



GAYA KONSUMTIF DI KALANGAN MAHASISWA: FAKTOR PENYEBAB DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN

Raisha Nur Azizah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Program Studi Matematika

Email: raishanurazizah6@gmail.com

Abstrak Gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang semakin mengkhawatirkan di era modern ini. Mahasiswa berada pada fase transisi yang rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial, media sosial, serta tekanan gaya hidup hedonis. Tujuan dari kajian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa serta dampaknya terhadap kemampuan manajemen keuangan mereka. Berdasarkan studi literatur menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi pribadi, kontrol diri, dan gaya hidup hedonis, serta faktor eksternal seperti pengaruh media sosial, teman sebaya, kemudahan platform belanja daring, dan uang saku. Dampak dari perilaku konsumtif ini adalah menurunnya kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi keuangan agar dapat mengambil keputusan konsumsi yang lebih bijak.

Kata Kunci: Gaya hidup, mahasiswa, manajemen keuangan, konsumtif, hedonisme

A. PENDAHULUAN

Mahasiswa sering kali terpengaruh oleh tren sosial, budaya konsumsi, dan tekanan pergaulan yang mendorong mereka untuk membelanjakan uang demi memenuhi keinginan, bukan kebutuhan. Fenomena inilah yang dikenal sebagai perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan membeli barang atau jasa bukan karena kebutuhan, melainkan karena dorongan emosi, seperti ingin mengikuti tren dan rasa takut ketinggalan (FOMO). Lingkungan pertemanan di kampus membentuk gaya hidup mahasiswa. Kebiasaan berkumpul di kedai kopi, mengikuti tren fashion terkini, belanja daring, hingga penggunaan fitur paylater pada platform e-commerce mencerminkan pola konsumsi mahasiswa saat ini (Mustomi & Puspasari, 2020).

Dari fenomena tersebut, artikel studi literatur ini disusun dengan tujuan untuk mengkaji apa saja faktor-faktor yang memengaruhi gaya konsumtif mahasiswa serta dampaknya terhadap pengelolaan keuangan mereka.

B. METODE KAJIAN

Artikel ini disusun menggunakan metode studi literatur atau literatur, yaitu pendekatan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai sumber pustaka yang relevan. Dari hasil penelusuran tersebut, dipilih sebanyak 15 jurnal yang dianggap paling relevan untuk menjawab tujuan kajian. Literatur yang dipilih kemudian

dianalisis berdasarkan tema-tema utama yang muncul, yaitu karakteristik perilaku konsumtif, faktor internal dan eksternal, serta dampaknya terhadap manajemen keuangan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa

Perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan membeli barang atau jasa yang lebih didominasi oleh keinginan di luar kebutuhan, bukan berdasarkan pertimbangan yang tepat. Lubis (dalam Gumulya & Widiastuti, 2013) menegaskan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang sudah tidak rasional lagi, di mana seseorang membeli bukan karena membutuhkan melainkan karena keinginan.

Mahasiswa termasuk salah satu kelompok yang paling rentan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh karakteristik usia mereka, di mana pencarian identitas diri dan keinginan untuk diterima oleh lingkungan sosial menjadi motivasi kuat dalam pengambilan keputusan pembelian. Kampus yang seharusnya menjadi tempat menimba ilmu, justru menjadi ajang kompetisi penampilan dan status sosial di antara mahasiswa.

2. Faktor Internal yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Pertama, konsep diri. Konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki individu tentang dirinya sendiri berdasarkan interaksi dengan lingkungan. Mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif cenderung berusaha menutupi ketidakpuasan terhadap diri mereka dengan cara membeli barang-barang bermerek untuk meningkatkan citra diri di mata orang lain.

Kedua, kontrol diri. Kontrol diri yang lemah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk melakukan impulse buying. Fithriyani dkk. (2022) menemukan bahwa rendahnya kontrol diri dalam penggunaan e-commerce membuat mahasiswa sulit menolak godaan diskon, gratis ongkir, dan berbagai promosi menarik yang ditawarkan platform belanja daring.

Ketiga, gaya hidup hedonis. Hedonisme adalah gaya hidup yang mengutamakan kesenangan sebagai tujuan utama. (Thamrin & Saleh 2021) juga menemukan bahwa gaya hidup hedonis berhubungan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Satrio dkk. (2024) menyatakan bahwa gaya hidup hedonis berdampak negatif terhadap kemampuan manajemen keuangan mahasiswa.

Keempat, FOMO (Fear of Missing Out) yaitu ketakutan akan ketinggalan tren yang sedang populer, Astuti & Pratiwi (2025) menemukan bahwa Mahasiswa cenderung melakukan pembelian secara spontan karena rasa takut ketinggalan tren. Hal ini juga berpengaruh terhadap impulse buying pada mahasiswa pengguna e-commerce, terutama jika didukung dengan shopping lifestyle saat berbelanja.

3. Faktor Eksternal yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Pertama, pengaruh media sosial. Media sosial menjadi platform di mana mahasiswa dapat mengekspos berbagai gaya hidup dan tren masa kini. Mustomi & Puspasari (2020) menemukan adanya korelasi antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan perilaku konsumtif, meskipun pengaruhnya tidak selalu bersifat langsung dan signifikan.

Kedua, platform belanja daring. Kemudahan akses terhadap marketplace digital telah mengubah perilaku belanja mahasiswa secara drastis. Fadhilah & Abadi (2023) membuktikan bahwa intensitas penggunaan aplikasi belanja online juga dipengaruhi oleh fitur-fitur seperti flash sale, gratis ongkir, dan PayLater terbukti mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian di luar rencana.

Ketiga, pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial. Tekanan dari lingkungan pertemanan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumsi mahasiswa. Hidayah & Bowo (2019) menemukan bahwa mahasiswa cenderung mengikuti pola konsumsi teman-temannya agar dapat diterima dan diakui dalam kelompok sosial mereka.

Keempat, uang saku. Besaran uang saku juga terbukti memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Hidayah & Bowo (2019) menemukan bahwa mahasiswa dengan uang saku yang lebih kecil justru cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi, padahal gaya hidup mereka tidak sebanding dengan kemampuan finansial yang dimiliki.

Kelima, coffee shop culture. Fenomena lain yang cukup menarik adalah maraknya budaya nongkrong di kedai kopi sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa. Aulia & Abdullah (2025) menyebutkan bahwa kedai kopi sekarang tidak hanya digunakan sebagai tempat belajar, tetapi juga menjadi tempat untuk mengekspresikan diri mereka. Konsumsi di kedai kopi yang mahal secara rutin berpengaruh terhadap pengeluaran tidak produktif mahasiswa.

4. Dampak terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa

Perilaku konsumtif yang tidak terkendali memiliki dampak nyata terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi. Pratama & Fatkhurrohman (2022) menemukan bahwa gaya hidup, literasi keuangan, dan teman sebaya, memiliki andil dalam kemampuan manajemen keuangan pribadi mahasiswa. Mahasiswa yang tidak mendapatkan literasi keuangan dari keluarga biasanya kesulitan mengatur keuangan dengan baik, terutama ketika menghadapi tekanan gaya hidup konsumtif di lingkungan kampus.

Hadiatullah dkk. (2023) menambahkan bahwa status sosial ekonomi orang tua turut berperan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang rendah lebih rentan terhadap godaan belanja impulsif karena tidak

memiliki pemahaman yang cukup tentang pentingnya perencanaan keuangan. Mahasiswa yang sadar tentang perencanaan keuangan lebih mampu menahan diri dari pembelian impulsif dan lebih bijak dalam mengalokasikan keuangan finansial yang mereka miliki.

D. PENUTUP

1. Simpulan

Berdasarkan telaah terhadap berbagai literatur yang relevan, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan fenomena yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Dari sisi internal, konsep diri yang negatif, lemahnya kontrol diri, kecenderungan gaya hidup hedonis, dan fenomena FOMO menjadi pendorong utama perilaku konsumtif. Dari sisi eksternal, paparan media sosial, kemudahan platform belanja daring, tekanan teman sebaya, besaran uang saku, serta budaya coffee shop turut berkontribusi dalam membentuk pola konsumsi yang tidak rasional di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2017). Gaya hidup hedonisme dan impulse buying pada mahasiswa. *Ecopsy*, 7(2).
- Astuti, N. A., & Pratiwi, A. (2025). Pengaruh FOMO (Fear of Missing Out), shopping lifestyle, dan positive emotion terhadap impulse buying (survey pada mahasiswa konsumen e-commerce Shopee di Universitas Slamet Riyadi). *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 540–562.
- Astuti, R. F., Ulfah, M., & Ellyawati, N. (2022). Pengaruh modernitas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Universitas Mulawarman.
- Aulia, D., & Abdullah, Z. (2025). Coffee shops as learning arenas and spaces of student lifestyle formation: A case study of Hanei Here Coffee in Samarinda City. Universitas Mulawarman.
- Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh penggunaan aplikasi belanja online, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
- Fithriyani, S. A., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku impulsive buying pada mahasiswi pengguna e-commerce Shopee ditinjau dari kontrol diri. *JCA of Psychology*, 3(01).
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01).
- Hadiatullah, H., Sudiyarti, N., & Kurniawansyah, K. (2023). Analisis pengaruh literasi keuangan dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 230–242.

- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2019). Pengaruh uang saku, locus of control, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Universitas Negeri Semarang.
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133–147.
- Pratama, W. C. T., & Fatkhurrohman, T. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen keuangan pribadi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 24(4), 94–104.
- Rohman, D., Triana, I., Lestari, N. A., Hanita, R., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). Analisis impulse buying mahasiswa pada flash sale dan gratis ongkir Shopee: Keinginan atau kebutuhan?
- Satrio, R., Wati, K. A., Destiyana, A., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 26–35.
- Thamrin, H. T., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada mahasiswa.