

Pengaruh Literasi Keuangan dan *Cashless Society* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Blitar

Muhammad Adib Mawardi, Faridatu Fakhriyya, Sunan Trioko.
Universitas Islam Balitar Blitar

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima : Juni 2023

Diperbaiki: Juni 2023

Disetujui : Juni 2023

Keywords:

Literasi Keuangan, *Cashless Society*, Perilaku Konsumtif.

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan cashless society terhadap perilaku konsumtif. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Kota Blitar yang berkuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Balitar, dengan jumlah 1.360 mahasiswa. Sampel penelitian adalah 100 mahasiswa, dengan menggunakan teknik purposive sampling dan rumus Slovin. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jawaban yang diukur dengan skala likert. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Alat uji instrumen penelitian berupa uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Selanjutnya, uji hipotesis dengan uji t dan uji F dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan cashless society berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Blitar.

*✉Penulis Korespondensi**

Muhammad Adib Mawardi

Email: cakadib@gmail.com

P-ISSN: 2775-3093

E-ISSN:2797-0167

DOI : 10.21107/ee.v9i1.22095

PENDAHULUAN

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyadari pentingnya literasi keuangan memiliki komitmen dalam meningkatkan indeks literasi keuangan nasional. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan OJK pada tahun 2022, tingkat literasi keuangan 2022 telah mencapai 49,68%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan Indonesia telah meningkat dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03%. Meski membaik, angka tersebut masih tergolong rendah. Indeks literasi keuangan sebesar 49,68% menunjukkan dari setiap 100 jiwa hanya sekitar 49 orang yang memiliki pemahaman tentang literasi keuangan yang baik dan sekitar 51 jiwa lainnya masih kurang dalam literasi keuangan.

Indonesia yang mengadaptasi era *society* 5.0 untuk meminimalisir ketimpangan masyarakat dan masalah ekonomi di masa depan. Society 5.0 mendorong digitalisasi menuju otomatisasi, sehingga membuat masyarakat dapat hidup semakin dekat berdampingan dengan teknologi. Di antara wujudnya adalah keberadaan ekonomi digital yang semakin berkembang dari waktu ke waktu mendorong manusia untuk semakin terbiasa dalam menggunakan sebuah alat pembayaran elektronik atau *cashless*. Otoritas Jasa Keuangan (2019) menyatakan

bahwa uang tunai memberi kemudahan bertransaksi, namun penggunaannya hanya cukup untuk transaksi bernilai kecil. Kendala tersebut mendorong terciptanya pembayaran *cashless* yang lebih praktis, efisien dan beragam.

Akan tetapi, saat ini dalam implementasi *cashless society* ini terdapat masalah yang sering dihadapi Generasi Z, yakni kurang rasionalnya mereka dalam aktivitas konsumsi dan pemasukan bergantung pada orang tua (Sabri dan MacDonald (2010) dalam Syah (2022:545)). Pemasukan yang diterima Generasi Z cenderung digunakan untuk memenuhi kebutuhan saat ini dibandingkan kebutuhan mendatang (Ramadanti, 2021:97). Pada penelitian yang dilakukan Kusuma (2020:53), *cashless* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z karena faktor kemudahan, keamanan, efisien dan inovatif. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Alvara (2020), total pengeluaran untuk telekomunikasi dan *leisure* sebesar 21,3%, sedangkan untuk *saving* dan *investment* hanya 10,3%. Adanya permasalahan semacam ini mengindikasikan perlunya literasi keuangan guna melakukan kontrol atas sumber daya moneter yang dimiliki.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan dan *Cashless Society* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Blitar".

LANDASAN TEORI

Selvi (2018:1) mendefinisikan literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan, Sedangkan Arianti (2021:2) memaparkan bahwa literasi keuangan adalah suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada *trade off* yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Sementara itu, menurut Kristanto dan Gusaptono (2021:14), literasi keuangan merupakan kepemilikan seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seseorang untuk membuat keputusan yang tepat dan efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu dalam mengelola keuangan agar terhindar dari masalah keuangan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan menurut Wardani *et al.*, (2017: 87) adalah berdasarkan faktor pengalaman dan pendidikan keuangan, faktor sosial ekonomi orang tua, faktor personal dan faktor demografi.

Berdasarkan faktor-faktor ini, maka kategori pemahaman masyarakat terhadap literasi keuangan dapat dikelompokkan sebagai *well literate*, *sufficient literate*, *less literate* dan *not literate* (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Literasi keuangan sendiri mencakup aspek pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi, manajemen uang, manajemen kredit dan utang, tabungan, investasi dan manajemen risiko (Selvi, 2018:31).

Literasi keuangan merupakan modal yang sangat penting bagi masyarakat yang saat ini semakin mengarah pada budaya *cashless society*. Menurut Haryati (2021:34), *cashless society* adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang fisik, melainkan melalui perpindahan informasi finansial secara digital. Sedangkan Nirmala *et al.* (2020:78) memaparkan bahwa *cashless society* adalah fenomena dalam masyarakat yang tidak lagi menggunakan uang tunai ketika melakukan pembayaran, melainkan menggunakan uang non tunai.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *cashless society* merupakan fenomena perubahan kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi dari uang tunai

menjadi non tunai atau dalam bentuk digital, karena dianggap lebih efektif dan efisien.

Faktor-faktor yang mempengaruhi *cashless society* menurut Yang et al., (2021:4) meliputi: persepsi manfaat, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, kompatibilitas dan persepsi kepercayaan.

Akan tetapi keberadaan *cashless society* ini merupakan hal yang patut diwaspadai agar seseorang yang terbiasa dalam perilaku konsumtif, dimana perilaku konsumtif ini menurut Lestarina et al., (2017:5), merupakan tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Jadi, perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk mengkonsumsi barang secara berlebihan yang sebenarnya tidak diperlukan, serta tidak berdasarkan pertimbangan yang rasional karena lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Menurut Sumartono, (2002) dalam Adzkiya (2018:13) indikator perilaku konsumtif yaitu: membeli produk karena iming-iming hadiah, alasan kemasannya yang menarik, demi menjaga penampilan diri dan gengsi, pertimbangan harga, hanya sekedar menjaga simbol status, unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi dan keinginan untuk mencoba lebih dari dua produk sejenis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022:15), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Blitar yang berkuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Balitar, dengan jumlah 1.360 mahasiswa. Hasil perhitungan sampel diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh sampel minimal untuk diteliti adalah 93,19 sampel dan dibulatkan menjadi 100 sampel.

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data berbentuk angka yang diolah menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika (Priadana dan Sunarsi, 2021:173). Angka tersebut dianalisis untuk mendapatkan informasi ilmiah di baliknya.

Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada Generasi Z di Kota Blitar yang berkuliah di Universitas Islam Balitar, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur, jurnal, dan internet.

Dalam penelitian ini, hasil kuesioner dikumpulkan dari data para responden yaitu generasi Z di Kota Blitar yang berkuliah di Universitas Islam Balitar. Sedangkan Observasi dijalankan dengan melakukan pengamatan terhadap generasi Z di Kota Blitar yang berkuliah di Universitas Islam Balitar. dokumentasi dilakukan dengan cara mengadakan pencatatan dan mengumpulkan data tersimpan yang berkaitan dengan literasi keuangan, *cashless society*, perilaku konsumtif, dan generasi Z di Kota Blitar.

Berdasarkan judul penelitian, maka variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu variabel independen dan dependen. Menurut Sugiyono (2022:57), variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang

mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen mempengaruhi variabel dependen baik positif ataupun negatif, serta menjelaskan bagaimana dipecahkan (Paramita *et al.*, 2021:37). Variabel independen penelitian ini adalah Literasi Keuangan (X1) dan *Cashless Society* (X2).

Menurut Sugiyono (2022:57), variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen menjadi permasalahan yang akan diselesaikan atau sebagai tujuan dari penelitian (Paramita *et al.*, 2021:37). Dalam penelitian ini, variabel dependen yang diteliti adalah Perilaku Konsumtif (Y).

Masing-masing variabel pada penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala likert dengan nilai pembobotan 1-5. Selanjutnya, data yang terkumpul akan diolah dengan menggunakan salah satu alat program statistik, yakni SPSS.

Pengujian data yang dilakukan dengan program statistik ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya, untuk mengukur layak atau tidaknya model dalam penelitian ini juga dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinearitas.

Dari hasil perhitungan statistik ini juga akan ditemukan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus regresi berganda.

Selanjutnya, pengujian hipotesis dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan uji parsial (uji t), uji F (uji simultan) dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,870	0,1966	0,000	Valid
	X1.2	0,867		0,000	Valid
	X1.3	0,795		0,000	Valid
	X1.4	0,849		0,000	Valid
	X1.5	0,789		0,000	Valid
	X1.6	0,884		0,000	Valid
<i>Cashless Society</i> (X2)	X2.1	0,834	0,1966	0,000	Valid
	X2.2	0,921		0,000	Valid
	X2.3	0,732		0,000	Valid
	X2.4	0,882		0,000	Valid
	X2.5	0,831		0,000	Valid
	X2.6	0,861		0,000	Valid
Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,746	0,1966	0,000	Valid
	Y.2	0,792		0,000	Valid
	Y.3	0,864		0,000	Valid
	Y.4	0,785		0,000	Valid
	Y.5	0,599		0,000	Valid
	Y.6	0,709		0,000	Valid
	Y.7	0,739		0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa seluruh sig indikator variabel adalah 0,000 yaitu lebih kecil dari alpha (0,05). Tabel 4.8 juga menunjukkan bahwa nilai r_{tabel} adalah sebesar 0,1966 serta r_{hitung} pada seluruh indikator variabel

memiliki nilai yang lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian, masing-masing indikator pada variabel literasi keuangan, *cashless society* dan perilaku konsumtif dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	6 Pertanyaan	0,918	0,60	Reliabel
<i>Cashless Society</i> (X2)	6 Pertanyaan	0,919	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	7 Pertanyaan	0,867	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah,2023

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang meliputi literasi keuangan, *cashless society* dan perilaku konsumtif memiliki koefisien *Alpha Cronbach* yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur.

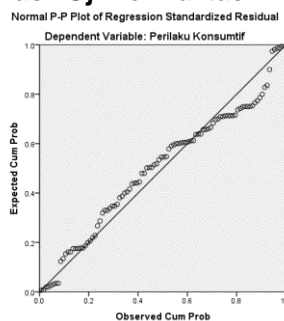
Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

N	Asym.Sig (2- tailed)	Keterangan
100	0,148	Normal

Sumber: Data diolah,2023

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai Asym.Sig (2- tailed) sebesar 0,148 yaitu lebih besar dari alpha 0,05. Dengan demikian, nilai residual dikatakan telah berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas telah terpenuhi.

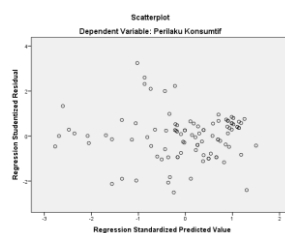
Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Probability Plot (P-Plot)



Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan gambar 1 uji normalitas metode P-Plot, dapat diketahui bahwa titik-titik residual cenderung menyebar diantara garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan layak digunakan sebagai penelitian.

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Scatterplot



Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan gambar 2 dapat diketahui bahwa titik-titik residual menyebar secara acak yang mengartikan bahwa data homogen sehingga asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Variabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X1	0,255	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,071	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah,2023

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan(X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,255 dan variabel *Cashless Society* (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,071. Nilai signifikansi kedua variabel independen lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa residual memiliki ragam homogen dan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,443	2,258	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	0,443	2,258	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah,2023

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel independen adalah 0,443 lebih besar dari 0,1. Dapat pula diketahui bahwa nilai VIF dari kedua variabel adalah 2,258 lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.193	1.697		1.881	.063
Literasi Keuangan	.401	.109	.331	3.685	.000
Cashless Society	.576	.097	.531	5.913	.000

Sumber: Data diolah,2023

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa hasil persamaan dari analisis regresi linear berganda adalah:

$$Y = 3,193 + 0,401X_1 + 0,576X_2$$

Berdasarkan hasil uji analisis linear berganda pada tabel 8 dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini, variabel independen yaitu literasi keuangan (X_1) dan *cashless society* (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y).

Tabel 9 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.193	1.697		1.881	.063
Literasi Keuangan	.401	.109	.331	3.685	.000
Cashless Society	.576	.097	.531	5.913	.000

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kedua variabel adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya, hasil uji t dengan perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} adalah sebagai berikut:

Nilai t_{hitung} variabel literasi keuangan adalah sebesar 3,685 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98472. Dengan demikian, H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari variabel Literasi Keuangan (X_1) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) sehingga H_1 diterima.

Nilai t_{hitung} variabel *cashless society* adalah sebesar 5,913 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98472. Dengan demikian, H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari variabel *Cashless Society* (X_2) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) sehingga H_2 diterima.

Tabel 7 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2376.055	2	1188.027	91.554	.000 ^b
	Residual	1258.695	97	12.976		
	Total	3634.750	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Cashless Society, Literasi Keuangan

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel 7 diketahui bahwa nilai Sig. adalah $0,000 < 0,05$. Selanjutnya, nilai F_{hitung} adalah 91,554 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,090. Dengan demikian, Dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan dari Literasi Keuangan (X1) dan *Cashless Society* (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) sehingga H3 diterima.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.654	.647	360.225

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai *R Square* (R^2) diperoleh sebesar 0,654. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antar variabel adalah kuat, dengan besar persentase pengaruh literasi keuangan dan *cashless society* terhadap perilaku konsumtif adalah 65,4% sedangkan sebesar 34,6% dipengaruhi oleh variabel lain selain model yang diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif yang diukur melalui enam indikator yang memberikan pengaruh, yaitu *basic personal finance* (18%), manajemen uang (17%), manajemen kredit dan utang (17%), tabungan (16%), investasi (15%), dan manajemen resiko (18%). Setiap indikator tersebut memiliki pernyataan dengan jumlah skor maksimal yaitu $100(\text{responden}) \times 5 = 500$. Untuk mengetahui tingkat literasi keuangan, dilakukan pengukuran dengan menjumlahkan skor pernyataan, kemudian dibagi dengan skor maksimal dan dikalikan 100 untuk mendapatkan nilai dalam bentuk persen. Setelah diperoleh skor total yaitu 444, dilakukan penghitungan rata-rata dengan membagi skor total dengan jumlah butir pertanyaan (6), sehingga menghasilkan nilai 74 atau 74%. Nilai 74% menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berada pada kategori sedang atau *sufficient literate*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan mampu meningkatkan variabel perilaku konsumtif. Hasil dalam penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan Rasyid dan Mayangsari (2022), serta Asisi dan Purwanto (2020) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini selaras dengan pernyataan OJK (2017), dimana pada tingkat *sufficient literate* individu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga serta produk dan jasa keuangan, namun tidak memiliki keterampilan dalam penerapannya. Hal ini disebabkan karena literasi keuangan hanya diterima sebagai pengetahuan atau pemahaman semata sehingga penerapannya belum berjalan maksimal bahkan masih memicu perilaku konsumtif. Dengan tingkat

literasi keuangan ini, individu dapat melakukan pembelian karena keinginan namun tetap harus disertai dengan kontrol diri.

Pengaruh *Cashless Society* terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis, *cashless society* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena indikator *perceived usefulness* (18%), *perceived trust* (18%), *perceived ease of use* (17%), *social influence* (16%), *facilitating conditions* (17%), dan *lifestyle compatibility* (14%).

Indikator tersebut menggeser uang fisik menjadi sistem *cashless* yang terus berkembang pesat sehingga masyarakat cenderung pada kebiasaan nontunai (*cashless society*). Konsep *cashless society* digambarkan sebagai keadaan dimana transaksi dilakukan melalui platform digital sehingga sistem pembayaran menjadi sangat berbeda dari biasanya.

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa *cashless society* mampu meningkatkan perilaku konsumtif. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Rasyid dan Mayangsari (2022) Layaman, Khairunnisa dan Rohayati (2022) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara *cashless society* terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini selaras dengan teori yang disampaikan oleh Kusuma (2020:53), dimana *cashless* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif karena adanya faktor yang diberikan yaitu berupa kemudahan, keamanan, efisiensi dan inovatif. Sistem *cashless* memberikan berbagai manfaat, rasa percaya, kemudahan, dan fasilitas yang lebih baik dari uang fisik sehingga mempengaruhi dalam penerapan gaya hidup.

Pengaruh Literasi Keuangan dan *Cashless Society* terhadap Perilaku Konsumtif

Dalam penelitian ini, analisis terhadap perilaku konsumtif didasarkan atas beberapa aspek yaitu pembelian produk karena mengejar hadiah (27%), pembelian produk karena kemasan menarik (21%), membeli untuk menjaga penampilan dan gengsi (8%), membeli atas pertimbangan harga (bukan manfaat dan kegunaan) (19%), membeli produk untuk menjaga simbol status (7%), membeli produk mahal karena menimbulkan percaya diri, (9%), dan membeli produk sejenis dengan merk yang berbeda (9%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan *cashless society* secara bersama-sama mampu meningkatkan perilaku konsumtif. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Rasyid dan Mayangsari (2022) serta Oktary dan Wardhani (2023) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh simultan antara literasi keuangan dan *cashless society* terhadap perilaku konsumtif.

Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif didominasi oleh pembelian produk karena mengejar hadiah, kemudian diikuti oleh melakukan pembelian karena kemasan menarik. Hasil tersebut selaras dengan pernyataan Oktary dan Wardhani (2022:13), dimana perilaku konsumtif menjadi perilaku berbelanja secara berlebihan yang hanya menginginkan kesenangan semata. Pada dasarnya, perilaku konsumtif adalah konsumsi barang secara berlebihan dan tidak berdasarkan pertimbangan yang rasional sehingga sulit membedakan antara keinginan dan kebutuhan, terlepas dari apakah produk tersebut dibutuhkan. Literasi keuangan menjadi elemen dalam proses mengelola keuangan yang keberadaannya diharapkan melindungi dari masalah keuangan akibat pola konsumsi yang tidak terkendali. Adanya fenomena *cashless society* yang dianggap lebih efektif dan efisien telah mengubah pola konsumsi menjadi lebih konsumtif.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sesuai perumusan masalah sebagai berikut: Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Blitar. *Cashless society* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Blitar. Literasi keuangan dan *cashless society* secara bersamaan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Blitar.

Akan tetapi penelitian ini peneliti memiliki beberapa keterbatasan, yakni: Pertama, metode pengumpulan data dominan menggunakan kuesioner, sehingga memungkinkan databersifat subyektif. Maka, akan lebih baik jika metode wawancara dilakukan demimemperoleh hasil yang lebih lengkap. Kedua, Variabel masih berfokus pada literasi keuangan dan *cashless society* terhadap perilaku konsumtif sehingga perlu digali variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, seperti gaya hidup dan kelas sosial. Ketiga, Adanya keterbatasan waktu dari peneliti dalam memperoleh sampel yang digunakan dalam penelitian, yaitu dengan jumlah 100 responden.

Variabel-variabel di luar penelitian yang mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar merupakan kesempatan untuk mengembangkan penelitian bagi peneliti selanjutnya yang diharapkan dapat mengkombinasikan atau mengembangkan penelitian dengan meneliti variabel lain di luar penelitian ini.

Adapun rekomendasi penelitian ini bagi Generasi Z adalah agar lebih meningkatkan implementasi dari literasi keuangan, yakni dengan mengedepankan praktik secara sistematis, seperti dengan menganggarkan tabungan maupun investasi secara periodik, sehinggapenggunaan dana akan selaras dengan manfaat yang dimiliki. Selanjutnya untuk pengguna *cashless* diharapkan dapat meminimalisir perilaku konsumtif dengan lebih mempertimbangkan fungsi barang pada saat melakukan konsumsi barang, yakni dengan sesuai kebutuhan atau skala prioritas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017). *Skripsi*. Jakarta: Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Alvara Research Center. (2020). *Indonesia Gen Z and Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation*. Jakarta Selatan: PT Alvara Strategi Indonesia.
- Arianti, B. F. (2021). *Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya)*. Banyumas: Cv Pena Persada.
- Asisi, I., & Purwanto. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 2 No. 1*, 107-118.
- Haryati, D. (2021). Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19. *BIEJ: Business Innovation & Entrepreneurship Journal Vol. 3 No.1*, 33-39.
- Kristanto, H., & Gusaptono, R. H. (2021). *Pengenalan Literasi Keuangan Untuk Mengembangkan UMKM*. Yogyakarta: LPPM UPN Veteran Yogyakarta.

- Kusuma, V. T. (2020). Pengaruh Dompot Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa di Universitas Raharja. *Jl-Tech: Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT*, Vol. 16, No. 2, 50-54.
- Layaman, Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Intervening. *Hawalah : Kajian Ilmu Ekonomi Syariah* Vol. 1, No. 2, 61-73.
- Lestarina, E., et al. (2017). Perilaku Konsumtifdi Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* Vol. 2 No. 2, 1-6.
- Nirmala, Miftah, M., & Murtatik, S. (2020). Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Cashless Society. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* Vol 2, No 1, 78-96.
- Oktry, Dewi., Wardhani, Faradina Inda . (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra* 13 (1), 11-22.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Literasi Keuangan*. (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>, diakses)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Hidup Praktis Ala Cashless Society*. (<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20557>, diakses)
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Ramadanti, H. R. A. S., Nawir, J., & Marlina. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z pada Cashless Society. *Jurnal Visionida*, Volume 7 No.2, 97.
- Rasyid, Muhammad Fadhil., Mayangsari, Sekar. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian diri dan *Cashless Society* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Trisakti. *Jurnal Ekonomi Trisakti* 2(2):1251-1
- Selvi. (2018). *Literasi Keuangan Masyarakat: Pahami Investasi Keuangan Anda*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Syah, M. A. (2022). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Perguruan. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya - Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.10 No. 2, 545-553.
- Wardani, E. W., Susilaningih, Sangka K. B. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret. *Jurnal "Tata Arta" UNS*, Vol. 3, No. 3, 80-93:87-90.
- Yang, M., et al. (2021). Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets. *Sustainability* Vol. 13 Issue 2, 1-18.