



Peran Literasi Keuangan Digital dan Efisiensi Penggunaan E-money dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen-Z di Perguruan Tinggi Surakarta

Shelly Nur Oktavia^{1*}, Novemy Triyandari Nugroho^{2*}, Umi Hanifah³

¹²³*Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia*

E-Mail : 220416030@mhs.udb.ac.id

ABSTRAK

Pesatnya kemajuan teknologi keuangan digital telah mendorong adopsi luas uang elektronik (e-money) di kalangan mahasiswa Generasi Z, sebuah tren yang memengaruhi pola konsumsi mereka. Ekonomi Islam memandang konsumsi yang melampaui kebutuhan aktual sebagai hal yang tidak sejalan dengan prinsip *hifz al-mal* (pemeliharaan harta), karena hal tersebut mengarah pada *israf* (sikap berlebihan) dan *tabzir* (pemborosan tanpa manfaat). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak literasi keuangan digital dan efisiensi penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di wilayah Surakarta. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan melibatkan 96 mahasiswa yang dipilih melalui metode purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan perangkat lunak IBM SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik literasi keuangan digital maupun efisiensi penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini mengisyaratkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital perlu dibarengi dengan pengendalian diri dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam guna memastikan konsumsi tetap berada dalam batas wajar serta menghindari perilaku yang berlebihan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, Efisiensi, E-money, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

*The rapid advancement of digital financial technology has driven the widespread adoption of e-money among Generation Z university students, a trend that influences their consumption habits. Islamic economics views consumption that exceeds actual needs as inconsistent with the principle of *hifz al-mal* (preservation of wealth), as it leads to *israf* (excessiveness) and *tabzir* (wasteful spending without benefit). This study aims to examine the impact of digital financial literacy and the efficiency of e-money usage on the consumptive behavior of Generation Z students in the Surakarta region. A quantitative approach was employed, involving 96 students selected via purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression with IBM SPSS version 27. The findings demonstrate that both digital financial literacy and the efficiency of e-money usage have a significant positive influence on students' consumptive behavior, whether analyzed individually*



or collectively. These results suggest that the use of digital financial services should be accompanied by self-control and the application of Islamic economic principles to ensure consumption remains within reasonable limits and avoids excessive behavior.

Keywords: *Digital Financial Literacy, Efficiency, E-money, Consumerist Behavior*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital terus berkembang dengan cepat dan membuka banyak kesempatan bagi Indonesia untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan. Pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi berbagai aktivitas ekonomi dan sekaligus memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan modern (Wiradinata & Malik, 2024). Perubahan tersebut memengaruhi cara masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam mengelola keuangan dan melakukan transaksi. Sistem pembayaran mengalami transformasi melalui hadirnya layanan keuangan berbasis teknologi, salah satunya *e-money*. Generasi Z sebagai kelompok yang berkembang di era digital cenderung mudah menerima inovasi tersebut karena menawarkan transaksi yang lebih praktis, cepat, efisien, dan fleksibel dibandingkan metode pembayaran konvensional. Karakteristik tersebut menjadikan *e-money* sesuai dengan gaya hidup digital pada generasi muda (Putri dkk., 2025).

Peningkatan penggunaan *e-money* di kalangan Generasi Z menunjukkan perubahan pola transaksi menuju sistem pembayaran digital. Fenomena tersebut terlihat jelas pada mahasiswa di Indonesia yang semakin sering memanfaatkan platform belanja *online* dan layanan keuangan digital. Kondisi ini meningkatkan frekuensi transaksi sekaligus membentuk pola konsumsi yang lebih dinamis. Tingginya penggunaan *e-money* pada mahasiswa perlu dikaji lebih lanjut untuk memahami perilaku penggunaannya serta mendukung pengembangan sistem pembayaran digital yang efektif, aman, dan berkelanjutan.

Bank Indonesia melalui data triwulan II tahun 2024 mencatat bahwa transaksi di bidang perbankan digital mencapai 5,26 miliar, yang mengalami kenaikan sebesar 32,03% dibandingkan dengan data triwulan II di tahun sebelumnya. Transaksi *e-money* juga naik sebesar 36,22% dengan jumlah total 3,87 miliar transaksi. Generasi Z dikenal mempunyai kebiasaan belanja yang cukup banyak karena kemudahan menggunakan teknologi digital dan pengaruh pola hidup modern yang semakin berkembang. Perilaku konsumtif ditunjukkan dengan membeli barang karena keinginan, perasaan, tren, diskon, atau kemudahan memperoleh barang, bukan karena kebutuhan yang benar-benar diperlukan. Kondisi itu membuat keputusan membeli sering dilakukan secara impulsif tanpa memikirkan manfaat jangka panjang atau kemampuan finansial seseorang.

Perbedaan tingkat literasi keuangan digital memengaruhi cara mahasiswa memanfaatkan *e-money* dalam mengelola pengeluaran, menilai efisiensi, dan memanfaatkan kemudahan penggunaan. Faktor tersebut pada akhirnya dapat membentuk kebiasaan belanja yang berlebihan. Penelitian yang dilakukan oleh Nurfarida dkk., (2023) di Mojokerto menunjukkan bahwa tingkat pemahaman



keuangan dan penggunaan *e-money* secara nyata berdampak pada perilaku belanja mahasiswa.

Efisiensi dalam menggunakan layanan keuangan digital bisa memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Sistem pembayaran digital memudahkan proses transaksi agar lebih cepat, sederhana, dan nyaman, sehingga mengurangi kekhawatiran sebelum melakukan pembelian. Model Penerimaan Teknologi (TAM) menjelaskan bahwa semakin mudah pengguna mengoperasikan suatu teknologi, semakin tinggi pula keseriusan mereka dalam menggunakan layanan digital tersebut. Kondisi tersebut bisa mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif jika tidak didukung oleh disiplin diri dan pemahaman tentang keuangan yang baik (Wicaksono, 2022)

Surakarta sebagai salah satu kota besar yang terletak di Jawa Tengah mempunyai banyak institusi pendidikan tinggi dengan tingkat penggunaan teknologi digital yang tinggi (Anita & Hidayah, 2024). Kondisi tersebut menjadikan Surakarta sebagai lokasi yang relevan untuk meneliti faktor apa saja yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z. Mahasiswa dari Universitas Sebelas Maret (UNS) dan Universitas Slamet Riyadi (UNISRI) mempunyai akses yang cukup baik terhadap layanan keuangan digital, namun belum tentu memiliki pemahaman yang memadai tentang dunia keuangan digital. Mahasiswa sedang dalam proses berpindah menuju kemandirian finansial, sehingga mudah terjerumus ke dalam kebiasaan belanja berlebihan karena belum memiliki penghasilan yang stabil, sementara kebutuhan dan cara hidup mereka terus bertambah. (Dinanti & Nesner, 2024). Tanpa pengendalian diri dan pemahaman mengenai keuangan yang memadai, penggunaan teknologi yang efisien justru dapat meningkatkan perilaku konsumsi yang tidak sehat. Oleh karena itu, Perilaku konsumtif mahasiswa menarik untuk diteliti karena berpotensi mencerminkan hubungan antara literasi keuangan digital dengan efisiensi penggunaan *e-money*. Penelitian ini diharapkan bisa membantu memberikan pemahaman yang lebih jelas dan nyata tentang pola konsumsi mahasiswa dalam era keuangan digital saat ini.

Tujuan Pustaka

Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital yaitu gabungan antara pemahaman tentang keuangan dan penggunaan teknologi digital dalam berbagai aktivitas keuangan. Literasi keuangan menunjukkan cara seseorang memandang, bertindak, dan memahami produk serta layanan keuangan, termasuk kemampuan untuk mengurus uang pribadi dengan benar (Rahayu, 2022). Kemampuan literasi keuangan digital membantu seseorang memahami bagaimana cara kerja layanan keuangan yang menggunakan teknologi, mengakses berbagai fasilitas yang tersedia, serta mampu mengevaluasi penggunaannya secara bijak, aman, dan bertanggung jawab. Kemampuan tersebut tidak hanya mencakup penggunaan aplikasi keuangan, tetapi juga kemampuan menilai manfaat, risiko, serta dampak jangka panjang dari setiap keputusan keuangan yang diambil melalui media digital.

Literasi keuangan digital berperan penting dalam membantu individu mengelola keuangan di tengah berkembangnya sistem pembayaran tanpa tunai



(*cashless society*). Ketersediaan layanan keuangan digital yang mudah diakses dapat meningkatkan frekuensi transaksi, sehingga berpotensi mendorong perilaku belanja yang berlebihan jika tidak didukung dengan pemahaman keuangan yang memadai. Pemahaman keuangan yang tinggi berkontribusi terhadap terbentuknya perilaku keuangan yang lebih rasional, baik dalam mengatur pengeluaran maupun menyusun perencanaan keuangan jangka panjang (Kusumawardhani dkk., 2025) dan (Wulandari., 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan memengaruhi tingkah laku konsumtif para mahasiswa.

Ini sesuai dengan Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991), dimana pengetahuan dan keyakinan seseorang membentuk sikap serta kemampuan mengendalikan perilaku, sehingga memengaruhi pengambilan keputusan keuangan secara lebih terencana serta bertanggung jawab (Widiyanti dkk., 2022).

Efisiensi

Efisiensi dalam keuangan digital mencerminkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam melakukan transaksi melalui layanan pembayaran digital seperti, bertransaksi tanpa harus bertemu langsung atau tanpa menggunakan uang tunai (Ulum & Solekah, 2024). Penggunaan *e-money* mampu menghemat waktu, tenaga, dan biaya sehingga memudahkan aktivitas transaksi sehari-hari (Rangkuti, 2021).

Kemudahan tersebut dapat meningkatkan intensitas penggunaan pembayaran digital, tetapi juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan kontrol diri yang baik. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian (Maharani & Fasa, 2025) Efisiensi transaksi yang ditawarkan oleh *E-Wallet* atau *e-money* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengguna *e-money* dapat memudahkan setiap transaksi dan dapat dilakukan dimana saja hanya dengan melalui *gadget* tanpa membawa uang tunai, serta seluruh transaksi yang dilakukan tercatat secara otomatis dalam sistem digital (Sari & Manaleni, 2025) Penghematan biaya transaksi juga dapat meningkatkan daya beli sehingga berpotensi memicu pengeluaran yang kurang terkontrol (Kurnia, 2020). Kondisi tersebut sejalan dengan Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang menjelaskan bahwa pemahaman manfaat (*perceived usefulness*) meningkatkan penerimaan dan pemakaian teknologi, termasuk layanan pembayaran digital (Wicaksono, 2022).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu kebiasaan seseorang dalam membeli barang atau layanan lebih dari kebutuhan, didorong oleh keinginan dan rasa puas secara psikologis. Perilaku seseorang bisa dipengaruhi oleh berbagai hal, baik yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri. Faktor yang ada di luar diri seseorang seperti budaya, lingkungan sosial, dan pengaruh dari keluarga. Sementara itu, faktor yang berasal dari dalam diri mencakup motivasi, kepribadian, cara seseorang memandang dirinya sendiri, pola belajar, dan gaya hidup (Mar'ah dkk.,



2025). Kondisi tersebut dapat menyebabkan pengelolaan keuangan menjadi kurang bijaksana dan tidak terkontrol.

Perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses terhadap *e-money* serta berbagai platform digital meningkatkan peluang terjadinya pembelian secara spontan, terutama pada Generasi Z yang sangat *familiar* dengan teknologi (Sustiyo, 2020). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi bisa meningkatkan frekuensi transaksi dan mendorong gaya hidup konsumtif, selama tidak ada peningkatan pemahaman tentang keuangan yang cukup. Fenomena ini sesuai dengan Teori Perilaku yang Diperencanakan (TPB), yang menjelaskan bahwa sikap dan kemampuan mengontrol perilaku memengaruhi keputusan dalam berkonsumsi, serta Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi mendorong peningkatan frekuensi penggunaan layanan digital.

Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam memberikan pandangan tegas mengenai batas wajar dalam aktivitas konsumsi. Perilaku konsumtif yang didasarkan pada keinginan berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan riil termasuk kategori *israf* (berlebih-lebihan) dan *tabzir* (pemborosan harta tanpa manfaat), dua perbuatan yang secara eksplisit dilarang dalam Al-Qur'an, di antaranya pada larangan berlebih-lebihan dalam surah Al-A'raf ayat 31 dan peringatan terhadap sifat boros yang dikaitkan dengan sifat setan pada surah Al-Isra' ayat 26–27. Larangan ini menunjukkan bahwa konsumsi dalam Islam tidak semata soal kemampuan finansial atau kemudahan transaksi, melainkan juga soal kesadaran moral dan spiritual dalam mengelola harta (Fitriyah & Putri, 2024).

Kerangka *maqashid syariah*, khususnya dimensi *hifz al-mal* (menjaga harta), menempatkan pengelolaan keuangan yang bijaksana sebagai bagian dari tujuan syariat itu sendiri. Dalam konteks ini, kemudahan teknologi pembayaran digital seperti *e-money* semestinya menjadi sarana untuk mendukung *maslahah* (kemaslahatan), bukan justru mendorong pola konsumsi yang tidak terkendali. Ketika efisiensi transaksi digital dimanfaatkan tanpa disertai kesadaran syar'i mengenai batas kebutuhan dan keinginan, potensi *israf* justru semakin besar karena hambatan psikologis dan waktu dalam bertransaksi menjadi hilang.

Konsep ini juga relevan dengan gagasan literasi keuangan syariah, yang tidak hanya mencakup pemahaman teknis terhadap produk dan layanan keuangan, tetapi juga kesadaran nilai-nilai syariah dalam pengambilan keputusan konsumsi dan pengelolaan harta (Nurzianti, 2022). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan religiusitas berperan dalam menekan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa, karena internalisasi nilai keagamaan turut membentuk kontrol diri dalam pengeluaran (Aisyah dkk., 2025; Nur dkk., 2024). Temuan ini mengindikasikan bahwa literasi finansial semata—tanpa dimensi nilai syariah—belum tentu cukup untuk mencegah perilaku konsumtif, bahkan berpotensi memperkuatnya apabila hanya meningkatkan kecakapan teknis penggunaan instrumen pembayaran tanpa disertai kesadaran moral terhadap batas konsumsi.

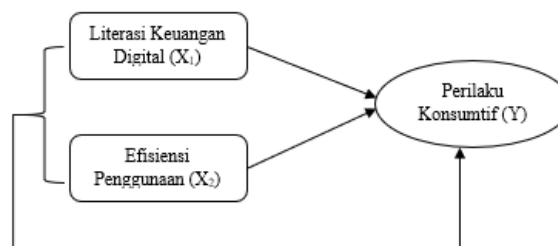


Data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dirilis Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) turut menunjukkan bahwa tingkat inklusi keuangan digital di Indonesia terus meningkat, namun peningkatan tersebut belum sepenuhnya diimbangi oleh pemahaman literasi keuangan syariah yang memadai di kalangan generasi muda. Kesenjangan ini memperkuat urgensi penelitian yang mengaitkan efisiensi penggunaan layanan keuangan digital dengan perilaku konsumtif dari sudut pandang ekonomi syariah, khususnya pada mahasiswa Generasi Z yang menjadi kelompok pengguna aktif *e-money* namun rentan terhadap pembelian impulsif.

Dengan demikian, penelitian ini memosisikan literasi keuangan digital bukan sekadar sebagai kecakapan teknis, melainkan perlu dilihat dari sejauh mana ia terintegrasi dengan nilai-nilai syariah dalam pengelolaan harta, sehingga efisiensi transaksi digital dapat mendorong *masalah* dan bukan *mudharat* berupa perilaku konsumtif yang berlebihan.

Kerangka Konseptual

Kerangka ini membantu menyusun alur berpikir yang logis dan sistematis mengenai bagaimana setiap variabel bebas (independen) yaitu Literasi Keuangan Digital dan Efisiensi Penggunaan, serta Perilaku Konsumtif (Y) sebagai variabel dependen.



Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen-Z

H2: Pengaruh Efisiensi Penggunaan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen-Z

H3: Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Efisiensi Penggunaan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen-Z

Metode

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif data primer, dimana data yang diperoleh diinput ke dalam skala pengukuran statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Sebelas Maret dan Universitas Slamet Riyadi. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan sampel penelitian ini, diperoleh 96 responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini yaitu mahasiswa gen-Z yang aktif di ke-dua Universitas serta mahasiswa yang menggunakan aplikasi *e-money*.



Teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan media *Google Form* dan berdasarkan beberapa teoritis pada setiap variabel penelitian. Variabel Literasi Keuangan Digital (X_1) berdasarkan penelitian Rahayu, (2022) yaitu *Knowledge, Experience, Skill, Awareness*. Variabel Efisiensi (X_2) berdasarkan penelitian Rangkuti, (2021) yaitu hemat waktu, hemat tenaga dan hemat biaya. Variabel Perilaku Konsumtif (Y) berdasarkan penelitian Mujahidah, (2020) yaitu, terdapat 6 indikator pernyataan. Indikator tersebut diukur dengan skala likert lima, penjelasan setiap poin sebagai berikut:

Singkatan	Keterangan	Poin
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

dilakukan analisis seperti, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan terdapat 4 uji dalam uji hipotesis. Data diolah menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS 27.

Hasil

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.80029181
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.045
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^c	Sig.	.453
	99% Confidence Interval Lower Bound	.440
	Upper Bound	.466

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov pada SPSS versi 27 menghasilkan nilai Asymp.Sig sebesar 0,200. Nilai tersebut berada di atas batas signifikansi 0,05, sehingga data dalam penelitian ini dapat dinyatakan berdistribusi normal.



Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.062	5.038		1.203	.232
X1	.407	.207	.208	1.965	.049
X2	1.039	.225	.489	4.627	.000

a. Dependent Variable: Y

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 6,062 + 0,407X_1 + 1,039X_2$$

Hasil *output* SPSS versi 27 menunjukkan bahwa data hasil persamaan regresi diatas dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta 6,062 menunjukkan bahwa Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai sebesar 6,062 apabila variabel Literasi Keuangan Digital (X₁) dan Efisiensi Penggunaan (X₂) dianggap konstan.
- 2) Variabel Literasi Keuangan Digital (X₁) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,407.
- 3) Variabel Efisiensi Penggunaan (X₂) memiliki koefisien regresi sebesar 1,0,39.

b. Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 ^a	.417	.405	6.873

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil pengujian Koefisien Determinan(R²) dapat dilihat melalui nilai *Adjusted R Square*, yaitu 0,405. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X₁) dan Efisiensi Penggunaan (X₂) berkontribusi sebesar 40,5% terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Sisa sebesar 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai R sebesar 0,650 menunjukkan bahwa keterkaitan antara variabel independen dengan Perilaku Konsumtif termasuk cukup kuat.

c. Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3146.479	2	1573.240	33.304	.000 ^b
Residual	4393.177	93	47.238		
Total	7539.656	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1



Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS versi 27, diperoleh nilai F hitung sebesar 33,304 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut berada di bawah batas 0,05, disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X_1) dan Efisiensi Penggunaan (X_2) secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

d. Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.062	5.038		1.203	.232
X1	.407	.207	.208	1.965	.049
X2	1.039	.225	.489	4.627	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil pengujian secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel Literasi Keuangan Digital (X_1) memiliki nilai t hitung 1,965 serta nilai signifikansi 0,049, tingkat signifikansi < dari 0,05. Hasil pengujian tersebut menyebabkan hipotesis pertama (H_1) diterima.
- 2) Variabel Efisiensi Penggunaan (X_2) memiliki nilai t hitung 4,627 serta nilai signifikansi 0,000, tingkat signifikansi < 0,05. Hasil pengujian tersebut menyebabkan hipotesis kedua (H_2) diterima.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Digital (X_1) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen-Z.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X_1) berperan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, maka hipotesis pertama (H_1) diterima. Kondisi ini menunjukkan bahwa meningkatnya pemahaman tentang keuangan digital di kalangan mahasiswa disertai dengan peningkatan tindakan belanja yang lebih besar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Khusaini dkk., (2026) bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Akan tetapi, apabila ditelaah dari perspektif ekonomi syariah, hasil ini justru dapat dijelaskan melalui perbedaan mendasar antara literasi keuangan digital yang bersifat teknis-prosedural dengan literasi keuangan yang berbasis nilai. Indikator literasi keuangan digital yang digunakan dalam penelitian ini (*knowledge, experience, skill, awareness*) mengukur kecakapan dan pengalaman menggunakan layanan keuangan digital, namun tidak menyentuh dimensi kesadaran syar'i mengenai batas kebutuhan dan larangan *israf*. Akibatnya, mahasiswa yang semakin cakap dan berpengalaman menggunakan *e-money* justru semakin leluasa memanfaatkan kemudahan tersebut untuk bertransaksi, tanpa disertai pengendalian diri yang berlandaskan nilai keagamaan.

Kondisi ini berbeda dengan temuan penelitian yang secara spesifik mengukur literasi keuangan *syariah* dan religiusitas, yang justru menunjukkan hubungan yang menekan perilaku konsumtif (Aisyah dkk., 2025; Nur dkk., 2024). Perbedaan arah



pengaruh ini mengindikasikan bahwa literasi finansial semata tidak secara otomatis membentuk kontrol diri; yang menjadi variabel penentu adalah sejauh mana literasi tersebut terinternalisasi dengan kesadaran nilai, sebagaimana ditekankan dalam konsep *hifz al-mal* pada maqashid syariah. Literasi keuangan digital tanpa pondasi nilai syariah berpotensi menjadi pedang bermata dua: di satu sisi memudahkan pengelolaan keuangan, tetapi di sisi lain juga mempercepat dan memperluas kapasitas seseorang untuk melakukan *israf* karena hambatan psikologis maupun teknis dalam bertransaksi semakin berkurang.

Kemampuan dalam memprioritaskan kebutuhan dan mengelola pengeluaran tetap menjadi faktor penting agar penggunaan teknologi keuangan tidak menyebabkan perilaku konsumtif yang berlebih atau tidak sehat.

Pengaruh Efisiensi Penggunaan (X_2) *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen-Z.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Efisiensi Penggunaan (X_2) berperan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, maka hipotesis kedua (H_2) diterima. Peningkatan efisiensi penggunaan *e-money* cenderung diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa.

Hal ini sesuai dengan penelitian Mz & Harahap (2025) dan Maharani & Fasa (2025). Dalam bingkai Model Penerimaan Teknologi (TAM), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memang secara teoritis mendorong intensitas pemakaian teknologi. Namun demikian, dari sudut pandang ekonomi Islam, efisiensi transaksi seharusnya dimaknai sebagai sarana untuk mencapai *maslahah*, bukan tujuan yang berdiri sendiri. Ketika efisiensi hanya diukur dari kecepatan dan kepraktisan tanpa mempertimbangkan implikasi terhadap kebutuhan riil, maka kemudahan tersebut justru dapat menjauhkan penggunaannya dari prinsip *wasathiyah* (moderasi) yang menjadi salah satu ciri utama etika konsumsi Islam. Semakin mudah dan cepat suatu transaksi dilakukan, semakin kecil pula ruang jeda bagi mahasiswa untuk mempertimbangkan aspek kebutuhan versus keinginan, sehingga keputusan pembelian menjadi lebih impulsif dan berpotensi mengarah pada *tabzir*.

Temuan ini menegaskan bahwa efisiensi teknologi keuangan digital bersifat netral secara nilai-dampaknya terhadap perilaku konsumtif sangat bergantung pada sejauh mana pengguna memiliki kesadaran dan kontrol diri yang berlandaskan nilai syariah dalam memanfaatkannya.

Pengaruh Literasi Keuangan Digital (X_1) dan Efisiensi Penggunaan (X_2) *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen-Z.

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) yang dilakukan, variabel Literasi Keuangan Digital (X_1) dan Efisiensi Penggunaan (X_2) secara bersama-sama dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) diterima. Kondisi ini membuktikan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor yang saling berkaitan. Kedua variabel independen mampu menjelaskan 40,5% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 59,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.



Besarnya proporsi variasi yang belum menjelaskan (59,5%) mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor penting lain yang turut membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, dan dari perspektif ekonomi syariah, religiusitas serta literasi keuangan syariah merupakan kandidat kuat yang belum diakomodasi dalam model ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan literasi keuangan syariah secara konsisten berperan sebagai variabel yang menekan perilaku konsumtif (Fitriyah & Putri, 2024; Nurzianti, 2022), sehingga ketidakhadiran variabel tersebut dalam penelitian ini kemungkinan menjadi salah satu penjelas mengapa literasi keuangan digital dan efisiensi justru menunjukkan hubungan positif dengan perilaku konsumtif, alih-alih hubungan negatif yang lazim ditemukan pada studi-studi berbasis nilai syariah.

Temuan ini memberikan implikasi penting bahwa peningkatan kapasitas teknis (literasi digital) dan kemudahan teknologi (efisiensi *e-money*) tidak dapat berdiri sendiri sebagai solusi untuk mencegah perilaku konsumtif. Diperlukan penguatan literasi keuangan yang terintegrasi dengan nilai-nilai syariah-mencakup pemahaman terhadap *maqashid syariah*, kesadaran akan larangan *israf* dan *tabzir*, serta penguatan religiusitas-agar kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital dapat dimanfaatkan secara bijaksana dan tidak mendorong pola konsumsi yang berlebihan.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Variabel literasi keuangan digital (X_1) dan Variabel efisiensi (X_2) secara parsial dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa gen-z di perguruan tinggi Surakarta. Kedua variabel bebas mampu menjelaskan 40,5% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 59,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Temuan yang perlu digaris bawahi adalah arah pengaruh yang bersifat positif pada kedua variabel: peningkatan literasi keuangan digital dan efisiensi penggunaan *e-money* justru diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif, bukan penurunan. Ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, kondisi ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan digital yang bersifat teknis-prosedural belum tentu membentuk kontrol diri terhadap konsumsi apabila tidak disertai kesadaran nilai syariah, khususnya pemahaman terhadap larangan *israf* dan *tabzir* serta prinsip *hifz al-mal* dalam *maqashid syariah*. Demikian pula, efisiensi transaksi digital yang tinggi tanpa diimbangi kesadaran akan batas kebutuhan berpotensi mendorong keputusan pembelian yang lebih impulsif dan menjauh dari prinsip *wasathiyah* (moderasi) dalam etika konsumsi Islam.

Berdasarkan temuan tersebut, mahasiswa diharapkan tidak hanya meningkatkan kecakapan teknis dalam menggunakan layanan keuangan digital, tetapi juga menguatkan pemahaman literasi keuangan yang berlandaskan nilai-nilai syariah agar penggunaan *e-money* dapat mendukung *maslahah* dan terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan. Perguruan tinggi, khususnya yang berbasis keislaman, disarankan mengintegrasikan edukasi literasi keuangan syariah-mencakup konsep *israf*, *tabzir*, dan *maqashid syariah*-ke dalam program



pengelolaan keuangan mahasiswa, tidak sekadar edukasi literasi keuangan digital yang bersifat teknis. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel religiusitas dan/atau literasi keuangan syariah sebagai variabel independen maupun moderasi, mengingat proporsi variasi yang belum ter jelaskan dalam penelitian ini (59,5%) membuka ruang besar bagi kontribusi faktor-faktor berbasis nilai keagamaan. Perluasan cakupan responden pada perguruan tinggi keagamaan Islam juga disarankan agar hasil penelitian memiliki relevansi yang lebih kuat terhadap kajian ekonomi syariah.

Referensi

- Aisyah, S., Nasrifah, M., & Maulidiyah, N. N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Keuangan Syariah. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(3), 1504–1514. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4146>
- Anita, T., & Hidayah, N. E. F. (2024). Pengaruh Lifestyle, Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Di Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 9(2), 194–204.
- Dinanti, H. A., & Nesner, Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup , Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Pekanbaru. *EKOMA :Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1262–1275.
- Fitriyah, C. K., & Putri, R. N. A. (2024). Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z dengan Variabel Mediasi Penggunaan Paylater. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7104–7117. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9346>
- Khusaini, M. Al, Silvianawati, S., Khaerunnisa, L., & Kharisma, I. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *SAINMIKUM*, 3(1), 11–15.
- Kurnia, L. D. (2020). Analisis Efisiensi Penerapan Transaksi Non Tunai Dalam pengelolaan Keuangan Daerah Pada Sekretariat Daerah Kota Metro Provinsi Lampung. *DERIVATIF: Jurnal Manajemen*, 14(1).
- Kusumawardhani, R., Prihatin, W., Maysan, J., & Mubarakah, S. (2025). Digital financial literacy and consumer financial behavior in emerging markets: Evidence from Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (JEB)*, 28(2), 491–512.
- Maharani, A., & Fasa, M. I. (2025). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Atau E-Money Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian (The Effectiveness of Using E-Wallet or E-Money on Students ' Consumptive Behavior in the Process of Determining Purchasing Decis. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(4), 7194–7200.
- Mar'ah, S., Gumilar, G., Gumilar.Rendra, & Widyaningrum, B. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z di Kabupaten Tegal. *Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi Dan Teknologi*, 2(3), 451–462.



- Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar). *Indonesian Journal of School Counseling*, 1–18.
- Mz, N. F., & Harahap, N. (2025). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru. *Journal Of Social Science Research*, 5(4), 590–603.
- Nur, I., Lucky, A., Fitri, E., & Roihan, M. (2024). Pengaruh E-Payment, Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 8(2).
- Nurfarida, S. M. R., Nersiwad, & Armin, R. (2023). The Influence Of Financial Literacy, Locus Of Control And E-Money On Consumptive Behavior Of Generation Z In Mojokerto District. *International Journal of Management and Business Economics (IJMEBE)*, 1(3), 211–221.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- Putri, M. C., Hasanah, U., & Rialita, A. J. (2025). The Impact of Digital Literacy on the Use of Cashless Transactions among Generation Z. *Journal of Social Science and Economic*, 4(2), 237–246. <http://jurnal.istaz.ac.id/index.php/josse/article/download/2176/611>
- Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital : Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 74–87. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.142682>
- Rangkuti, F. A. V. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Qris dan Kemudahan Qris Terhadap Efisiensi Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Uinsu*.
- Sari, R. A., & Manaleni, R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Penggunaan E-money , dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (JEMSI)*, 11(2), 878–889.
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam (IMANENSI)*, 5(1), 25–34.
- Ulum, I. F., & Solekah, N. A. (2024). The Impact of Lifestyle, Financial Literacy, and Ease of Use of E-Payment on E-Wallet Users' Consumptive Behavior in the Millennial Generation. *(MEC-J) Management and Economics Journal*, 8(1), 67–82.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (1st ed.). CV Seribu Bintang.
- Widiyanti, N. M. W., Sara, I. made, Aziz, I. S. A., Darma, K., & Wulandari, I. G. A. A. (2022). The Effect Of Financial Literature, Electronic Money, Self-Control, And Lifestyle On Student Consumption Behavior. *Journal of Tourism Economics and Policy (JTEP)*, 2(1), 1–10.



<https://www.jurnalkeberlanjutan.com/index.php/jtep/article/view/200>

Wiradinata, M. A., & Malik, A. (2024). Inovasi dan Teknologi Untuk Mendukung Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Di Era Digital Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12).

Wulandari, S. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan, Gaya Hidup dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Di Purwokerto.*