

PENGARUH *FINTECH PAYMENT* DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Tiara Ayu Kristyaningrum¹, Khoirina Noor Anindya^{2*}

Universitas Islam Indonesia (UII), Indonesia^{1,2}

**khoirina.noor.anindya@uii.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *fintech payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebagai generasi Z yang adaptif dengan perkembangan teknologi layanan keuangan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dengan jumlah responden adalah 83. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS disertai dengan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fintech payment* dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi intensitas penggunaan aplikasi *fintech payment* maka perilaku konsumtif juga semakin meningkat karena adanya kemudahan pembayaran dalam berbelanja serta adanya eksposur *discount*. Semakin tinggi literasi keuangan juga meningkatkan perilaku konsumtif karena dengan pengetahuan keuangan yang dimiliki, mahasiswa dapat mengakses berbagai macam aplikasi belanja dan lebih mengutamakan kegiatan belanja demi kesenangan.

Kata Kunci: *Fintech Payment*; Literasi Keuangan; Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This paper studies the influence of fintech payments and financial literacy on the consumptive behaviour of students as Generation Z who are adaptive to the development of financial service technology. The method used is a quantitative method with data collection through a questionnaire with a total of 83 respondents. The analysis tool used is SPSS accompanied by multiple linear regression tests. The results of the study indicate that fintech payments and financial literacy have a positive and significant effect on consumptive behaviour. The higher usage intensity of fintech payment application results in higher consumptive behaviour due to the ease of payment in shopping and exposure to discounts. Higher financial literacy also increases consumptive behaviour because with financial knowledge, students can access various shopping applications and prioritize shopping activities for pleasure.

Keywords: *Fintech Payment, Financial Literacy, Consumptive Behaviour*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang kian cepat serta tuntutan masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam bertransaksi, terutama di era digital ini menyebabkan *Financial Technology (Fintech)* berkembang pesat. *Fintech* adalah inovasi di bidang jasa keuangan yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih praktis, efisien, dan inklusif. Nilai ekonomi digital Indonesia pada tahun 2022 mencapai USD77 miliar dan diproyeksikan meningkat menjadi USD130 miliar pada tahun 2025. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya transaksi digital seperti uang elektronik dan QRIS, serta bertambahnya jumlah pengguna *fintech*. *Fintech* juga memperluas akses ke layanan keuangan, terutama bagi masyarakat yang sebelumnya belum

terlayani oleh bank konvensional, melalui layanan seperti pembayaran digital, *peer-to-peer* (P2P) lending, dan investasi *online* (Muin, Manda, Abidin, & Idris, 2025).

Penggunaan *fintech* yang meningkat didukung oleh adanya pasar daring dan pasokan perangkat seluler yang berkembang pesat, kebutuhan akan layanan pembayaran *Fintech* seluler yang memungkinkan pembayaran daring meningkat (Kang, 2018). Teknologi ini mencakup berbagai aplikasi, *platform*, dan alat yang digunakan di industri keuangan, seperti alat transaksi digital, aplikasi untuk penyimpanan uang, serta sistem pinjaman uang. Selain itu, *fintech* juga memberikan solusi untuk meningkatkan kelancaran sistem pembayaran, yang sangat berperan dalam mempercepat berbagai transaksi keuangan yang sebelumnya memerlukan waktu lebih lama. Di sisi lain, *fintech* juga berfokus pada peningkatan efisiensi operasional dalam sistem keuangan serta meningkatkan tingkat keamanan dan keandalan sistem pembayaran yang ada.

Fintech yang digunakan untuk pembayaran atau kerap disebut dengan *fintech payment* atau *Electronic Wallet (E-Wallet)* menjadikan berbagai macam transaksi dapat dilaksanakan dimana saja dan kapan saja. Beberapa contoh *fintech payment* adalah Dana, Ovo, Link Aja dan Gopay (Betharini & Sungkono, 2025). Terdapat *fintech payment* lainnya yaitu ShopeePay dimana ShopeePay juga menyediakan fitur pembayaran di toko fisik, transfer dana antar pengguna, hingga penawaran promo menarik seperti *cashback*, potongan harga, dan gratis ongkir yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen (Nugroho, Purba, & Helwani, 2022). Penggunaan ShopeePay mengalami peningkatan yang cukup signifikan, khususnya di kalangan generasi muda, seperti Generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada era digital dan dimanjakan dengan berbagai perangkat elektronik terutama *smartphone* (Fathania & Anindya, 2025).

Menurut (Taqiyuddin & Abdurrahman, 2022) penggunaan *fintech payment* yang meningkat disebabkan oleh berbagai faktor, di antaranya adalah kemudahan dalam mengakses dan menggunakan aplikasi, integrasi langsung dengan *platform* belanja *online*, serta adanya insentif dalam bentuk promosi yang dinilai menguntungkan pengguna. Kepraktisan, kenyamanan, dan fitur-fitur unggulan yang ditawarkan menjadikan *fintech payment* sebagai salah satu pilihan utama dalam melakukan transaksi digital di era ekonomi modern yang semakin terdigitalisasi. *Fintech payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena adanya kemudahan transaksi, promo *cashback* dan kecepatan pembayaran turut mendorong peningkatan konsumsi di kalangan mahasiswa (Maulidatinisa, Zulaihati, & Respati, 2025)

Selain perkembangan *fintech* yang memudahkan transaksi digital masyarakat khususnya mahasiswa sebagai generasi Z, literasi keuangan juga penting dimiliki oleh mahasiswa agar dalam menggunakan kecanggihan teknologi keuangan dapat diimbangi dengan pengetahuan yang matang. Dengan literasi keuangan yang baik, mahasiswa cenderung lebih percaya diri untuk mengambil keputusan konsumsi sehingga pengeluaran konsumsi terencana dengan matang (Mursalim, Oktaviani, & Abdullah, 2024). Namun, temuan lain menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, semakin tinggi kemampuan mahasiswa dalam mengambil keputusan keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif (Pulungan & Febriaty, 2018).

Dengan perkembangan *fintech* di kalangan mahasiswa yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif serta pentingnya literasi keuangan dalam mempengaruhi pembelian barang dan jasa, maka penelitian ini berfokus pada pengaruh *fintech payment* dan literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa.

Fintech Payment

Inovasi dalam industri keuangan yang menggabungkan teknologi informasi dengan layanan keuangan untuk memfasilitasi proses pembayaran secara efisien, praktis, dan aman berkaitan erat dengan *Financial Technology (Fintech)*. Menurut (Junitasari, Indrajaya, Wantara, & Dwipayana, 2023) *fintech* merupakan bentuk inovasi dalam layanan keuangan

yang memungkinkan transaksi dilakukan tanpa harus menggunakan uang tunai. *Fintech* mencakup berbagai macam layanan berbasis teknologi, seperti pembayaran digital, pinjaman *peer-to-peer*, pengelolaan keuangan pribadi, investasi daring, dan berbagai layanan keuangan lainnya. Beberapa model bisnis *fintech* adalah 1) *Payment* (Pembayaran); 2) *Wealth Management* (Manajemen Kekayaan); 3) *Crowdfunding*; 4) *Lending* (Peminjaman); 5) *Capital Market* (Pasar Modal); 6) Asuransi (Giglio, 2021).

Salah satu jenis *Fintech* yang saat ini kian digemari adalah *Fintech Payment*. Pengguna *Fintech Payment* dapat melakukan berbagai transaksi pembayaran-mulai dari pembayaran tagihan, belanja online, hingga transaksi offline-tanpa perlu menggunakan uang tunai atau instrumen fisik seperti cek dan kartu kredit. Menurut (Azzahra, Andriana, & Saputri, 2024) layanan *fintech payment* memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran mandiri dan terjamin keamanannya. *Fintech payment* merupakan layanan jasa keuangan dengan sentuhan teknologi yang membantu jual beli dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Hannes, Ramadhan, & Bakaruddin, 2025)

Beberapa contoh *fintech payment* yang ada di Indonesia adalah 1) ShopeePay; 2) Ovo; 3) Dana dan 4) ShopeePay. ShopeePay memiliki beberapa fitur yaitu fasilitas QRIS di berbagai merchant; mencicil menggunakan SPayLater; mengirim uang gratis ke bank dan sesame ShopeePay; dapat menyimpan saldo hingga Rp 20.000.000; dan bisa mencairkan dana dengan SPinjam. Ovo memiliki beberapa fitur yaitu memiliki aplikasi yang simple, instan dan aman; memiliki banyak deals dan promo; terdapat fasilitas Ovo Premier; dapat top-up dimana saja serta membayar tagihan dan mengisi pulsa; dapat berdonasi; fasilitas Ovo Invest untuk berinvestasi; dan fasilitas mengatur keuangan. Dana memiliki beberapa fitur yaitu dapat mengirim uang dengan praktis dan fleksibel; dapat menggunakan QRIS; transfer uang dengan mudah menggunakan QR dan Link; bisa menyimpan kartu bank; fasilitas Dana Kaget untuk berbagi hadiah. GoPay memiliki beberapa fitur yaitu dapat melakukan transaksi dengan aman dan praktis; memiliki jaminan layanan bantuan 24 jam selama 7 hari penuh; jaminan saldo kembali; serta perlindungan data dan privasi.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai kompetensi keuangan seseorang yang berkaitan dengan manajemen keuangan. Terdapat 5 kategori yang berkaitan dengan literasi keuangan yaitu 1) Pengetahuan mengenai konsep keuangan; 2) Kemampuan komunikasi terkait konsep keuangan; 3) Bakat dalam mengelola keuangan pribadi; 4) Kemampuan dalam membuat keputusan keuangan yang sesuai; dan 5) Percaya diri dalam melakukan perencanaan yang efektif untuk kebutuhan keuangan di masa mendatang (Remund, 2010).

Literasi keuangan adalah pemahaman dan keterampilan dalam mengelola uang secara efektif, termasuk dalam hal menabung, investasi dan mengendalikan pengeluaran. Literasi keuangan juga memiliki peran untuk meningkatkan kemampuan dalam membuat keputusan keuangan dan menghindari hutang yang berlebihan (Chatrine, Sari, & Wijayantini, 2025).

Literasi keuangan menjadi penting karena masyarakat menghadapi berbagai keputusan keuangan yang penting dengan konsekuensi jangka panjang. Masyarakat harus membuat keputusan keuangan terkait biaya kuliah untuk anak, pembelian mobil, rumah, asuransi kesehatan, program pensiun, menabung, berinvestasi dan sebagainya (Lusardi & Mitchell, 2023)

Literasi keuangan dapat pula diartikan sebagai sebuah pengetahuan komprehensif mengenai pengelolaan keuangan, investasi dan risikonya bagi seorang individu. Seorang individu yang memiliki literasi keuangan yang baik diharapkan akan membuat keputusan keuangan yang logis berdasarkan pada kondisi keuangan yang dihadapi dan meminimalisir potensi kerugian yang mungkin terjadi.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan, dimana hal tersebut dikaitkan dengan sifat materialistis (Pulungan & Febriaty, 2018). Fenomena ini semakin nyata seiring dengan tren globalisasi dan meningkatnya daya beli masyarakat perkotaan. Dalam masyarakat modern, barang dan jasa tidak hanya dipandang sebagai kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai simbol status sosial dan identitas (Wulandari & Halizah, 2021).

Beberapa aspek perilaku konsumtif adalah 1) Membeli barang karena mendapatkan hadiah; 2) Membeli sesuatu karena kemasan barang menarik; 3) Membeli sesuatu atas gengsi; 4) Membeli sesuatu sebab potongan; 5) Membeli sesuatu karena status sosial; 6) Membeli sesuatu karena iklan; 7) Membeli sesuatu yang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri; 8) Membeli dua barang dari merek yang berbeda (Citra & Komara, 2025).

Perilaku konsumtif juga dapat diartikan sebagai kebiasaan untuk mengonsumsi barang dan/atau jasa yang sebenarnya belum atau tidak dibutuhkan oleh seorang individu. Seorang individu yang berperilaku konsumtif dapat dikatakan belum bisa membedakan antara *wants and needs* (keinginan dan kebutuhan) karena membeli barang dan/atau jasa melebihi dari kebutuhan dasarnya.

Pengembangan Hipotesis

Financial Technology (Fintech) sebagai inovasi dalam bidang keuangan yang memberikan kenyamanan para penggunanya terutama dalam melakukan transaksi keuangan di era digital. Beberapa jenis *fintech* yang ada di Indonesia adalah sistem pembayaran digital, *peer-to-peer lending*, perbankan digital, *robo advisor* dan sebagainya. Salah satu jenis *fintech* yang kian berkembang di kalangan mahasiswa sebagai generasi Z adaptif terhadap perkembangan teknologi terkini adalah *fintech* dengan jenis pembayaran digital atau *fintech payment*. *Fintech* yang digunakan untuk pembayaran atau kerap disebut dengan *fintech payment* atau *Electronic Wallet (E-Wallet)* memudahkan generasi Z untuk melakukan transaksi atau pembayaran dimana saja dan kapan saja.

Namun dengan kemudahan tersebut, mahasiswa memiliki intensitas lebih untuk menggunakan aplikasi *fintech payment* untuk berbelanja karena keamanan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh perusahaan penyedia aplikasi *fintech payment* yang dikaitkan dengan adanya perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh (Aulia et al., 2023) menunjukkan bahwa *fintech payment* memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif, namun ketika dimoderasi oleh tingkat literasi keuangan yang tinggi, dampak negatif dari *fintech* dapat dikurangi.

Apabila dibandingkan dengan layanan pembayaran yang diberikan oleh perbankan, maka *fintech payment* salah satunya adalah ShopeePay memiliki keunggulan yaitu kemudahan dalam berbelanja dan langsung dapat membayarnya. Layanan perbankan juga memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan pembayaran tanpa harus melalui *teller bank* atau mesin ATM (Amri, Mohammed, & Bakr, 2021). Tidak hanya ShopeePay, terdapat *fintech payment* lain yang juga diakses oleh masyarakat terutama mahasiswa yaitu Ovo, Dana, dan GoPay.

Tawaran yang diberikan oleh perusahaan yang terafiliasi oleh *fintech payment* misalnya promo, cashback dan *discount* membuat mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif. (Arifa, Asriany, & Samsinar, 2024) menyatakan bahwa *fintech payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁ : *Fintech Payment* Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan adalah ilmu mengenai tata kelola uang dimulai dari perencanaan, pengelolaan, pengambilan keputusan dan berinvestasi untuk mencapai kesejahteraan keuangan (Hannes, Ramadhan, & Bakaruddin, 2025). Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan memiliki kontrol diri yang lebih tinggi terhadap konsumsi, termasuk menahan diri dari godaan promosi atau kemudahan pembayaran digital yang sering kali mendorong perilaku konsumtif sehingga terdapat korelasi negatif antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif (Hermawan & Septiani, 2024).

Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi serta adanya alokasi dana di luar kebutuhan dasar menyebabkan mahasiswa tergiur untuk melakukan pembelian barang dan/atau jasa yang dilakukan melalui berbagai platform belanja. Literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa diantaranya adalah kemampuan dalam mengambil keputusan berkaitan dengan perencanaan keuangan yang matang akan menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan literasi keuangan yang baik, mahasiswa cenderung lebih percaya diri untuk mengambil keputusan konsumsi sehingga pengeluaran konsumsi terencana dengan matang (Mursalim, Oktaviani, & Abdullah, 2024).

Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, semakin tinggi kemampuan mahasiswa dalam mengambil keputusan keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif (Pulungan & Febriaty, 2018). Mahasiswa yang memiliki informasi cukup terkait dengan pengelolaan keuangan, investasi dan risiko dapat berpikir secara rasional untuk mencegah pengeluaran berlebihan untuk berbelanja secara impulsif karena adanya discount atau Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas). Dengan demikian hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₂ : Literasi Keuangan Berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei menggunakan kuisioner. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Sarjana Terapan Bisnis Digital yaitu 473 mahasiswa. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, digunakan rumus Slovin. Tingkat kesalahan yang digunakan penentuan jumlah sampel adalah sebesar 10%, sehingga dihasilkan sampel penelitian yaitu 83 mahasiswa. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS. Teknik pengumpulan data menggunakan *online questionnaire* dengan skala likert 1-5 (artinya sangat setuju, 4 artinya setuju, 3 artinya netral, 2 artinya tidak setuju dan 1 artinya sangat tidak setuju).

Definisi Operasional Variabel

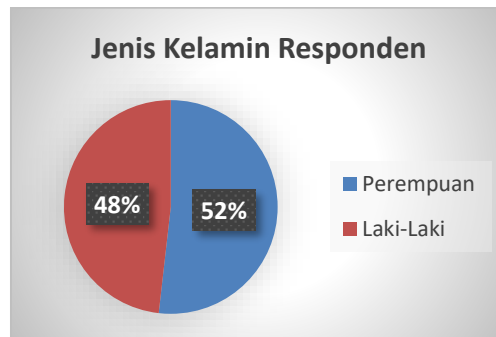
Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen (variabel bebas) yang meliputi Fintech Payment (X₁) dan Literasi Keuangan (X₂) serta terdapat satu variabel dependen (variabel terikat) yaitu Perilaku Konsumtif (Y).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
Fintech Payment	Layanan Pembayaran Digital	1. Kemudahan penggunaan aplikasi	Betharini dan Sungkono (2025)
		2. Kecepatan transaksi	
		3. Frekuensi penggunaan	
		4. Keamanan dan kepercayaan terhadap layanan	
Literasi Keuangan	Pengetahuan Manajemen Keuangan	1. Pengetahuan dasar keuangan pribadi	(Salsabila & Mulyati, 2023)
		2. Kemampuan mengelola kas dan tabungan	
		3. Pemahaman investasi	
		4. Manajemen risiko keuangan	
Perilaku Konsumtif	Pembelian Impulsif	1. Pembelian impulsif	Betharini dan Sungkono (2025)
		2. Pembelian berdasarkan kesenangan	
		3. Pembelian karena ada <i>discount</i>	

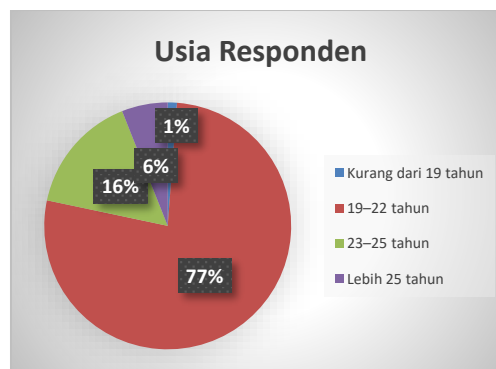
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini ditunjukkan dalam Gambar 1. Jenis Kelamin Responden; Gambar 2. Usia Responden; dan Gambar 3. Pengeluaran Responden.



Gambar 1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 43 orang atau sebesar 51,81% dari total responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 40 orang, yaitu sebesar 48,19%. Hal ini dapat diartikan bahwa distribusi jenis kelamin dalam penelitian ini tergolong seimbang. Komposisi ini memberikan gambaran bahwa baik mahasiswa laki-laki maupun perempuan memiliki representasi yang relatif setara dalam penelitian mengenai *fintech payment*, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif.



Gambar 2. Usia Responden

Dari data di atas, terlihat bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 19–22 tahun, yaitu sebanyak 64 orang atau 77,11% dari total responden. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang menjadi objek penelitian berada dalam usia kuliah pada umumnya. Sebanyak 13 responden (15,66%) berada pada rentang usia 23–25 tahun. Adapun responden dengan usia lebih dari 25 tahun berjumlah 5 orang (6,02%), dan yang berusia kurang dari 19 tahun hanya 1 orang (1,20%). Komposisi ini menunjukkan bahwa fokus utama dalam penelitian ini memang berada pada kelompok usia muda (remaja akhir hingga dewasa awal), yang relevan dalam pemanfaatan *fintech* dan literasi keuangan di kalangan mahasiswa.



Gambar 3. Pengeluaran Responden

Berdasarkan data di atas, mayoritas responden memiliki pengeluaran per bulan di atas Rp 1.500.000, yaitu sebanyak 53 orang atau 63,86% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden berada dalam kategori tinggi jika dibandingkan dengan kategori lainnya.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.052	0.675		10.448	0.000
	Fintech Payment. XI	0.315	0.077	0.426	4.091	0.000
	Literasi Keuangan. X2	0.248	0.084	0.361	2.952	0.004

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Fintech Payment ke Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan dalam penelitian ini, variabel *Fintech Payment* (X_1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,315 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai ini menunjukkan bahwa *Fintech Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan layanan pembayaran digital atau *Fintech Payment*, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian.

Fintech Payment berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hal itu dikarenakan *fintech mobile payment* dapat meningkatkan efektifitas kinerja individu karena individu tidak perlu meninggalkan rumah dalam berbelanja (Mursalim, Oktaviani, & Abdullah, 2024). *Fintech payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena adanya kemudahan transaksi, promo *cashback* serta kecepatan pembayaran (Maulidatinisa, Zulaihati, & Respati, 2025). *Digital payment* atau *fintech payment* juga berkorelasi positif terhadap perilaku konsumtif (Pujia, Hidayat, Kamela, Susilowati, & Suhartono, 2024)

Beberapa indikator dalam variabel *Fintech Payment* adalah kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan transaksi, frekuensi penggunaan dan keamanan dan kepercayaan terhadap layanan. Indikator tersebut mengukur bagaimana responden menggunakan aplikasi *fintech* dalam kehidupan sehari-hari dan responden menilai bagaimana performa dari aplikasi *fintech* tersebut serta penilaian terhadap tingkat keamanan dan kepercayaan layanan.

Pengaruh positif *Fintech Payment* terhadap *Perilaku Konsumtif*, disebabkan karena mahasiswa menilai bahwa aplikasi *Fintech Payment* dapat diakses dimanapun dan

kapanpun serta mudah dioperasikan sehingga apabila mahasiswa melakukan pembelian terhadap barang atau jasa tertentu maka akan lebih cepat diselesaikan dan tidak tertunda pembayarannya.

Dengan kemudahan pembayaran dalam berbelanja, mahasiswa terstimulasi untuk melakukan *window shopping* yang berujung pada *check-out* produk yang kemudian segera melakukan pembayaran melalui *fintech payment*. Hal ini dikaitkan dengan adanya Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) yang kerap diadakan oleh perusahaan yang terafiliasi dengan *Fintech Payment*, salah satunya adalah Shopee (Prayitno, 2023). Hal ini sejalan dengan salah satu indikator *Fintech Payment* yaitu kemudahan dalam penggunaan aplikasi dan salah satu indikator Perilaku Konsumtif yaitu pembelian karena ada *discount*.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh studi Mursalim, Oktaviani, & Abdullah, (2024) yang menemukan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan kemudahan layanan digital ini untuk membeli barang secara cepat, khususnya yang ditawarkan dalam platform daring. Tingginya eksposur terhadap media sosial dan fitur-fitur impulsif seperti "beli sekarang, bayar nanti" atau "*one-click payment*" menyebabkan mahasiswa melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang.

Mahasiswa sebagai generasi Z yang pandai mengoperasikan *gadget* sangat mudah beradaptasi dengan teknologi keuangan, tetapi sering kali belum memiliki kontrol finansial yang matang. Terlebih, kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh *fintech payment* menghilangkan hambatan psikologis dalam mengeluarkan uang secara fisik, sehingga mereka lebih mudah tergoda untuk membeli sesuatu secara instan. *Fintech* dibutuhkan untuk memudahkan dalam melakukan berbagai macam transaksi keuangan namun dibutuhkan sikap bijak untuk menggunakannya (Kuswanto, Aryanti, & Arief, 2024).

Fintech payment seperti GoPay, Ovo, Dana dan ShopeePay tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran namun juga sebagai alat bantu pengelolaan keuangan (Chatrine, Sari, & Wijyantini, 2025). *Fintech payment* membantu para pengguna untuk mengidentifikasi pengeluaran dalam kegiatan konsumsi serta mencatat berbagai transaksi yang telah dilakukan agar memudahkan pengguna melihat riwayat transaksi (Citra & Komara, 2025). Walaupun *fintech payment* sudah dilengkapi dengan fitur pencatatan transaksi keuangan pelanggan, namun peningkatan perilaku konsumtif tetap terjadi karena mahasiswa merasa bahwa *fintech payment* merupakan aplikasi yang *user-friendly* dan memberikan kemudahan serta kenyamanan dalam berbelanja, meskipun menuju pada pembelian yang impulsif.

Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini, variabel Literasi Keuangan (X_2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,248 dengan nilai signifikansi 0,004, yang berarti literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang terjadi.

Meskipun secara teoritis literasi keuangan diasumsikan dapat menekan atau mengurangi kecenderungan konsumtif karena pengetahuan yang lebih baik mengenai manajemen keuangan atau pengelolaan keuangan, hasil penelitian ini justru menunjukkan pengaruh positif, yang artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan konsumsi.

Beberapa indikator literasi keuangan adalah pengetahuan dasar keuangan pribadi, kemampuan mengelola kas dan tabungan, pemahaman investasi, dan manajemen risiko keuangan. Indikator tersebut mengukur bagaimana responden menilai kemampuan pribadi individu terkait pengelolaan keuangan, investasi dan risiko keuangan. Mahasiswa yang menilai dirinya mampu mengelola keuangan, investasi dan risiko keuangan ternyata tetap melakukan pembelian berdasarkan kesenangan, dimana mahasiswa membeli barang karena unik dan terlihat menarik. Selain itu mahasiswa juga membeli barang yang mahal

berkaitan dengan kualitas dan dapat menambah kepercayaan diri. Literasi keuangan juga menunjukkan kemampuan bahwa mahasiswa dapat mengakses segala aplikasi berbelanja digital dan mereka pun dapat melakukan komparasi aplikasi belanja yang memberikan keuntungan lebih besar.

Hal itu mencerminkan bahwa pengetahuan dan pemahaman keuangan yang dimiliki oleh seorang individu bisa jadi dimaksimalkan untuk mencari informasi lebih dalam terkait aplikasi belanja untuk menuruti perasaan senang dalam berbelanja. Hal ini sesuai dengan temuan dari (Mustafid & Utami, 2016) yang menyatakan bahwa terdapat *hedonic shopping value* yaitu sebuah perasaan senang, nikmat dan puas yang dirasakan konsumen setelah berbelanja. Lebih lanjut, pembelian karena kesenangan dapat dilakukan apabila kebutuhan primer mahasiswa sudah terpenuhi dan memiliki alokasi dana untuk dapat memenuhi kesenangannya. Apabila mahasiswa memaksakan diri untuk melakukan pembelian karena kesenangan tanpa memperhatikan kondisi keuangan yang dimiliki, maka mahasiswa dapat terjerumus pada hutang yang berlebihan.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Perkembangan teknologi di era digital ini menyebabkan masyarakat menikmati berbagai macam kemudahan dalam hal layanan jasa keuangan, tak terkecuali mahasiswa sebagai generasi Z yang lekat sebagai generasi yang sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi. Layanan jasa keuangan yang berkembang massif adalah *Financial Technology* (*Fintech*). *Fintech* sebagai yang mencakup aplikasi, platform, dan alat yang digunakan di industri keuangan, seperti alat transaksi digital, aplikasi untuk penyimpanan uang, serta sistem peminjaman uang. Selain itu, *fintech* juga memberikan solusi untuk meningkatkan kelancaran sistem pembayaran, yang sangat berperan dalam mempercepat berbagai transaksi keuangan yang sebelumnya memerlukan waktu lebih lama, atau disebut dengan *Fintech Payment*.

Fintech Payment sebagai salah satu terobosan pembayaran digital memberikan banyak keunggulan diantaranya adalah kemudahan dalam bertransaksi dimana saja dan kapan saja serta aplikasi yang *user-friendly* atau mudah digunakan. Dengan berbagai macam kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *Fintech Payment* dapat meningkatkan Perilaku Konsumtif mahasiswa. *Fintech Payment* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif. Mahasiswa yang menggunakan *Fintech Payment* dalam pembayaran ketika berbelanja karena kepraktisan dan dapat membeli barang secara cepat serta adanya *discount* untuk produk tertentu saat Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas).

Perilaku konsumtif mahasiswa secara teori dapat dikurangi dengan adanya literasi keuangan yang baik, namun penelitian ini memberikan hasil yang berlawanan. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, artinya adalah semakin tinggi pengetahuan dan pemahaman tentang pengelolaan keuangan ternyata juga meningkatkan perilaku konsumtif. Hal itu dikarenakan mahasiswa memiliki kecenderungan untuk menggunakan pengetahuan yang dimiliki untuk mengakses berbagai aplikasi belanja, melakukan komparasi dan mengutamakan berbelanja demi kesenangan yang dikaitkan dengan *hedonic shopping value*.

Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk dapat menambah berbagai variabel yang diduga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu penelitian selanjutnya juga dapat meningkatkan jumlah sampel dengan responden dari berbagai kampus sehingga hasil penelitian dapat digunakan oleh Perguruan Tinggi (PT) dan pemerintah untuk mengambil kebijakan terkait perkembangan *fintech* dan literasi keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, M. C., Mohammed, M. O., & Bakr, A. M. (2021). Enhancing Financial Inclusion Using FinTech-Based Payment System. In M. Billah, *Islamic Fintech* (pp. 191-207). London: Palgrave Macmillan.
- Arifa, D., Asriany, & Samsinar. (2024). The Effect of Fintech E-Wallet (ShopeePay) and Financial Literacy on Student Consumptive Behaviour. *International Conference of Business, Education, Health and Scien-Tech* (pp. 1013-1023). Palopo: LPPI UM Palopo.
- Azzahra, A. F., Andriana, I., & Saputri, N. D. (2024). Pengaruh Penggunaan Fintech terhadap Perilaku Manajemen Keuangan . *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, Vol.6, No.2 (2024), 2581-2892.
- Betharini, N., & Sungkono. (2025). Penggunaan Fintech Payment terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Kalangan Mahasiswa UBP . *Jurnal Economica*, Vol.2, No.6, Juni 2023 , 1-14.
- Chatrine, S. I., Sari, M. I., & Wijayantini, B. (2025). Pengaruh Fintech Payment terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa di Kabupaten Jember . *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan* Vol.6, No.3, 2025, 1-16.
- Citra, R. Y., & Komara, E. F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Payment dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z di Jawa Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol.14, No.1, Januari 2025 , 696-708.
- Fathania, F. N., & Anindya, K. N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Generasi Z melalui Platform Online . *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol.22, No.1, Juni 2025 , 739-746.
- Giglio, F. (2021). Fintech: A Literature Review . *European Research Studies Journal*, Vol.XXIV, Issue 2B, 2021, 600-627.
- Hannes, M., Ramadhan, R. R., & Bakaruddin. (2025). Pengaruh Fintech Payment, Literasi Keuangan dan Financial Self Efficacy terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, Vol.4, No.1, Tahun 2025, 1481-1492.
- Hermawan, M. D., & Septiani, D. (2024). Literasi Keuangan dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa: Tinjauan Literatur. *Jurnal STIE Semarang*, Vol.16, No.3, Edisi Oktober 2024, 187-196.
- Junitasari, P. D., Indrajaya, I. G., Wantara, I. G., & Dwipayana, K. W. (2023). Pemahaman Penggunaan Financial Technology (Fintech) dalam Konteks Sistem Pembayaran dan Layanan Keuangan . *Jurnal Inovasi Ekonomi dan Keuangan*, Vol.01, No.01, 2023, 19-24.
- Kang, J. (2018). Mobile Payment in Fintech Environment: Trends, Security Challenges, and Services. *Human-centric Computing and Information Sciences* (2018) 8:32, 1-16.
- Kuswanto, Aryanti, S., & Arief, H. (2024). Pengaruh Financial Technology dan Manajemen Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa . *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, Vol.12, No.2 (2024), 268-276.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The Importance of Financial Literacy: Opening a New Field. *Journal of Economic Perspective*, Vol.37, No.4, Fall 2023, 137-154.
- Maulidatinisa, S., Zulaihati, S., & Respati, D. K. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan; Pengendalian Diri dan Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePay terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta . *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, Vol.1, No.3, Tahun 2025, 776-791.
- Muin, A. N., Manda, H., Abidin, Z., & Idris, M. (2025). Analisis Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia . *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, Vol.8, No.1, 2025, 1239-1243.
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar . *MASSARO: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.6, No.2,

Agustus 2024 , 76-90.

- Mustafid, H., & Utami, M. M. (2016). Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kesenangan Konsumen Berbelanja Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan. *Tirtayasa EKONOMIKA*, Vol.2, Oktober 2016, 287-303.
- Nugroho, T. C., Purba, E. H., & Helwani, R. M. (2022). Analisis Pengalaman Penggunaan Dompot Digital (Studi Kasus: ShopeePay). *Indonesian Journal Accounting*, 3(1), 2022, 26-31.
- Prayitno, S. B. (2023). Generation Z Perception of National Online Shopping Day on Shopee E-Commerce . *Journal of Management Sience*, Vol.6, No.4, October 2023, 596-604.
- Pujia, D. P., Hidayat, C. E., Kamela, H., Susilowati, & Suhartono. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya . *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan AKuntansi MH Thamrin*, Vol.5, No.2, September 2024 , 661-677.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa . *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol.2, No.3, 2018, 103=110.
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicted: The Case for a Clearer Definiton in an Incerasingly Complex Economy . *The Journal of Consumer Affairs*, Vol.44, No.2, Summer 2010, 266-295.
- Salsabila, S. A., & Mulyati, S. (2023). The Influence of Financial Litercay on the Consumtive Behaviour of Students in the Management Study Program, Faculty of Business and Economics, Islamic University of Indonesia. *Jurnal Economic Resources*, Vol.6, Issues 2 (2023), 410-422.
- Taqiyuddin, H. F., & Abdurrahman, A. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan E-Wallet ShopeePay: Studi Generasi Z di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, Vol.01, No.05, 2022, 203-2018.
- Wulandari, & Halizah, S. N. (2021). The Importance of Consumption Behaviour Driven by Social Needs on Individual Well-Being and Social Stability . *Journal of Social Science Studies*, No.1, Vol.1, January 2021, 73-78.