terhadap perilaku konsumtif tiap mahasiswa berbeda-beda tergantung pada kebiasaan dan kesadaran masing-masing.

Pengaruh Sosial

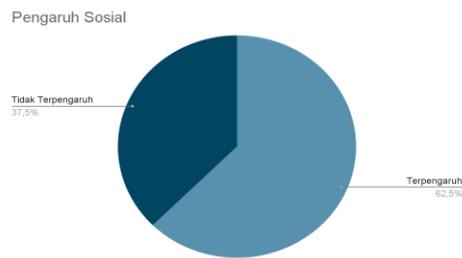


Figure 3. Diagram Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa biasanya bisa disebabkan karena melakukan pembelian atas dasar *review* dari seseorang, *influencer* maupun *endorsement*. Selain itu, juga disebabkan karena mengikuti trend masa kini dengan membeli produk yang sedang viral atau marak di masyarakat.

Berdasarkan wawancara yang sudah kami lakukan kepada beberapa mahasiswa, sebagian besar mahasiswa terpengaruh melakukan pembelian karena adanya *review* dari seseorang, *influencer*, maupun *endorsement*. Mahasiswa terpengaruh dengan adanya *review product* tetapi mereka juga masih mempertimbangkan kegunaan atau manfaat dari produk yang akan mereka beli. *Review* produk juga biasanya dijadikan patokan mahasiswa sebagai bahan pertimbangan untuk membandingkan suatu produk dengan produk yang lainnya agar tidak menyesal ketika mereka sudah membeli produk tersebut. Tidak dapat dipungkiri juga, terdapat mahasiswa yang masih kurang selektif dalam bertindak terhadap *review* dari seseorang yang menyebabkan mahasiswa tersebut menyesal membeli produk karena ternyata produk yang mereka beli tidak terlalu dibutuhkan atau kurang bermanfaat.

Tren masa kini dengan membeli produk yang sedang viral di masyarakat juga menjadi penyebab gaya hidup konsumtif mahasiswa. Beberapa mahasiswa tertarik dengan produk-produk tren masa kini, bukan hanya barang yang viral, tetapi makanan yang viral juga menjadi daya tarik konsumsi mahasiswa. Mahasiswa tentunya juga masih memikirkan kegunaan dan kebutuhan dari barang yang viral tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial menjadi penyebab mahasiswa untuk lebih konsumtif karena mahasiswa sendiri mudah terpengaruh *review* seseorang atau tren digital masa kini walaupun dari mahasiswa sendiri masih mempertimbangkan kegunaan, manfaat, dan finansial mahasiswa tersebut.

Kepuasan Emosional

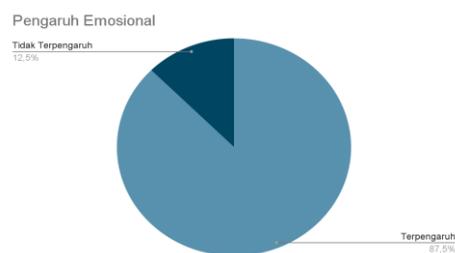


Figure 4. Diagram Kepuasan Emosional

Berdasarkan wawancara yang kami lakukan, kepuasan emosional memberikan dampak terhadap perilaku konsumsi para narasumber kami. Kepuasan emosional ini muncul ketika narasumber melakukan pembelian yang berdalih pada membeli barang tersebut karena dianggap lucu atau sebagai *self-reward*. Kebanyakan narasumber kami membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan dengan dalih-dalih tersebut.

Sehingga kepuasan emosional disini berperan sebagai faktor yang memperkuat perilaku konsumtif dengan meningkatkan niat dan motivasi berbelanja narasumber. Seseorang yang

merasa puas secara emosional selama proses pembelian lebih mungkin untuk melakukan pembelian berulang dan konsumsi yang tidak selalu rasional, sehingga kepuasan emosional menjadi pendorong penting dalam perilaku konsumtif.

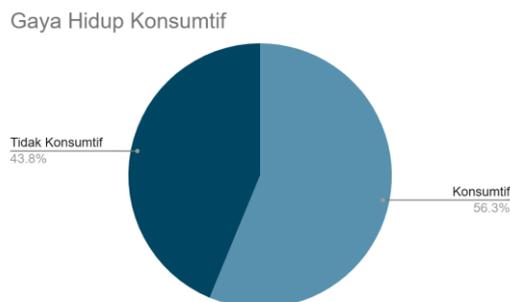


Figure 5. Diagram Gaya Hidup Konsumtif

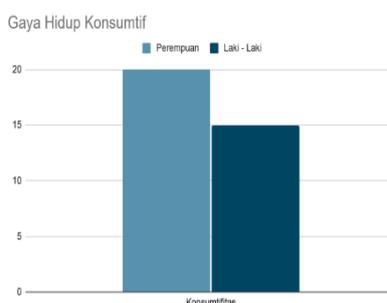


Figure 6. Diagram Gaya Hidup Konsumtif berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil keseluruhan dari data wawancara yang sudah kami lakukan dengan beberapa mahasiswa di Universitas Sebelas Maret dapat disimpulkan bahwa 56,3% mahasiswa memiliki perilaku konsumtif dan 43,7% sisanya merupakan mahasiswa yang tidak konsumtif karena masih mempertimbangkan prioritas kebutuhan mereka pribadi. Tingkat konsumtif mahasiswa jika dilihat dari perspektif jenis kelamin dapat terlihat bahwa perempuan memiliki tingkat konsumtif lebih tinggi daripada laki-laki.

Berdasarkan instrumen penelitian, perilaku konsumtif banyak dipengaruhi karena pengaruh sosial dan kepuasan emosional, hal ini dapat terlihat dari diagram pembahasan yang sudah dijelaskan diatas. Pengaruh sosial disebabkan karena melakukan pembelian atas dasar *review* dari seseorang dan juga disebabkan karena mengikuti trend masa kini dengan membeli produk yang sedang viral atau marak di masyarakat. Kepuasan emosional disebabkan karena melakukan pembelian yang beralih pada membeli barang tersebut karena dianggap lucu atau sebagai *self-reward*.

Persepsi Mahasiswa Terhadap E-Wallet dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Transaksi non-tunai merupakan transaksi tanpa menggunakan uang tunai melainkan menggunakan uang elektronik yang dimana saat ini sistem pembayaran non tunai mengacu pada sistem pembayaran secara digital. Kemunculan *e-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran serta kemudahan dan rasa aman yang ditawarkan tentu menarik minat banyak orang untuk menggunakannya. Menurut Narasumber F "*Adanya e-wallet tidak membuat saya sering melakukan pembelian, namun saya merasa termudahkan dengan adanya e-wallet karena saya tidak perlu jauh-jauh pergi ke bank bila ingin melakukan pembelian*". Hal tersebut jugalah yang dirasakan oleh mayoritas narasumber kami. Sehingga berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan dapat disimpulkan bahwa pembayaran non tunai (*e-wallet*) tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Sebelas Maret Angkatan 2022-2024. Pembayaran melalui *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap

gaya konsumtif mahasiswa karena responden lebih selektif dalam pembelian secara tunai maupun non tunai.

Pembayaran non-tunai (*e-wallet*) adalah perangkat lunak atau *platform* yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengelola informasi pembayaran mereka dengan aman. Pembayaran non-tunai (*e-wallet*) memiliki 5 indikator yaitu:

- (1) Sering menggunakan *e-wallet* untuk transaksi sehari-hari,
- (2) Penggunaan *e-wallet* mempermudah pembayaran,
- (3) Merasa aman menggunakan *e-wallet* untuk transaksi online
- (4) Beberapa mahasiswa lebih sering menggunakan *e-wallet* dibandingkan dengan uang tunai,
- (5) Diskon dan promosi dari *e-wallet* mempengaruhi keputusan berbelanja.

Berdasarkan wawancara dengan berbagai mahasiswa, mayoritas responden merasa bahwa *e-wallet* mudah digunakan karena praktis, mahasiswa setuju bahwa fitur *e-wallet* mudah dimengerti, mahasiswa menganggap *e-wallet* lebih praktis dibandingkan uang tunai walaupun terdapat juga mahasiswa yang masih menggunakan transaksi tunai untuk kebutuhan mereka, disisi lain, mereka juga menggunakan *e-wallet* untuk kepentingan menabung atau investasi. Sebagian mahasiswa juga sering memanfaatkan promo atau diskon *e-wallet*. Ada juga mahasiswa yang merasa lebih sering melakukan pembelian impulsif dengan *e-wallet*. Selain itu, responden merasa nyaman menggunakan *e-wallet* dan sering menggunakannya untuk pembayaran *online*. Beberapa mahasiswa juga merasa lebih aman menggunakan *e-wallet* dibandingkan uang tunai karena mengurangi risiko kehilangan atau pencurian uang tunai, serta adanya sistem keamanan yang kuat seperti sandi atau verifikasi. Selain itu, *e-wallet* juga lebih mudah karena proses transaksi bisa dilakukan secara instan dan tanpa perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar.

Kesimpulan

Gaya hidup konsumtif mahasiswa di era digital dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya, yaitu adanya kemudahan akses melalui *e-wallet*. Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan terhadap mahasiswa Universitas Sebelas Maret mengenai “*Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa di Era Digital: Studi Kasus terhadap Pengguna E-Wallet*” dengan instrumen penilaian pembelian impulsif menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki kontrol yang baik dan cenderung bersikap selektif dalam mengeluarkan uang dalam berbelanja. Instrumen frekuensi pembelian menunjukkan bahwa dampak keberadaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif tiap mahasiswa berbeda-beda tergantung pada kebiasaan dan kesadaran masing-masing. Instrumen pengaruh sosial menunjukkan bahwa mahasiswa mudah terpengaruh untuk membeli barang akan tetapi masih mempertimbangkan kegunaan, manfaat, dan finansial mahasiswa tersebut. Instrumen kepuasan emosional menunjukkan dampak terhadap perilaku konsumsi para narasumber kami, kepuasan emosional ini muncul ketika narasumber melakukan pembelian yang berdalih pada membeli barang tersebut karena dianggap lucu atau sebagai *self-reward*.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap mahasiswa Universitas Sebelas Maret angkatan 2022-2024, menunjukkan bahwa kehadiran *e-wallet* memberikan kemudahan, rasa aman, dan kepraktisan dalam melakukan transaksi non-tunai. Mayoritas mahasiswa merasa terbantu dengan fitur-fitur yang ditawarkan *e-wallet*. Namun, penggunaan *e-wallet* tidak terlalu berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa cenderung tetap selektif dalam melakukan pembelian, baik secara tunai maupun non-tunai. Mereka memanfaatkan *e-wallet* tidak hanya untuk berbelanja, tetapi juga untuk menabung. Meskipun ada sebagian mahasiswa yang mengaku melakukan pembelian impulsif karena kemudahan *e-wallet*, tetapi ada juga mahasiswa yang tetap mampu mengendalikan perilaku konsumtif mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* lebih berperan sebagai alat bantu

transaksi yang praktis dan aman, tanpa memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Universitas Sebelas Maret.

Referensi

- Afista, L., Aysyah, L. F., Rizki, A., & Fitri, A. N. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z terhadap Digital E-Wallet DANA. *Jurnal Pendidikan*, 8 (1), 3344-3350.
- Alfian, M. (2014). Regulasi Emosi Pada Mahasiswa Suku Jawa, Suku Banjar, dan Suku Bima. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 2(2), 263-275.
- Andrian, Christopharus, I. W., Jumawan, & M, Fadhli, N. (2022) Perilaku Konsumen. *Rena Cipta Mandiri*.
- Asrun, A. N., & Gunawan, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis & Keuangan*, 5 (1), 173 –186.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society: The information age: Economy, society, and culture* (Vol. 1, Edisi ke-2).
- Diva, M., & Anshori, M. I. (2024). Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review. *Journal of Global and Multidisciplinary*, Volume 2 Issue 6.
- Harseno, D. F. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet di Indonesia. 1–12.
- Janah, L. N., & Setyawan, S. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Penggunaan Dompot Digital di Indonesia. *Journal of Educational and Language Research*, 1(7), 709–716.
- Putri, L. S. M., & Komalasari, S. (2023). Dibalik Klik: Memahami Motif Konsumtif Generasi Z Di Era Belanja Online Dan Kebutuhan Psikologis Yang Tidak Terpenuhi. *Jurnal Psikologi Jambi*, 8(02), 1-10.
- Shepherd, I. D. H. (2011). From cattle and coke to Charlie: Meeting the challenge of self marketing and personal branding. *Journal of Marketing Management*, 27(5–6), 497–501. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.489829>
- Situmorang, F., Ainur, O., Gresia, S, S., Nasrullah, H. (2024). Analisis Gaya Konsumtif Mahasiswa Ilmu Ekonomi Unimed: Navigasi Harga Dan Promo E-commerce. *Jurnal EK&BI*, 7 (1), 294-305. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1388>
- Sutrisno. (2020). Dampak era digital terhadap budaya dan sosial masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 112–119. <https://doi.org/10.19184/jish.v9i2.14765>
- Utami, A. D., & Suhari, Y. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Ulang Penggunaan Dompot Digital (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Di Daerah Semarang). *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, 7(1), 114–122.
- Yanti, L. R., Isnaeni, N., & Rafiqi. (2022). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompot Digital (EWallet) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Islamic Economic and Finance*, 3(3), 157–167.