

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor ekonomi dan perdagangan. Kemajuan teknologi digital memungkinkan masyarakat melakukan berbagai aktivitas secara lebih mudah, cepat, dan efisien, salah satunya melalui pemanfaatan *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* merupakan sistem perdagangan yang memanfaatkan jaringan internet sebagai media transaksi antara penjual dan pembeli. Kehadiran *e-commerce* tidak hanya mengubah cara masyarakat memperoleh barang dan jasa, tetapi juga mengubah pola konsumsi masyarakat dari transaksi secara konvensional menjadi transaksi secara daring (*online*). Perubahan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas ekonomi masyarakat modern.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat seiring dengan berkembangnya ekonomi digital nasional. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam *Statistik E-Commerce 2023*, perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik mengalami peningkatan yang didukung oleh semakin luasnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan ekonomi. Selain itu, laporan *e-Conomy SEA 2024* yang diterbitkan oleh Google, Temasek, dan Bain & Company menunjukkan bahwa Indonesia masih menjadi pasar ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara dengan nilai ekonomi digital mencapai sekitar US\$90

miliar, dan sektor *e-commerce* menjadi kontributor terbesar terhadap nilai tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan digital telah menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional.

Pesatnya perkembangan *e-commerce* tidak terlepas dari meningkatnya penggunaan internet di Indonesia. Berdasarkan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet Indonesia telah mencapai 79,5% dari total penduduk Indonesia. Tingginya tingkat penetrasi internet tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah memiliki akses terhadap berbagai layanan digital, termasuk layanan perdagangan elektronik. Kemudahan akses internet yang didukung oleh penggunaan *smartphone* menjadikan aktivitas berbelanja secara daring semakin mudah dilakukan kapan saja dan di mana saja. Masalah utama yang muncul dari fenomena ini adalah rendahnya perilaku keuangan yang sehat di kalangan mahasiswa pengguna *e-commerce*, yang ditandai oleh ketidakmampuan mengelola anggaran, kecenderungan berutang, dan kurangnya tabungan. Perilaku keuangan, menurut teori, melibatkan keputusan seperti penganggaran, investasi, dan pengendalian utang. Data empiris menunjukkan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan rendah cenderung memiliki gaya hidup konsumtif yang tinggi, yang berujung pada risiko kebangkrutan finansial. Misalnya, laporan (Bank Indonesia, 2021) mencatat bahwa pengeluaran konsumsi rumah tangga mahasiswa meningkat 5,2% per tahun, dengan sebagian besar didorong oleh belanja online. Signifikansi masalah ini sangat besar karena jika tidak diatasi, mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa akan menghadapi kesulitan ekonomi jangka panjang,

seperti utang yang menumpuk dan ketidakstabilan karir. Dampaknya tidak hanya individu, tetapi juga sosial-ekonomi nasional, di mana generasi muda yang tidak literat keuangan berkontribusi terhadap peningkatan utang konsumen nasional, yang menurut World Bank mencapai 10% pertumbuhan per tahun di negara berkembang seperti Indonesia.

Perkembangan tersebut mendorong meningkatnya penggunaan berbagai platform *e-commerce* di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, Lazada, dan Blibli. Platform-platform tersebut menawarkan berbagai strategi pemasaran yang menarik, antara lain potongan harga (*discount*), gratis ongkos kirim (*free shipping*), *flash sale*, *cashback*, hingga fasilitas pembayaran *buy now pay later (paylater)*. Berbagai strategi tersebut memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari sekaligus meningkatkan daya tarik untuk melakukan pembelian. Namun, di sisi lain, kemudahan tersebut juga dapat mendorong individu melakukan pembelian yang tidak direncanakan atau pembelian berdasarkan keinginan sesaat (*impulse buying*), sehingga berpotensi memengaruhi cara individu dalam mengelola keuangannya.

Fenomena meningkatnya aktivitas belanja daring juga tercermin dari hasil Statistik E-Commerce BPS 2023, yang menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat memanfaatkan platform digital untuk memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari produk fesyen, makanan, perlengkapan rumah tangga, produk kecantikan, hingga perangkat elektronik. Kemudahan dalam membandingkan harga, banyaknya pilihan produk, serta berbagai promosi yang diberikan membuat *e-commerce* menjadi salah satu alternatif utama masyarakat dalam berbelanja.

Meskipun memberikan berbagai manfaat, kondisi tersebut juga menimbulkan tantangan baru, yaitu meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif apabila penggunaan *e-commerce* tidak diimbangi dengan kemampuan mengelola keuangan secara bijaksana. Lebih lanjut, implikasi jangka panjang dari masalah ini sangat luas. Mahasiswa yang memiliki perilaku keuangan sehat sejak dini cenderung menjadi warga negara yang lebih produktif, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Data dari Bank Dunia pada tahun 2023 menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat meningkatkan PDB per kapita hingga 0,5% melalui pengurangan utang konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan sebagai respons terhadap tantangan zaman, di mana pendidikan keuangan perlu diintegrasikan dengan aspek psikologis seperti kontrol diri. Dengan demikian, latar belakang masalah ini menegaskan bahwa penelitian ini bukan hanya akademis, tetapi juga aplikatif, memberikan dasar untuk intervensi seperti program mentoring keuangan. Studi Duckworth dan Seligman (2005) dalam *Psychological Science* menunjukkan bahwa pelatihan kontrol diri dapat meningkatkan performa keuangan hingga 25%, yang relevan untuk konteks mahasiswa di Universitas Trunodjoyo Madura.

Salah satu kelompok masyarakat yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi digital adalah mahasiswa. Mahasiswa berada pada rentang usia dewasa awal yang memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap perkembangan teknologi informasi serta aktif memanfaatkan internet dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Berdasarkan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 (APJII), kelompok usia 18–24 tahun termasuk kelompok dengan tingkat penetrasi internet tertinggi di

Indonesia. Sebagai bagian dari kelompok usia tersebut, mahasiswa tidak hanya memanfaatkan internet untuk kegiatan akademik, tetapi juga untuk berkomunikasi, mengakses media sosial, hiburan, hingga melakukan transaksi melalui platform *e-commerce*. Tingginya intensitas penggunaan internet tersebut menyebabkan mahasiswa menjadi kelompok yang rentan terpapar berbagai strategi promosi digital yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengakses *e-commerce* tidak selalu diikuti oleh kemampuan mengelola keuangan secara baik. Sebagian mahasiswa masih bergantung pada uang saku yang diberikan oleh orang tua ataupun beasiswa sebagai sumber pendapatan utama. Dengan keterbatasan sumber pendapatan tersebut, mahasiswa dituntut mampu mengatur pengeluaran sesuai dengan kebutuhan dan menyusun skala prioritas dalam menggunakan uang yang dimiliki. Namun, kemudahan transaksi digital serta tingginya intensitas promosi pada platform *e-commerce* berpotensi memengaruhi perilaku mahasiswa dalam mengambil keputusan keuangan. Oleh karena itu, perilaku keuangan (*financial behavior*) mahasiswa menjadi isu yang penting untuk dikaji karena mencerminkan kemampuan individu dalam merencanakan, mengelola, menggunakan, dan mengendalikan keuangan secara bertanggung jawab.

Perilaku keuangan (*financial behavior*) merupakan salah satu aspek penting yang menentukan kemampuan individu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif. Menurut Xiao dan Dew, perilaku keuangan mencerminkan tindakan nyata seseorang dalam mengatur pendapatan, menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, menabung, serta mengambil keputusan keuangan yang bertanggung

jawab. Perilaku keuangan yang baik akan membantu individu mencapai kondisi keuangan yang lebih stabil, sedangkan perilaku keuangan yang kurang baik dapat menyebabkan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan, rendahnya kemampuan menabung, hingga munculnya masalah keuangan di masa depan. Oleh karena itu, perilaku keuangan menjadi salah satu indikator penting dalam melihat kualitas pengelolaan keuangan seseorang, khususnya pada mahasiswa yang sebagian besar belum memiliki pendapatan tetap.

Fenomena perilaku keuangan mahasiswa menjadi semakin menarik untuk dikaji karena mahasiswa berada pada masa transisi menuju kemandirian finansial. Pada fase ini mahasiswa mulai dihadapkan pada berbagai keputusan keuangan secara mandiri, seperti mengatur uang saku, menentukan prioritas kebutuhan, hingga mengelola pengeluaran untuk kebutuhan akademik maupun kebutuhan pribadi. Namun, perkembangan teknologi digital dan kemudahan bertransaksi melalui *e-commerce* sering kali menjadi tantangan tersendiri. Berbagai promosi yang ditawarkan platform *e-commerce* dapat memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa sehingga mendorong munculnya perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan kemampuan mengendalikan pengeluaran secara bijaksana.

Fenomena tersebut juga relevan dengan kondisi mahasiswa di Universitas Trunodjoyo Madura (UTM). Sebagai salah satu perguruan tinggi negeri di Jawa Timur, UTM memiliki mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah dengan latar belakang sosial ekonomi yang beragam. Berdasarkan data pra-survei peneliti, sebanyak 80,0% mahasiswa masih mengandalkan uang saku dari orang tua maupun beasiswa sebagai sumber pendapatan utama selama menjalani perkuliahan. Hal ini

diperkuat oleh hasil pra-survei yang dilakukan peneliti terhadap 30 mahasiswa UTM pengguna e-commerce tersebut, yang menunjukkan bahwa 73,3% responden mengaku sering melakukan pembelian secara spontan saat melihat promosi di platform e-commerce, meskipun barang tersebut bukan merupakan kebutuhan prioritas. Selain itu, sebanyak 66,7% dari mahasiswa tersebut juga menyatakan sering mengalami kesulitan dalam mengelola uang saku bulanan akibat pengeluaran belanja daring yang tidak terencana. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa UTM sebagai kelompok yang menarik untuk diteliti karena dihadapkan pada tuntutan untuk mampu mengelola keuangan secara bijaksana di tengah kemudahan transaksi digital yang terus berkembang.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa adalah literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep, produk, risiko, serta pengelolaan keuangan sehingga mampu mengambil keputusan keuangan secara tepat. Menurut Annamaria Lusardi dan Olivia S. Mitchell, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu membuat perencanaan keuangan, mengelola pengeluaran, serta mengambil keputusan investasi dan konsumsi secara lebih rasional. Dengan demikian, literasi keuangan menjadi bekal penting bagi mahasiswa dalam menghadapi berbagai kemudahan transaksi digital yang tersedia saat ini.

Pentingnya literasi keuangan di Indonesia juga tercermin dalam hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 66,46%, sedangkan indeks inklusi

keuangan mencapai 80,51%. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki akses yang cukup tinggi terhadap berbagai layanan keuangan, namun belum seluruhnya memiliki pemahaman yang memadai mengenai cara mengelola keuangan dengan baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan akses terhadap layanan keuangan perlu diimbangi dengan peningkatan kemampuan masyarakat dalam memahami dan memanfaatkan layanan tersebut secara bijaksana agar tidak menimbulkan permasalahan keuangan di kemudian hari.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan dengan perilaku keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Annamaria Lusardi dan Olivia S. Mitchell menjelaskan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, dan membuat keputusan keuangan secara rasional. Namun demikian, dalam praktiknya masih banyak dijumpai mahasiswa yang telah memperoleh pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan melalui pendidikan formal, tetapi belum sepenuhnya mampu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan saja belum tentu cukup untuk menghasilkan perilaku keuangan yang baik.

Selain literasi keuangan, gaya hidup konsumtif juga diduga menjadi faktor yang memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Gaya hidup konsumtif menggambarkan kecenderungan individu dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Kemudahan memperoleh informasi mengenai produk, pengaruh media sosial, tren

yang berkembang, serta berbagai promosi pada platform *e-commerce* mendorong mahasiswa untuk mengikuti pola konsumsi yang semakin tinggi. Akibatnya, sebagian mahasiswa lebih mengutamakan pemenuhan gaya hidup dibandingkan dengan kebutuhan yang bersifat prioritas. Apabila kondisi tersebut berlangsung secara terus-menerus, maka dapat memengaruhi kualitas perilaku keuangan mahasiswa, seperti menurunnya kemampuan menabung, meningkatnya pengeluaran yang tidak direncanakan, serta lemahnya pengendalian terhadap penggunaan uang.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan perilaku keuangan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Annamaria Lusardi dan Olivia S. Mitchell menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, di mana individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang lebih baik cenderung mampu mengelola keuangan secara lebih efektif. Temuan serupa juga banyak ditemukan dalam penelitian di Indonesia yang menyatakan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat mendorong individu untuk lebih bijaksana dalam mengatur pengeluaran, menabung, maupun membuat keputusan keuangan.

Namun demikian, hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Beberapa penelitian menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang belum tentu secara langsung diwujudkan dalam

perilaku keuangan yang baik. Dengan kata lain, masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi bagaimana seseorang mengimplementasikan pengetahuan keuangan yang dimilikinya ke dalam tindakan nyata. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih terbukanya ruang untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa.

Selain literasi keuangan, gaya hidup konsumtif juga menjadi variabel yang banyak dikaji dalam penelitian perilaku keuangan. Gaya hidup konsumtif yang ditandai dengan kecenderungan membeli barang berdasarkan keinginan, mengikuti tren, maupun dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial, diduga dapat menurunkan kualitas perilaku keuangan individu. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif cenderung lebih mudah melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan yang dimiliki. Di era perkembangan *e-commerce*, berbagai promosi seperti *flash sale*, *cashback*, gratis ongkos kirim, dan fasilitas *paylater* semakin meningkatkan peluang munculnya perilaku konsumtif apabila individu tidak memiliki kemampuan dalam mengendalikan dirinya.

Melihat adanya fenomena tersebut, penelitian ini mengajukan kontrol diri (***self-control***) sebagai variabel mediasi yang diduga mampu menjelaskan hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan perilaku keuangan. Menurut Roy F. Baumeister, kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan, emosi, maupun perilaku sehingga mampu bertindak sesuai dengan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai. Dalam konteks pengelolaan keuangan, kontrol diri berperan penting dalam membantu individu

menahan keinginan untuk melakukan pembelian yang tidak diperlukan, menyusun skala prioritas kebutuhan, serta menggunakan uang secara lebih bertanggung jawab. Oleh karena itu, meskipun seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik ataupun menghadapi pengaruh gaya hidup konsumtif yang tinggi, perilaku keuangannya diperkirakan akan sangat dipengaruhi oleh tingkat kontrol diri yang dimiliki.

Pemilihan kontrol diri sebagai variabel mediasi didasarkan pada hasil penelitian Carolina Strömbäck dkk. (2017) yang menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan dan kesejahteraan finansial seseorang. Akan tetapi, penelitian yang menguji kontrol diri sebagai variabel mediasi pada hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan perilaku keuangan, khususnya pada mahasiswa pengguna *e-commerce*, masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian yang secara khusus mengambil objek mahasiswa pengguna *e-commerce* di Universitas Trunodjoyo Madura juga masih sangat sedikit ditemukan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya research gap sekaligus menjadi peluang untuk memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang perilaku keuangan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai perilaku keuangan dengan menjelaskan peran kontrol diri sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan perilaku keuangan. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi mahasiswa agar lebih bijaksana dalam mengelola keuangan di tengah

kemudahan transaksi digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi maupun pihak terkait dalam menyusun program edukasi literasi keuangan yang mampu meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan secara bertanggung jawab.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan serta adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan, penelitian ini masih relevan untuk dilakukan. Penelitian ini berfokus pada pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap perilaku keuangan dengan kontrol diri sebagai variabel mediasi pada mahasiswa pengguna e-commerce. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif terhadap Perilaku Keuangan dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce di Universitas Trunodjoyo Madura).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kontrol diri mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura?

4. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap kontrol diri mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura?
5. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura?
6. Apakah kontrol diri memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura?
7. Apakah kontrol diri memediasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura.
2. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura.
3. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kontrol diri mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura.
4. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap kontrol diri mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura.
5. Menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura.

6. Menganalisis peran kontrol diri sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura.
7. Menganalisis peran kontrol diri sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara gaya hidup dan perilaku keuangan mahasiswa pengguna e-commerce di Universitas Trunodjoyo Madura.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur keuangan perilaku dengan mengintegrasikan kontrol diri sebagai variabel mediasi dalam konteks e-commerce, khususnya di kalangan mahasiswa Indonesia, sehingga memberikan kontribusi bagi pengembangan teori perilaku terencana dan kontrol diri.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi universitas, khususnya Universitas Trunodjoyo Madura, untuk merancang program edukasi keuangan yang mencakup pelatihan kontrol diri, serta bagi platform e-commerce untuk mengembangkan fitur yang mendorong perilaku keuangan sehat. Selain itu, bagi mahasiswa, penelitian ini memberikan wawasan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi keuangan dan kontrol diri dalam menghadapi godaan konsumsi digital.

3. Manfaat Sosial

Penelitian ini berkontribusi pada upaya nasional untuk meningkatkan inklusi keuangan generasi muda, yang pada akhirnya mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan di Indonesia dengan mengurangi risiko utang konsumen dan ketidakstabilan finansial.