

PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY DAN MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Kuswanto¹, Sepha Aryanti², Hidayatul Arief³

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia, kuswanto.fkip@unja.ac.id

²Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia, sephaaryantiii@gmail.com

³Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia, hidayatularief@unja.ac.id

DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p268-276>

Article history

Received

2 February 2024

Revised

19 March 2024

Accepted

30 March 2024

How to cite

Kuswanto, Aryanti. A, & Arief. H. (2024). Pengaruh Financial Technology dan Manajemen Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(2), 268-276, <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p268-276>

Kata Kunci: Financial Technology, Manajemen Keuangan, Perilaku Konsumtif

Keywords: *Financial Technology, Financial Management, Consumer Behavior*

Corresponding author:

Kuswanto

kuswanto.fkip@unja.ac.id


Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh financial technology dan manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2019-2020 sebanyak 168 orang dan diambil sampel secara proportionate stratified random sampling sebanyak 118 orang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode *ex post facto*. Teknik pengumpulan data menggunakan google form. Data dianalisis menggunakan teknik statistic regresi berganda. Berdasarkan analisis menunjukkan variabel financial technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi mahasiswa menggunakan financial technology dalam bertransaksi keuangan maka perilakunya semakin konsumtif. Variabel manajemen keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin baik mahasiswa dalam mengelola keuangannya mengakibatkan perilakunya semakin konsumtif. Secara simultan financial technology dan manajemen keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi tingkat penggunaan financial technology dan diiringi dengan pengelolaan keuangan yang baik mengakibatkan perilaku mahasiswa semakin konsumtif. Model regresi yang dihasilkan secara statistic memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam memprediksi pengaruh penggunaan finansial teknologi dan manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena didukung dengan nilai R-square sebesar 96,8%. Berdasarkan hasil temuan ini mendasari preferensi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan membuat perencanaan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan konsisten dalam mengalokasikannya melalui pemanfaatan teknologi finansial secara bijak agar tidak berperilaku konsumtif.

Abstract

This research aims to determine the influence of financial technology and financial management on student consumption behaviour. The population in this study was 168 students from the Economic Education Study Program at Jambi University Class of 2019-2020 and 118 people were sampled using proportionate stratified random sampling. This research is quantitative research with an ex post facto method. Data collection techniques use Google Forms. Data were analyzed using multiple regression statistical techniques. Based on the analysis, it shows that the financial technology variabel has a positive and significant effect on consumer behaviour. The more students use financial technology in financial transactions, the more consumptive their behaviour will be. Financial management variabels have a positive and significant effect on consumer behaviour. The better students manage their finances, the more consumptive their behaviour becomes. Simultaneously, financial technology and financial management have a positive and significant effect on student

consumption behaviour. The higher level of use of financial technology accompanied by good financial management results in increasingly consumerist behaviour among students. The resulting regression model statistically has a very high ability to predict the influence of the use of financial technology and financial management on student consumptive behavior because it is supported by an R-square value of 96.8%. Based on the results of these findings, it is based on students' preferences in meeting their daily needs by making financial plans that suit their needs and consistently allocating them through wise use of financial technology so as not to behave consumptively.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). 

PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan sekelompok remaja yang sedang memasuki tahap dewasa. Pada tahap ini seharusnya mahasiswa lebih banyak mengisi waktunya dengan kegiatan yang dapat meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan kegiatan positif untuk mempersiapkan kehidupan di masa depan. Namun tidak sedikit dari mereka yang terpengaruh dengan paham hedonisme sehingga mengabaikan tujuan hidup yang sebenarnya. Kondisi ini disebabkan karena adanya proses adaptasi dengan lingkungannya yang tidak mampu dikendalikan oleh tingkat emosional dan rasionalitas dalam menentukan suatu tindakan (Suryani & Achira, 2019). Upaya penyesuaian diri yang berlebihan cenderung membuat seseorang terdorong melakukan pembelian secara konsumtif demi mendapatkan pengakuan social.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli secara berlebihan yang tidak didasari oleh pikiran rasional dan tanpa mengutamakan kebutuhan dengan tujuan untuk memperoleh kesenangan guna memuaskan keinginan (Wardani & Anggadita, 2021). Seseorang yang berperilaku konsumtif memiliki kecenderungan berbelanja secara berlebihan, karena berbelanja dapat dijadikan sebagai alternatif untuk menghilangkan stress akibat dari aktivitas sehari-hari dan membuat seseorang rela melakukan dan mengorbankan berbagai hal agar dapat memilikinya (Febriani & Dewi, 2019). Perilaku konsumtif ini cenderung mengeluarkan biaya yang lebih tinggi bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan yang lebih tinggi (Haryani & Herwanto, 2015).

Tren yang berkembang pada generasi muda atau Mahasiswa berusaha mengikuti perkembangan zaman yang akan mengangkat harga dirinya melalui berbagai cara, seperti membeli dan memakai barang-barang dengan merek yang terkenal. Mereka tidak lagi berperilaku rasional dalam membeli sesuatu barang dan lebih cenderung mengikuti mode yang sedang tren yang selalu berubah-ubah, sehingga mereka tidak pernah puas dengan apa yang sudah dimiliki. Sikap ini tidak hanya berdampak pada psikologisnya sebagai pemuda, namun juga akan mempengaruhi aktivitas akademiknya sebagai mahasiswa. Mahasiswa yang kurang bijak dalam berbelanja akan berpotensi mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan belajar. Melalui observasi awal yang dilakukan pada sebagian mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi menunjukkan adanya kecenderungan sikap mahasiswa yang kurang bijak dalam melakukan pembelian terhadap suatu barang, sebagaimana terlihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 1. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2019-2020

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
25 - 32	Sangat Tinggi	30	60
17 - 24	Tinggi	16	32
9 - 16	Rendah	1	2
0 - 8	Sangat Rendah	3	6
Jumlah		50	100

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 1 sebagian besar (60%) mahasiswa memiliki perilaku konsumtif dalam kategori sangat tinggi dan terdapat 32 persen dalam kategori tinggi, sedangkan sebagian kecil lainnya dalam kategori rendah dan sangat rendah. Perilaku konsumtif mengindikasikan pembelian yang impulsif, pemborosan, mencari kesenangan dari pembelian yang dilakukan (Rahayu et al., 2022). Perilaku konsumtif pada umumnya terjadi karena adanya iming-iming hadiah, konformitas terhadap artis yang mengiklankan, kemasan menarik, status dan membeli barang demi menjaga gengsi (Sihombing & Yuniasanti, 2014); (Lai et al., 2022).

Menurut Kotler (2000) yang menyebabkan konsumen berperilaku konsumtif adalah faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub-budaya, dan kelas sosial. Selanjutnya faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status. Selain itu, faktor pribadi yaitu usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri dan yang terakhir faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap. Fenomena perilaku konsumtif pada mahasiswa yang serba instan, tidak dibarengi dengan perencanaan keuangan yang baik dan tidak menghargai sebuah proses sebelum terjadinya satu pencapaian tertentu maka akan menyebabkan perilaku konsumtif yang dapat merugikan diri sendiri dimasa yang akan datang terlebih lagi banyak mahasiswa masih meminta bantuan orang tua untuk membayar semua kebutuhannya (Pulungan & Febriaty, 2018). Perilaku konsumtif terbentuk dari proses gaya hidup (Lestarina et al., 2017). Konsumtif muncul terutama setelah ada industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas, seperti media, baik elektronik maupun masa juga menjadi bagian dalam terbentuknya perilaku konsumtif.

Media teknologi elektronik memiliki peran yang sangat besar dalam memicu terbentuknya perilaku konsumtif. Pesatnya perkembangan teknologi telah menciptakan kemajuan di bidang ekonomi khususnya pada sektor keuangan, terutama pada sistem pembayaran. Ketika kemajuan zaman terus berkembang, sistem pembayaran dituntut lebih cepat, efisien dan aman, yaitu

financial technology (Fintech). *Fintech* adalah bentuk usaha yang bertujuan menyediakan layanan finansial dengan menggunakan perangkat lunak dan teknologi modern. Tujuannya untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan dan menyederhanakan proses transaksi. *Fintech* merupakan hasil perpaduan antara jasa keuangan dengan teknologi yang pada akhirnya merubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang semula harus tatap muka dan membawa uang tunai, kini bisa melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang bisa selesai dalam hitungan detik (Sudaryo et al., 2020).

Dengan peningkatan *financial technology* yang mudah dipelajari, fleksibel serta mudah digunakan telah meningkatkan efektivitas individu dalam berkegiatan finansial yang berpengaruh dalam perilaku konsumtif (Ray et al., 2022). Dengan adanya teknologi ini, mereka bisa bertransaksi tanpa harus menggunakan kartu atau tanpa uang tunai, hanya tinggal membawa *smartphone* yang ada digenggaman tangan. Dengan Kemudahan yang dihadirkan di era digital saat ini terutama dalam penggunaan teknologi keuangan mengubah seseorang individu berperilaku konsumtif dalam berbelanja. Pesatnya perkembangan *Fintech* terbukti dari berkembangnya diberbagai sektor mulai dari *Start-Up* pembayaran (*Lending*), perencanaan keuangan (*Personal Finance*), pembiayaan, riset keuangan, dan lain-lain. Konsep *fintech* tersebut mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial pada lembaga perbankan, sehingga diharapkan dapat memfasilitasi proses transaksi keuangan yang lebih praktis, modern, meliputi layanan keuangan berbasis digital yang saat ini berkembang di Indonesia, yaitu *payment channel system*, *digital banking*, *online digital insurance*, *peer to peer (P2P) lending*, serta *crowd funding*.

Berbagai penelitian telah membuktikan dampak *fintech* terhadap perilaku konsumtif terutama pada kalangan mahasiswa, seperti yang terjadi pada mahasiswa Universitas Tanjungpura. Tingkat penggunaan *fintech* *mobile payment* memberikan pengaruh yang signifikan kepada perilaku konsumtif mahasiswa, namun pada tingkat penggunaan aplikasi belanja online tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Ray et al., 2022).

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu manajemen keuangan. Fenomena perilaku konsumtif bagi generasi muda saat ini dapat dikatakan segala sesuatu yang serba instan dengan tidak melakukan perencanaan keuangan yang baik maka akan memicu perilaku *shopaholic* yang dapat merugikan diri sendiri dimasa yang akan datang. Manajemen keuangan pribadi merupakan masalah yang sering dibicarakan, terutama berkaitan

dengan perilaku masyarakat Indonesia yang cenderung bersifat konsumtif (Khoirunnisa & Rochmawati, 2021). Manajemen keuangan yang kurang bertanggung jawab ditandai dengan kurangnya minat penganggaran masa depan, investasi, menabung dan dana darurat (Siswanti, 2020). Manajemen keuangan yang baik merupakan sesuatu yang harus dikuasai oleh setiap individu, terlebih sebagai mahasiswa. Jika generasi muda khususnya mahasiswa tidak mengerti cara mengelola keuangan dengan baik, maka akan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan utamanya, yaitu kebutuhan belajar. Kesalahan pengelolaan keuangan akan berdampak pada pemenuhan kebutuhan yang tidak penting sehingga cenderung berperilaku konsumtif (Widiawati, 2020). Oleh karena itu dibutuhkan literasi keuangan yang memadai bagi mahasiswa agar memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola keuangannya (Albertus et al., 2020).

Pada penelitian-penelitian sebelumnya variabel finansial teknologi dan manajemen keuangan dikaji secara terpisah sebagai variabel independen yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Sebagai remaja, mahasiswa dihadapkan dengan keinginan yang besar terhadap berbagai barang dan jasa namun disisi lain dihadapkan dengan keterbatasan finansial sehingga mahasiswa dituntut mampu mengelola keuangan dengan baik. Meningkatnya penggunaan finansial teknologi berperan dalam memudahkan bertransaksi namun disisi lain berdampak pada belanja yang berlebihan. Kajian terhadap manajemen keuangan dan finansial teknologi secara bersamaan sebagai variabel independen dalam mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa menjadi bentuk kajian yang sangat dibutuhkan untuk menjelaskan perilaku konsumen di kalangan remaja dan melengkapi hasil-hasil kajian sebelumnya.

Meskipun telah banyak penelitian yang menganalisis perilaku konsumen, namun kajian pada kalangan mahasiswa dari tingkat penggunaan *fintech* dan tingkat pengelolaan keuangan masih sangat dibutuhkan untuk menjelaskan karakteristik perilaku konsumen yang lebih luas. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial technology* dan manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

METODE

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif berbentuk *ex post facto*, yaitu sebagai bentuk penelitian yang variabel-variabel independennya telah terjadi ketika peneliti memulai mengamati variabel terikat (Ellis-O'Quinn, 2012); (Sugiyono, 2016); (Apuke, 2017). Metode ini digunakan untuk menemukan penyebab perubahan perilaku konsumtif mahasiswa akibat adanya

efek tingkat penggunaan fintech dan manajemen keuangan.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2019 dan 2020, terdiri dari 5 kelas, yaitu sebanyak 168 orang. Untuk mengefektifkan proses penelitian diambil sebagian dari sejumlah populasi tersebut untuk dijadikan sebagai responden menggunakan teknik proportionate stratified random sampling sehingga setiap kelas dapat terwakili sebagai populasi penelitian (Boschetti et al., 2018). Penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin yang dikembangkan oleh (Tejada et al., 2012):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana n adalah ukuran sampel, N adalah bangaknya populasi, dan e adalah marjin error. Dengan menggunakan rumus tersebut dan margin error sebesar 5% diperoleh sampel sebanyak 118. Sampel penelitian diambil berdasarkan stratifikasi angkatan 2019 dan 2020 sebagaimana diuraikan pada Tabel berikut ini:

Tabel 2. Populasi dan Sampel Penelitian

Angkatan	Kelas	Populasi (Orang)	Sampel (Orang)
2019	R-001	35	24
	R-002	35	25
	R-003	27	20
2020	R-001	36	25
	R-002	35	24
Jumlah	5	168	118

Data diperoleh dari jawaban responden melalui angket yang berisi pernyataan-pernyataan tentang kecenderungan perilaku konsumtif sebanyak 10 item, pemanfaatan finansial teknologi sebanyak 7 item, dan manajemen keuangan sebanyak 10 item. Data dianalisis menggunakan teknik statistic regresi berganda untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagaimana digambarkan dalam model berikut ini:

$$Cb = \alpha + \beta_1 Ft + \beta_2 Fm + e$$

Dimana Cb adalah perilaku konsumtif, Ft adalah teknologi finansial, dan Fm adalah manajemen keuangan. α adalah konstanta, β adalah koefisien feregresi, dan e adalah tingkat kesalahan model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2019 dan 2020 merupakan mahasiswa yang telah mengikuti perkuliahan selama 7 dan 5 semester. Pada semester tersebut mereka telah mempelajari ilmu-ilmu ekonomi, manajemen, dan keuangan sehingga diharapkan mampu bersikap bijak dalam melakukan tindakan-tindakan ekonomi, terutama

dalam upaya pemenuhan kebutuhan, mengelola keuangan, dan memanfaatkan teknologi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh data yang menggambarkan perilaku konsumtif, penggunaan teknologi finansial, dan manajemen keuangan mahasiswa sebagaimana terlihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 3. Deskripsi Data Perilaku Konsumtif, Finansial Teknologi, dan Manajemen Keangan

Variabel	N	Min	Max	Mean	Skewness	Kurtosis
Perilaku Konsumtif	118	12	50	30.24	.534	-.247
Finansial Teknologi	118	10	35	24.82	.002	.121
Manajemen Keuangan	118	10	48	27.19	.553	-.252

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan deskripsi data pada Tabel 3 diperoleh skewness skor penggunaan finansial teknologi mendekati nilai 0 menunjukkan bahwa data berdistribusi simetris antara nilai minimum dan maksimumnya. Nilai skewness data perilaku konsumtif dan manajemen keuangan bernilai positif sebesar 0,534 dan 0,553 jauh dari nilai 0 menunjukkan bahwa data sebagian besar berada pada nilai minimumnya. Untuk lebih jelasnya dapat dijelaskan menggunakan table distribusi frekuensi berikut ini:

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Data Perilaku Konsumtif, Finansial Teknologi, dan Manajemen Keangan

Kategori	Perilaku Konsumtif		Finansial Teknologi		Manajemen Keuangan	
	F	%	F	%	F	%
Sangat tinggi	19	16	24	20	9	8
Tinggi	34	29	64	54	26	22
Sedang	57	48	28	24	54	46
Rendah	8	7	2	2	28	24
Sangat rendah	0	0	0	0	1	1
Total	118	100	118	100	118	100

Sumber: data primer diolah, 2023

Table 4 menjelaskan bahwa sebagian besar (48%) mahasiswa memiliki perilaku konsumtif dalam kategori sedang, dan terdapat sebagian kecil (7%) dalam kategori rendah. Terdapat 29 persen mahasiswa memiliki perilaku konsumtif dalam kategori tinggi dan 16 persen dalam kategori sangat tinggi. Tingkat penggunaan teknologi finansial sebagian besar (54%) mahasiswa dalam kategori tinggi dan sebagian kecil (2%) dalam kategori rendah. Tingkat pengelolaan keuangan mahasiswa sebagian besar (46%) dalam kategori sedang dan sebagian kecil (1%) dalam kategori sangat rendah.

Untuk mengetahui tingkat pengaruh tingkat penggunaan teknologi finansial dan manajemen keuangan

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, data dianalisis menggunakan teknik statistic regresi berganda dengan model Ordinary Least Squares (OLS), yaitu mengestimasi suatu garis regresi dengan jalan meminimalkan jumlah dari kuadrat kesalahan setiap observasi terhadap garis tersebut sehingga menghasilkan model regresi yang terbaik. Untuk memenuhi asumsi OLS dilakukan uji prasyarat analisis regresi, yaitu normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedasitas (Usmadi, 2020); (Ali & Bhaskar, 2016); (Käyser et al., 2016); (Wilcox, 2019).

Tabel 5. Hasil Uji Prasyarat Analisis Regresi

Prasyarat Analisis Regresi	Teknik Uji Prasyarat Analisis	Uji Nasil	Kriteria Uji	Keputusan
Normalitas	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (Asymp. Sig. (2-tailed Unstandardized Residual)	.190	> 0.05	Normal
Multikolinearitas	Collinearity Statistic (VIF)	1.359	< 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedasitas	kolerasi rank spearman 1. Sig. X1 dan RES2 2. Sig. X2 dan RES2	.841 .052	> 0.05	Tidak ada masalah heterokedasitas

Berdasarkan Tabel 5 data semua variabel telah memenuhi syarat uji regresi karena berdistribusi normal, tidak terdapat masalah multikolonieritas antar variabel independen, dan tidak terdapat masalah heteroskedasitas.

Tabel 6. Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.57	.76		3.39	.001
<i>Finansial Teknologi (Ft)</i>	.09	.04	.05	2.58	.011
Manajemen Keuangan (Fm)	.94	.02	.96	49.15	.000

$R^2 = .968$ (96,8%).

$F_{hitung} = 1735,08$

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh nilai konstanta sebesar 2,57 menunjukkan skor perilaku konsumtif mahasiswa apabila tidak menggunakan finansial teknologi dan tidak mengelola keuangannya. Koefisien variabel finansial

teknologi bernilai positif sebesar 0,09 menjelaskan bahwa apabila skornya meningkat sebesar 1 satuan maka menyebabkan peningkatan pada skor perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0,09. Pengaruh ini terjadi secara signifikan karena nilai t-hitung (2,58) yang dihasilkan lebih besar dari pada nilai t-tabel (1,98) pada alpha 5 persen.

Variabel manajemen keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena nilai t-hitung yang dihasilkan sebesar 49.15 lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,98 pada taraf kesalahan sebesar 5%. Koefisien variabel manajemen keuangan bernilai positif sebesar 0,94 menunjukkan besarnya peningkatan skor variabel perilaku konsumtif mahasiswa apabila tingkat manajemen keuangannya mengalami peningkatan sebesar 1 satuan.

Secara simultan variabel finansial teknologi dan manajemen keuangan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena nilai F-hitung yang dihasilkan sebesar 1735,08 lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 2,68. Dalam bentuk matemik pengaruh tersebut digambarkan dalam model berikut ini:

$$Y = 2,57 + 0,09Ft + 0,94Fm + e$$

Model tersebut secara statistic memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam memprediksi pengaruh penggunaan finansial teknologi dan manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena didukung dengan nilai R-square sebesar 96,8%.

Pengaruh *Financial technology* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Financial technology adalah suatu inovasi pada jasa keuangan yang mengadaptasi perkembangan teknologi untuk mempermudah pelayanan jasa keuangan dan pembayaran agar lebih efisien dan efektif. Layanan *fintech* yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari pada umumnya berupa *fintech* payment, yaitu transaksi pembayaran dengan menggunakan ponsel serta dapat dilakukan diberbagai lokasi seperti Dana, M-banking dan lainnya. Tingginya penggunaan teknologi keuangan di kalangan mahasiswa akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtifnya. Penggunaan *financial technology* ditentukan oleh fasilitas yang terdapat di dalamnya (Vhalery, 2021). Berbagai bentuk pengeluaran mahasiswa menjadi tolak ukur untuk mengetahui seberapa besar penggunaan *fintech* dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan *financial technology* terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2019-

2020. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi penggunaan *financial technology* maka akan semakin tinggi pula berperilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan *financial technology* telah memudahkan mahasiswa dalam bertransaksi keuangan, baik untuk pembelian barang maupun pembayaran jasa layanan. Kemudahan ini mendorong mahasiswa cenderung melakukan pembelian secara berlebihan di luar dari kebutuhan utama sebagai pelajar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mujahidin (2020) menunjukkan bahwa *financial technology* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial. Penelitian Ray et al., (2022) juga mengungkap hasil yang sama adanya pengaruh penggunaan *fintech payment* oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNTAN terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Oktaviani et al., (2023) menguatkan hasil temuan ini bahwa semakin tinggi kecanggihan *financial technology* maka akan semakin tinggi sifat perilaku konsumtif penggunanya.

Berdasarkan hasil temuan ini menjelaskan bahwa finansial teknologi sangat dibutuhkan dalam memudahkan berbagai transaksi keuangan namun di sisi lain dibutuhkan sikap yang bijak dalam penggunaannya sehingga tidak berakibat buruk pada defisit keuangan. Mahasiswa sebagai pemuda dihadapkan dengan banyak kebutuhan sebagai tuntutan perkembangan fisiologis dan sosiologis harus mampu memanfaatkan teknologi dengan bijak agar dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan baik dan tidak mengakibatkan pemborosan keuangan.

Pengaruh Manajemen Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Pengelolaan keuangan merupakan persoalan yang sering terjadi pada kalangan mahasiswa. Pengelolaan keuangan yang baik akan mengarahkan dan mengendalikan penggunaan keuangan sesuai dengan kebutuhan (Kuswanto et al., 2022). Banyaknya kebutuhan dan mengikuti trend terkadang menghilangkan idealism mahasiswa untuk disiplin dalam membelanjakan uangnya. Sebagaimana dijelaskan oleh Cristanti et al., (2021) kesulitan yang sering dihadapi mahasiswa dalam melakukan pengelolaan keuangan ialah seringkali tidak rasional dalam mengambil keputusan yang dipengaruhi beberapa faktor dan risiko yang dihadapi.

Hasil penelitian mengungkap bahwa tingkat manajemen keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2019-2020 berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtifnya. Hasil penelitian ini seolah menentang asumsi positifisme dari perbuatan baik justru mengakibatkan perilaku buruk. Dimana seorang yang semakin baik mengelola keuangannya akan semakin berperilaku konsumtif. Seperti

telah dijelaskan sebelumnya bahwa mahasiswa merupakan individu yang sedang dihadapkan dengan perkembangan fisiologis dan sosiologis serta tuntutan akademiknya sehingga memiliki tingkat kebutuhan yang sangat banyak dan bervariasi. Besarnya tuntutan kebutuhan ini tidak dapat dipungkiri akan menghilangkan idealism mahasiswa dalam pengelolaan keuangannya sehingga pengelolaan keuangan yang dilakukan lebih diarahkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang lebih banyak dalam memenuhi kebutuhannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Eliza et al., (2023) yang mengungkap bahwa pengelolaan keuangan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtifnya, dimana jika pengelolaan keuangan ditingkatkan maka perilaku konsumtif akan meningkat. Penelitian Cristanti et al., (2021) pada mahasiswa UKSW juga mengungkap hasil yang sama, yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rozaini & Sitohang, (2020) di UNIMED, bahwa pengelolaan keuangan berpengaruh negative terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dimana semakin baik pengelolaan keuangan akan semakin mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh *Financial technology* dan Manajemen Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Memenej keuangan bertujuan untuk mengendalikan penggunaan keuangan agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan. Untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan perencanaan penggunaan keuangan yang tepat dan mengalokasikan dana secara konsisten. Oleh karena itu, keberhasilan pengelolaan keuangan tidak hanya ditentukan oleh perencanaan yang baik namun juga sangat ditentukan oleh proses alokasi dana yang telah direncanakan. Trend pemanfaatan teknologi dalam mengelola dan menggunakan dana dewasa ini telah merubah pola transaksi keuangan. Penggunaannya dapat memudahkan dan melancarkan transaksi keuangan namun jika tidak bijak dalam penggunaannya akan menimbulkan pemborosan anggaran dan tidak terpenuhinya kebutuhan yang utama dalam kehidupan.

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa semakin baik mahasiswa dalam mengelola keuangannya dan didukung dengan pemanfaatan teknologi akan semakin berperilaku konsumtif. Temuan ini menjelaskan adanya pemanfaatan teknologi dalam keuangan mengakibatkan mahasiswa tidak konsisten terhadap perencanaan keuangan sehingga cenderung berperilaku konsumtif. Temun ini juga menegaskan rendahnya kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi dalam membuat perencanaan keuangan dan mengalokasikan dana dalam memenuhi

kebutuhan. Hasil penelitian ini relevan dengan temuan Oktaviani et al., (2023) bahwa *financial technology payment* jika tidak di iringi dengan manajemen keuangan yang baik akan menyebabkan sifat perilaku konsumtif yang tinggi. Penggunaan *fintech* akan berpotensi mempengaruhi pola perilaku seseorang dalam mengelola keuangan, *fintech* mampu memberikan kemudahan orang tersebut dalam melakukan transaksi keuangan dan mengelola keuangan serta menentukan seseorang menjadi lebih konsumtif atau tidak (Eliza et al., 2023). Temuan Kurniawan, (2017) menyebutkan bahwa mahasiswa sebagai generasi milenial tidak menerapkan pengelolaan keuangan sehari-hari dengan baik, namun di sisi lain masih mampu menjaga diri dan memprioritaskan kebutuhan utamanya sebelum memutuskan untuk membeli atau dapat mengendalikan perilaku konsumtifnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan secara mendalam disimpulkan bahwa pemanfaatan Financial technology berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2019-2020. Penggunaan finansial teknologi memudahkan mahasiswa dalam melakukan transaksi keuangan sehingga cenderung melakukan pembelian yang berlebihan di luar dari kebutuhan utama sebagai pelajar. Manajemen keuangan merupakan variabel yang paling besar memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengelolaan keuangan yang diarahkan pada pemenuhan kebutuhan mengikuti tren gaya hidup yang sedang berkembang akan semakin mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif. Secara simultan variabel Financial technology dan manajemen keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan finansial teknologi yang diiringi dengan manajemen keuangan yang diarahkan pada pemenuhan kebutuhan mengikuti tren gaya hidup remaja semakin mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif. Model regresi yang dihasilkan secara statistic memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam memprediksi pengaruh penggunaan finansial teknologi dan manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena didukung dengan nilai R-square sebesar 96,8%.

Berdasarkan hasil temuan ini mendasari preferensi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan membuat perencanaan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan serta konsisten dalam mengalokasikannya melalui pemanfaatan teknologi finansial secara bijak agar tidak berperilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Albertus, S. S., Leksono, A. W., & Vhalery, R. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Kampus Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Research and Development Journal of Education*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.30998/rdje.v1i1.7042>
- Ali, Z., & Bhaskar, S. B. (2016). Basic statistical tools in research and data analysis. *Indian Journal of Anaesthesia*, 60(9), 662–669. <https://doi.org/10.4103/0019-5049.190623>
- Apuke, O. D. (2017). Quantitative Research Methods : A Synopsis Approach. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(11), 40–47. <https://doi.org/10.12816/0040336>
- Boschetti, L., Stehman, S. V, Roy, D. P., & Management, N. R. (2018). *Regional To Global Scale Burned Area Product Validation*. 465–478. <https://doi.org/10.1016/j.rse.2016.09.016.A>
- Cristanti, I. L., Luhsasi, D. I., & Sitoru, D. S. (2021). Pandemi Covid-19: Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Mental Accounting Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa FKIP UKSW. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(01), 128–135. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v22i1.2690>
- Eliza, Z., Ulya, Z., & Syafriani, N. (2023). Pengaruh Pengelolaan dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Langsa. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 27–41.
- Ellis-O'Quinn, A. (2012). An Ex Post Facto Study of First-Year Student Orientation as an Indicator of Student Success at a Community College. *Inquiry*, 17(1), 51–57. <https://doi.org/10.25777/0bck-b585>
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. Universitas Brawijaya Press. [https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen_di_Era_Digital/YXXRDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Perilaku+Konsumen+Di+Era+Digital+\(Beserta+Studi+Kasus\)&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen_di_Era_Digital/YXXRDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Perilaku+Konsumen+Di+Era+Digital+(Beserta+Studi+Kasus)&printsec=frontcover)
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5–6. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/psikologi/article/view/1555>
- Käyser, S. C., Dekkers, T., Groenewoud, H. J., Van Der Wilt, G. J., Carel Bakx, J., Van Der Wel, M. C., Hermus, A. R., Lenders, J. W., & Deinum, J. (2016). Study heterogeneity and estimation of prevalence of primary aldosteronism: A systematic review and meta-regression analysis. *Journal of Clinical Endocrinology and Metabolism*, 101(7), 2826–2835. <https://doi.org/10.1210/jc.2016-1472>
- Khoirunnisa, I. R., & Rochmawati. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan , Sikap Keuangan , dan Pendidikan Keuangan Keluarga Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi dengan Locus Of*

- Control Sebagai Variabel Intervening*. 9(2), 210–219.
- Kotler, P. (2000). Marketing Management, Millenium Edition. In *Marketing Management* (10th ed., Vol. 23, Issue 6). Pearson Custom.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017), 1–12. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520>
- Kuswanto, Suratno, S., & Asmarani, A. (2022). Pengaruh Manajemen Keuangan dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Jambi. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(3), 248–256. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i3.248-256>
- Lai, T. C., Hsieh, C. L., & Ku, E. C. S. (2022). The Gorgeous Brand: Understanding Consumer' Conspicuous Consumption for Luxury Tourism Products. *Journal of Tourism and Services*, 13(24), 108–127. <https://doi.org/10.29036/jots.v13i24.308>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9(3), 1–10.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Rahayu, I., Pratiwi, L., & Rahwana, K. A. (2022). Implementasi Fintech Sebagai Model Transaksi Masa Kini. *Journal of Empowerment Community*, 4(1), 1–5. <https://e-journal.unper.ac.id/index.php/JEC/article/view/931>
- Ray, M. J. K., Mashudi, & Herkulana. (2022). Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment Dan aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 11(9), 1331–1339. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i9.57907>
- Rozaini, N., & Sitohang, A. (2020). Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 1–8. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i2.59>
- Sihombing, S., & Yuniasanti, R. (2014). Differences consumptive behavior towards clothing. *Indigenous Psychology Seminar*, 103–114. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/1582>
- Siswanti, I. (2020). Financial Knowledge, Financial Attitude, and Financial Management Behavior: Self-Control As Mediating. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 28(1), 105–132. <https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2020.28.1.5>
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi. https://www.google.co.id/books/edition/Digital_Marketing_dan_Fintech_di_Indones/kpD5DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke). ALFABETA, cv.
- Suryani, M., & Achira, S. (2019). Gaya Hidup Hedonisme dalam Konsumsi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam IAIN Kota Bengkulu). *AL-INTAJ*, 5(2), 238–250. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29300/aij.v5i2.2092>
- Tejada, J. J., Raymond, J., & Punzalan, B. (2012). On the Misuse of Slovin's Formula. *The Philippine Statistician*, 61(1), 8.
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>
- Vhalery, R. (2021). Kontribusi Informasi, Fasilitas, dan Loyalitas User Dalam Menggunakan Aplikasi Fintech di Masa Pandemi Covid-19. *Sosio E-Kons*, 13(2), 99–108. https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_e_kons/article/view/9743
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Nem. https://www.google.co.id/books/edition/KONSEP_DIRI_DAN_KONFORMITAS_PADA_PERILAK/mFYIEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Konsep+Diri+Dan+Konformitas+Pada+Perilaku+Konsumtif+Remaja&printsec=frontcover
- Widiawati, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, Financial Self-Efficacy, dan Love Of Money Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(01), 97–108. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Wilcox, R. R. (2019). Multicollinearity and ridge regression: results on type I errors, power and heteroscedasticity. *Journal of Applied Statistics*, 46(5), 946–957. <https://doi.org/10.1080/02664763.2018.1526891>