

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena sosial yang semakin berkembang di masyarakat modern. Perilaku ini mengacu pada kecenderungan seseorang untuk menghabiskan uang secara berlebihan demi memenuhi kepuasan emosional dan kebutuhan material yang tidak selalu penting. Dalam konteks kehidupan mahasiswa, fenomena ini menjadi semakin menonjol karena mahasiswa berada pada masa menuju kemandirian finansial yang dimana mereka mulai belajar mengatur keuangan sendiri namun sering kali belum memiliki kemampuan pengendalian diri yang baik. Kondisi ini menimbulkan permasalahan ketika mahasiswa lebih banyak menggunakan uang untuk kebutuhan sekunder bahkan tersier, seperti mengikuti tren mode, gaya hidup modern, dan aktivitas hiburan, dibandingkan dengan pengeluaran untuk kebutuhan akademik atau produktif.

Fakta ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan ideal mahasiswa sebagai individu terdidik yang rasional dalam pengelolaan keuangan dengan tindakan konsumtif yang mereka tampilkan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan penelitian oleh (Nurazijah et al., 2023), yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup hedonis

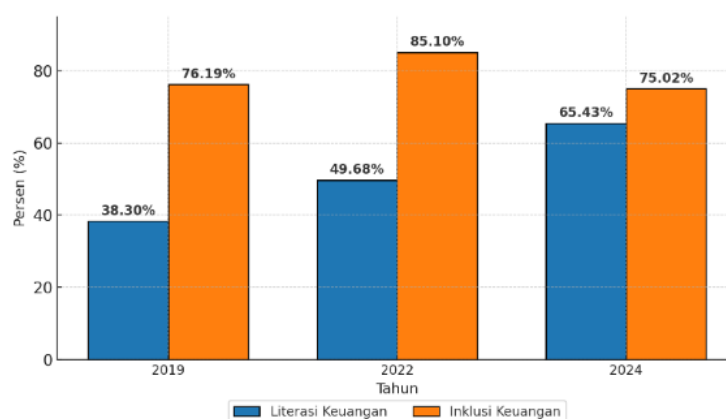
condong mempunyai tingkat konsumtivitas yang lebih besar. Selain itu, pengaruh lingkungan sosial dan media juga turut memperkuat kecenderungan tersebut. Data dari Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan menegaskan bahwa media sosial dan faktor sosial memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumtif masyarakat, terutama di kalangan generasi muda.

Selain itu, rendahnya literasi keuangan juga berperan sebagai faktor penting yang mendesak perilaku konsumtif. Menurut (Zahrotunnisa et al., 2024), mahasiswa yang memiliki pemahaman rendah terhadap keuangan lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan karena kurang mampu membuat keputusan ekonomi secara bijak. Temuan serupa juga diungkapkan oleh (C. N. Safitri & Husnaini, 2025) Gaya hidup hedonisme mempunyai pengaruh besar terhadap cara mahasiswa berbelanja. Hal ini terlihat dari meningkatnya pengeluaran mereka untuk barang-barang berkelas, kesenangan dan gaya hidup yang glamor. Oleh karena itu, literasi keuangan yang baik seharusnya berperan penting dalam membantu mahasiswa mengatur finansial secara bertanggung jawab, menghindari pemborosan, dan meningkatkan kemampuan perencanaan finansial.

Selain gaya hidup dan pengetahuan tentang keuangan, beberapa penelitian menunjukkan bahwa uang saku juga dapat mempengaruhi kebiasaan belanja mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki uang saku lebih banyak biasanya lebih suka menghabiskan uangnya, karena mereka belum bisa mengatur keuangannya dengan baik (Noplianti, 2025). Namun, penelitian ini tidak meneliti uang saku secara langsung, melainkan berfokus pada literasi keuangan dan gaya hidup hedonis sebagai faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif melalui *loc*.

Otoritas Jasa Keuangan melakukan Survei Nasional tentang Literasi dan Inklusi Keuangan pada tahun 2024 bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik. Survei ini bertujuan untuk mengukur seberapa baik pemahaman dan keterlibatan masyarakat Indonesia dalam keuangan. Selain itu, survei ini juga ingin menilai seberapa efektif program-program literasi keuangan yang telah dilaksanakan oleh OJK dan lembaga keuangan lainnya. SNLIK 2024 akan berlangsung dari Juli hingga September 2024, mencakup 34 provinsi dan 120 kabupaten/kota di seluruh Indonesia, dengan total responden sebanyak 10.690 orang yang berumur antara 15 sampai 79 tahun. Seperti penelitian sebelumnya pada tahun 2019 dan 2022, SNLIK 2024 akan mengadaptasi metode, parameter, dan indikator yang juga sama, yaitu pengetahuan, kemahiran, keyakinan, perbuatan, dan karakter dalam pengelolaan keuangan.

Gambar 1. 1
Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Tahun 2024



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Hasil survei tersebut memperlihatkan tren peningkatan literasi keuangan dari tahun ke tahun, yakni sebesar 38,30% pada tahun 2019, meningkat menjadi 49,68% pada tahun 2022, dan mencapai 65,43% pada tahun 2024. Sementara itu,

tingkat inklusi keuangan mengalami fluktuasi, yaitu 76,19% pada tahun 2019, naik menjadi 85,10% pada tahun 2022, dan turun kembali jadi 75,02% pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwasannya banyak masyarakat termasuk mahasiswa yang memiliki akses ke layanan keuangan tetapi belum sepenuhnya memahami atau mampu mengelola keuangan mereka secara optimal. Pada mahasiswa, hal ini sangat relevan karena meskipun mereka tergolong teredukasi, perilaku konsumtif bisa lebih mudah muncul apabila literasi keuangan mereka tidak seimbang dengan akses atau dorongan sosial dan gaya hidup hedonis. Penelitian ini penting untuk melihat bagaimana literasi keuangan dan gaya hidup hedonis mempengaruhi pola konsumsi. Dalam penelitian ini, *locus of control* digunakan sebagai perantara untuk memahami seberapa besar kontrol individu terhadap keputusan pengeluaran mereka.

Faktor psikologis juga memengaruhi cara orang berbelanja, selain gaya hidup dan pengetahuan tentang keuangan. Salah satu hal penting adalah *locus of control*, yaitu seberapa besar seseorang percaya bahwa mereka bisa mengatur kejadian dalam hidupnya, termasuk keputusan yang berhubungan dengan uang. Mahasiswa yang memiliki *locus of control* internal biasanya lebih mampu mengontrol diri dan membuat keputusan keuangan yang bijak, selagi mereka yang mempunyai *locus of control* eksternal lebih peka terhadap pengaruh sosial, mode belanja, dan iklan. Dalam hal ini, studi oleh (Fariana et al., 2021) yang menemukan bahwa literasi keuangan yang rendah, dikombinasikan dengan gaya hidup hedonis dan *locus of control* yang lemah, dapat memperburuk kecenderungan konsumtif di kalangan mahasiswa.

Walaupun tema penelitian-penelitian tersebut serupa, perbedaan utama terletak pada fokus dan metodologi yang digunakan. Misalnya, penelitian oleh (Ayu Sudaryati & Ayu Wulandari, 2023) menempatkan *loc* sebagai variabel independen, sedangkan penelitian yang sedang dikembangkan berupaya menjadikan *loc* sebagai perantara antara literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan perilaku konsumtif. Pendekatan ini memberikan perspektif baru dalam memahami mekanisme psikologis yang mengaitkan aspek keuangan dan cara hidup dengan tingkah laku belanja mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan tersebut, masih terdapat *research gap* yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Kebanyakan penelitian sebelumnya hanya menekankan hubungan langsung antara pemahaman finansial, gaya hidup yang mencari kesenangan, dan perilaku konsumsi tanpa melihat fungsi *locus of control* sebagai variabel yang menjembatani. Selain itu, studi serupa masih jarang dilakukan di kalangan mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, yang memiliki ciri khas sebagai calon ekonom muda dengan beragam latar belakang sosial ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan untuk mengatasi kekurangan tersebut sekaligus memberikan sumbangan empiris yang baru dalam memahami bagaimana pemahaman finansial dan gaya hidup hedonis mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa dengan bantuan peran *loc*.

Mahasiswa Manajemen merupakan kelompok akademik yang menarik untuk dikaji, terutama dalam konteks perilaku konsumtif. Secara teoritis, mereka telah mempelajari berbagai konsep seperti pengelolaan keuangan, perilaku konsumen, dan perencanaan ekonomi. Namun, dalam praktiknya, banyak

mahasiswa Manajemen masih menunjukkan tingkat konsumtivisme tinggi, misalnya melalui pengeluaran berlebihan untuk kebutuhan sekunder, mengikuti tren mode, atau gaya hidup modern. Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pemahaman teoretis dan penerapan prinsip keuangan pribadi.

Sebagai calon ekonom dan manajer masa depan, mahasiswa Manajemen seharusnya mampu menerapkan rasionalitas ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi, pengaruh *lifestyle* hedonis, tekanan sosial, serta lemahnya *locus of control* sering kali melemahkan kemampuan mereka dalam mengendalikan keputusan finansial. Hasil survei OJK (2024) menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan kelompok usia 18–25 tahun meningkat, perilaku pengelolaan uang mereka belum sepenuhnya mencerminkan pengetahuan yang dimiliki.

Kondisi ini penting dikaji karena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Manajemen tidak hanya menggambarkan pola hidup generasi muda, tetapi juga berpotensi memengaruhi pembentukan karakter keuangan mereka sebagai calon pelaku ekonomi masa depan. Pemilihan mahasiswa yang belajar Manajemen sebagai objek penelitian dilakukan karena kaitan antara variabel yang diteliti literasi keuangan, *lifestyle* hedonis, dan *locus of control* dengan disiplin ilmu manajemen, terutama dalam studi perilaku konsumen dan pengelolaan keuangan pribadi..

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Manajemen angkatan 2022 dan 2023 karena pada tahap tersebut mereka telah menempuh sebagian besar mata kuliah dasar dan inti seperti manajemen keuangan, perilaku konsumen, dan ekonomi manajerial. Dengan demikian, mereka dianggap mempunyai pengetahuan yang cukup tentang konsep keuangan dan perilaku konsumtif yang relevan dengan

topik penelitian. Kedua angkatan ini juga masih aktif dalam kehidupan kampus, sehingga fenomena perilaku konsumtif dapat diamati secara lebih aktual.

Berbagai aspek tersebut menunjukkan pentingnya penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan *lifestyle* hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan *locus of control* yang berperan sebagai variabel mediasi.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada informasi yang telah disampaikan, untuk memperlancar penelitian ini serta memberikan panduan yang tegas mengenai data dan fakta dalam penyusunan proposal skripsi ini, peneliti berencana untuk merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Fakultas Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
2. Apakah *lifestyle* hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *locus of control* mahasiswa Manajemen Fakultas Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
4. Apakah *lifestyle* hedonis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *locus of control* mahasiswa Manajemen Fakultas Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?

5. Apakah *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Fakultas Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
6. Apakah locus of control memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
7. Apakah locus of control memediasi pengaruh *lifestyle* hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
2. Untuk menguji pengaruh *lifestyle* hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
3. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap *locus of control* mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

4. Untuk menguji pengaruh *lifestyle* hedonis terhadap *locus of control* mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
5. Untuk menguji pengaruh *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
6. Untuk menguji pengaruh *locus of control* dalam memediasi literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.
7. Untuk menguji pengaruh *locus of control* dalam memediasi *lifestyle* hedonis terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini memperkaya literatur akademis mengenai pengaruh literasi keuangan dan *lifestyle* hedonis terhadap perilaku konsumtif dengan menempatkan *loc* sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian diharapkan mampu memperdalam pemahaman konseptual tentang hubungan antar variabel tersebut serta memperkuat pengembangan teori dalam bidang manajemen keuangan dan perilaku konsumen, khususnya pada mahasiswa. Selain itu, penelitian ini merupakan referensi dan fondasi bagi pendalaman selanjutnya yang mengintegrasikan faktor psikologis dalam analisis perilaku konsumtif secara lebih komprehensif.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini memberikan dasar bagi perguruan tinggi dan para pembuat keputusan untuk merancang dan mengembangkan program pengajaran literasi keuangan yang lebih efektif dan terarah. Penelitian ini dapat membantu kita merancang strategi pendidikan yang mendorong mahasiswa agar lebih baik dalam mengatur diri sendiri, membangun kebiasaan manajemen keuangan yang baik dan bertanggung jawab, serta mengurangi kebiasaan belanja berlebihan melalui intervensi yang tepat, terukur, dan berkelanjutan.