

The Effect Of Financial Literacy And Income On Consumptive Behavior With Lifestyle As A Moderating Variable (Study On University Of Muhammadiyah Semarang Students)

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang)

Aulia Nur Faizah^{1*}, Kesi Widjajanti², Indarto³

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Semarang^{1,2,3}

auliafaizah@gmail.com¹

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to analyze financial literacy and income influence on consumptive behavior, with lifestyle as a moderating variable in students of the faculty of economics and business, University of Muhammadiyah Semarang. The method used quantitative research method uses SEM-PLS (inner and outer model) to test the relationship between variables with the SmartPLS 4 analysis tool. The results of the analysis show that financial literacy has a negative effect on consumptive behavior, while income has a positive effect on consumptive behavior and lifestyle is able to moderate financial literacy and income on consumptive behavior. Based on the Adjusted R Square value, it is explained that financial literacy, income and lifestyle affect consumptive behavior by 0.512 or 51.2% and the rest is explained by other variables outside the study. Students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Semarang show a simple lifestyle with good financial management knowledge and sufficient income so as to produce low consumptive behavior.

Keywords : Financial literacy, Income, Lifestyle and Consumptive Behavior

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis literasi keuangan dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dengan gaya hidup sebagai variabel moderating pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Semarang. Metode yang digunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan SEM-PLS (*inner* dan *outer* model) untuk uji hubungan antar variabel dengan alat analisis SmartPLS 4. Hasil analisis memperlihatkan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif serta gaya hidup mampu memoderasi literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* menjelaskan bahwa literasi keuangan, pendapatan dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 0,512 atau 51,2 % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Semarang menunjukkan gaya hidup yang sederhana dengan pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik dan pendapatan yang cukup sehingga menghasilkan sikap perilaku konsumtif yang rendah.

Kata kunci : Literasi keuangan, Pendapatan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif

1. Pendahuluan

Agar dapat merasa nyaman dan diakui keberadaannya di masyarakat, individu semakin terfokus pada kesenangan yang diyakini dapat terpuaskan berkat kemajuan teknologi dan kemajuan seiring berjalannya waktu. Pelajar biasanya lebih suka berbelanja, menghabiskan seluruh uangnya untuk keperluan sosial atau sosial, dan mampu memakai tren anak muda saat ini. Pelajar aktif di media sosial, suka menghabiskan waktu luangnya di pusat perbelanjaan dan tempat hiburan, serta memiliki kecenderungan kuat untuk mengeluarkan uang berlebihan (Pulungan & Febriyanti, 2018). Bakat finansial mencakup kemampuan menangani keuangan secara akurat dan bijaksana, serta membuat keputusan keuangan yang tepat. Hal ini juga mencakup kemampuan untuk memperoleh penghasilan yang cukup untuk menutupi biaya hidup (Gunawan et al., 2019). Menurut Survei Global Kepercayaan Konsumen dan Kecenderungan Belanja Nielsen, Indonesia termasuk dalam sepuluh (10) negara dengan tingkat optimisme tertinggi, memiliki tingkat kepercayaan konsumen tertinggi, dan kecenderungan

membeli paling kuat (Timorria, 2020).

Generasi milenial merupakan 17% pengguna internet yang menyukai belanja online, menurut temuan Survei Sosial Ekonomi Nasional atau sering disebut Susenas (Islahuddin & Syaifudin, 2020). Mobilitas tinggi dan konektivitas internet yang berdampak pada gaya hidup menjadi dua penyebab hal tersebut. Kebiasaan generasi milenial dan kenyamanan mereka dalam berbelanja online tidak lepas dari kebutuhan mereka untuk aktif di media sosial. Generasi ini menggunakan teknologi dalam setiap bidang kehidupan mereka, termasuk transportasi, belanja makanan dan pakaian, perjalanan, dan pembelian kebutuhan sehari-hari (CNN, 2018). Dari data Riset Kredivo dan Katadata Insights Center (KIC), 2022 menjelaskan bahwa pada tahun 2020-2021, usia 18-25 tahun berada di urutan kedua teratas jumlah belanja online. Hal ini menunjukkan bahwa usia 18-25 tahun masyarakat Indonesia berbelanja online sekitar 30% menyumbangkan prosentase cukup besar dibandingkan dengan usia produktif 36-45 tahun yang telah mempunyai pendapatan pribadi, maka tingkat perilaku konsumtif di kalangan milenial remaja dapat dikatakan cukup tinggi.

Literasi keuangan menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap tingginya tingkat perilaku konsumen. Untuk mengelola keuangannya, masyarakat perlu mengetahui dasar-dasarnya. Perilaku konsumen menurut Chita dkk. (2015), adalah kecenderungan manusia untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau impulsif. Masyarakat harus bisa mengatur diri dan memahami literasi keuangan karena konsumerisme terjadi ketika sulit mengendalikan biaya sehingga dapat berujung pada perilaku konsumtif (Izazi et al., 2020). Daripada membeli buku dan perlengkapan kampus, yang lebih penting untuk menunjang studi mereka, mahasiswa saat ini memilih untuk membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang dengan merek tertentu agar mereka tetap mengikuti tren fashion dan mendapatkan perhatian dari teman-temannya. Pelajar didorong untuk membeli produk yang sebenarnya tidak diperlukan sebagai bagian dari latihan mengikuti tren ini, yang mungkin mengarah pada jebakan perilaku konsumen. Pengetahuan keuangan dapat berdampak pada kebiasaan belanja siswa. Pengelolaan keuangan dan literasi keuangan mempunyai keterkaitan yang erat, dimana pengelolaan keuangan yang lebih baik berkorelasi dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi.

Masalah keuangan bukan hanya disebabkan oleh rendahnya pendapatan. Masalah keuangan juga dapat berkembang sebagai akibat dari praktik pengelolaan keuangan yang buruk, seperti penyalahgunaan kredit dan kurangnya perencanaan keuangan (Nurmala et al., 2021). Bagi generasi milenial, pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan sangatlah penting. Namun berdasarkan temuan survei nasional mengenai klasifikasi jenis pekerjaan, jumlah pelajar meningkat pada tahun 2019, meskipun besaran peningkatannya masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan jumlah penduduk pensiunan. Hasil survei tahun 2019 menunjukkan kategori pelajar bernilai 31,69% yang berarti dari 100 orang terdapat kurang lebih 31 orang yang berliterasi baik. Sebaliknya, kategori non-siswa bernilai 68,31%, artinya dari 100 orang terdapat sekitar 68 orang yang tidak melek huruf. Banyak orang yang masih belum memahami konsep literasi keuangan. Hal ini diperkuat dengan temuan Survei OJK yang menyatakan bahwa 40% masyarakat Indonesia sudah melek finansial pada tahun 2020.

Pendapatan menjadi aspek selanjutnya yang mungkin berdampak pada kebiasaan konsumsi mahasiswa. Pada hakikatnya uang merupakan hasil pengorbanan materiil yang dilakukan seseorang untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Seseorang dapat menginvestasikan pendapatannya saat ini dalam berbagai pilihan investasi, termasuk saham, obligasi, tabungan, emas, real estat, dan jenis investasi lainnya (Alexander & Pamungkas, 2019). Pendapatan seseorang sebagian besar bergantung pada apakah mereka bekerja di industri jasa atau produksi dan berapa jam yang mereka habiskan untuk mendapatkan upah per jam (Arianti, 2018). Pelajar sering kali terus menggunakan uang secara sembarangan dan berperilaku tidak sesuai dengan kemampuannya dalam menghasilkan uang.

Gaya hidup merupakan elemen selanjutnya yang dapat mempengaruhi kebiasaan konsumsi seorang pelajar. Kehidupan masyarakat saat ini telah berkembang seiring berjalannya waktu. Dulu orang tidak terlalu memikirkan gaya hidup dan penampilan, namun banyak hal telah berubah akhir-akhir ini. Gaya hidup telah muncul sebagai simbol modernitas. Ini adalah masalah pilihan, dan siswa harus memutuskan kebutuhan apa yang paling mendesak untuk menghindari konsumsi berlebihan. Meningkatkan akses siswa terhadap pemahaman informasi yang lebih terkini sekaligus mengubah kehidupan mereka, mulai dari apa yang mereka kenakan, cara mereka berinteraksi dengan orang lain, dan faktor-faktor lain yang sering mempengaruhi apa yang mereka lakukan (Pulungan & Febriyanti, 2018). Perilaku konsumen yang dihasilkan dari kemajuan seiring berjalannya waktu adalah perilaku yang menunjukkan ketidakpuasan. Tujuan dari menjalani gaya hidup yang mengikuti tren sering kali adalah untuk tampil serupa dengan konsumen produk lain atau, secara internal, untuk menarik lebih banyak perhatian dari orang lain (Adlin, 2006). Salah satu hal yang sering dilakukan masyarakat saat ini adalah menerapkan gaya hidup trendi terkini. Setiap orang kini cenderung mengikuti tren yang ada, artinya banyak pengeluaran atau uang yang harus dikeluarkan untuk menyesuaikan dengan keinginannya. Akibatnya, pendapatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup seseorang.

2. Tinjauan Pustaka

Theory Of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa perilaku konsumen dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* (PBC) yang membentuk niat. Niat kemudian mempengaruhi bagaimana perilaku seseorang. Model ini dikembangkan oleh Icek Ajzen untuk menyempurnakan kekuatan prediktif dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), dengan menambahkan variabel PBC. Teori ini mengungkapkan bahwa sikap, norma subjektif, dan PBC secara Bersama-sama membentuk niat dan perilaku.

Intensi untuk terlibat dalam perilaku tertentu dipengaruhi oleh (a) sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*), yaitu keyakinan tentang perilaku tertentu beserta konsekuensinya, (b) norma subjektif (*subjective norm*) adalah harapan yang bersifat normatif (menurut norma atau kaidah-kaidah yang berlaku) dari orang lain yang dianggap penting oleh pelaku perilaku tertentu, (c) kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) adalah pemahaman akan kemudahan atau kesulitan dalam menampilkan perilaku tertentu. Teori ini menjadi landasan studi saat ini yang menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa. Dimana (a) *behaviour beliefs* adalah perilaku konsumtif, (b) *normative beliefs* adalah perilaku dipengaruhi atau berkaitan langsung dengan lingkungan yaitu gaya hidup, (c) *control beliefs* yang dipengaruhi latar belakang informasi yaitu pengetahuan yang dalam penelitian ini mewakili variabel literasi keuangan.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan (memakai, mengonsumsi) dan menghabiskan produk (barang dan jasa) termasuk proses yang mendahului dan mengikuti tindakan (Taan, 2017). Menurut Firmansyah (2018) perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Wahyuni et al., 2019).

Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapat yang menggambarkan keseluruhan orang yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler & Keller, 2016). Menurut Naqiah et. al. (2019) gaya hidup merupakan cara hidup yang dapat diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Rohim dan Priyanto (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup adalah cara seseorang dalam menjalani kehidupannya secara umum dan global, juga dapat diartikan sebagai satu paket sikap, tabiat atau harta benda yang berkaitan dengan seseorang atau kumpulan beberapa orang yang memberikan corak kekhasan atas tingkah laku aktivitas dan kegiatan. Menurut Simarmata et al., (2021), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan melalui kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Secara sederhana, gaya hidup dapat didefinisikan sebagai aktivitas tentang bagaimana seseorang hidup dalam membelanjakan uang dan bagaimana mereka bisa mengalokasikan waktu mereka.

Literasi Keuangan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), literasi berarti kesanggupan membaca dan menulis. Literasi keuangan merupakan segala pengetahuan yang memiliki hubungan dengan uang atau sekumpulan informasi yang dimiliki baik berupa fakta, konsep, prinsip dan teknologi yang digunakan sebagai dasar pemanfaatan keuangan (Sufatmi & Purwanto, 2021). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2021), Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan merupakan dasar bagi setiap individu untuk membantu membuat sebuah keputusan keuangannya, khususnya keputusan untuk berinvestasi di pasar modal (Subandi et al., 2021).

Pendapatan

Pendapatan dapat didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Pendapatan dapat berupa upah/gaji, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial (misal beasiswa) atau asuransi pengangguran (Herlindawati, 2015). Sedangkan menurut Ida & Dwinta (2010) *personal income* adalah total pendapatan kotor seorang individu tahunan yang berasal dari upah, perusahaan bisnis, dan berbagai investasi. Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu negara. Pendapatan dapat digunakan oleh para penerimanya, yaitu semua rumah tangga yang ada dalam perekonomian, untuk membeli barang-barang dan jasa-jasa yang mereka inginkan. Berdasarkan pengertian tersebut bahwa pendapatan adalah seluruh jumlah uang yang diterima dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, laba dan sebagainya bersama dengan tunjangan, uang pensiun yang diperoleh per bulan.

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang ini, peneliti mengajukan metode kuantitatif sebagai dasar dan acuan untuk pengolahan data dan merupakan model penelitian yang memiliki struktur, terencana dan dapat terhitung dengan jelas. Pengumpulan data dilakukan melalui staff akademik fakultas secara khusus kepada mahasiswa untuk mendapatkan data melalui kuisioner

yang peneliti bagikan melalui *google quistionaire*. Dengan memperhatikan hasil perhitungan sampel dan model kerangka penelitian yang sudah diukur, peneliti menggunakan SEM-PLS (*structure equation modeling partial least square*) di mana metode ini digunakan untuk menyelesaikan penelitian dengan model analisa jalur / *path analysis* dengan indikator yang tidak memiliki hubungan dengan indikator lain dalam sebuah variabel.

4. Hasil Dan Pembahasan Evaluasi Model Struktural

Tabel 1. Nilai R Square

	R Square
Perilaku Konsumtif (Y)	0.512

Tabel 1 menyajikan nilai *RSquare* sebesar 0,512 yang menunjukkan bahwa variabilitas konstruk perilaku keuangan dapat dijelaskan oleh konstruk literasi keuangan dan pendapatan interaksinya sebesar 51,2 %. Sedangkan 48,8,% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tabel 2. Uji Path Coefficient & Signifikansi Pengaruh

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P Values
GH (Z) -> PK (Y)	0.314	0.328	0.105	2.977	0.003
LK (X1) -> PK(Y)	-0.304	-0.302	0.096	3.168	0.002
PDT (X2) -> PK (Y)	0.181	0.190	0.085	2.137	0.033
GH (Z) *PDT (X2) -> PK (Y)	-0.268	-0.253	0.111	2.417	0.016
GH (Z) *LK (X1) -> PK (Y)	-0.258	-0.235	0.127	2.027	0.043

H1 diterima (memiliki pengaruh independen terhadap variabel dependen) jika t-statistik > 1,64 pada taraf kesalahan 5% berdasarkan temuan uji koefisien jalur. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan smartpls mengungkapkan bahwa perilaku pelanggan dipengaruhi oleh literasi keuangan. Temuan uji koefisien parameter antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa arah hubungan keduanya adalah negatif dengan nilai t-statistik sebesar 3,168 signifikansi 0,05. Nilai estimasi sampel asli bernilai negatif sebesar -0,304, menunjukkan bahwa hubungan keduanya juga negatif. Smartpls mengungkapkan bahwa perilaku pelanggan dipengaruhi oleh pendapatan. Berdasarkan temuan uji koefisien parameter antara pendapatan dengan perilaku konsumsi, nilai original sample estimasi bernilai 0,181 sehingga terdapat hubungan positif perilaku keuangan dan perilaku konsumsi. Hubungan tersebut mempunyai nilai t-statistik 2,137 dan signifikan 0,05. Hipotesis kedua (H2) dapat dianggap diterima karena nilai t-statistik lebih besar dari 1,64 dan nilai P-value 0,033 kurang dari 0,05.

Nilai original sample estimasi konstruk gaya hidup terhadap perilaku konsumen diketahui positif sebesar 0,314 dan signifikan sebesar 0,05 (t-statistik 2,977 > 1,64) dan P-value 0,003 0,05. Hasil uji koefisien parameter antara literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi untuk konstruk memoderasi literasi keuangan dengan gaya hidup menunjukkan nilai original sample estimasi bernilai negatif sebesar 0,258 membuktikan bahwa arah hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumsi berhubungan dengan perilaku

konsumsi. gaya hidup sebagai variabel merasi adalah negatif, dengan nilai t-statistik sebesar 2,027, signifikan pada p-value sebesar 0,05. Hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumen dapat diperkuat dengan mempertahankan gaya hidup moderat, berdasarkan nilai t-statistik yang lebih besar dari 1,64 dan nilai P 0,043 yang kurang dari 0,05. Temuan original sample estimasi konsep moderasi pendapatan dengan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi adalah negatif sebesar -0,268 dan signifikan sebesar 0,05 (t-statistik 2,027 > 1,64) dan P-value 0,016 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa mode Moderasi dalam gaya hidup dapat mengikis hubungan antara pendapatan dan konsumsi.

Pengujian, *predictive relevance* (Q^2), Uji *goodness of fit* (GoF) dan PLS **Predict**
Uji *predictive relevance* (Q^2)

Tabel 3. Uji Q^2

	$Q^2_{predict}$	RMSE	MAE
Perilaku Konsumtif	0.435	0.772	0.610

Nilai relevansi prediktif variabel laten endogen Perilaku Konsumtif Q^2 sebesar 0,435, dan karena nilai tersebut lebih dari nol, maka dapat dikatakan model tersebut sudah mempunyai relevansi prediktif.

Uji *goodness of fit* (GoF)

Tabel 3. Uji *goodness of fit* (GoF)

	Average variance extracted (AVE)
Gaya Hidup	0.731
Literasi Keuangan	0.817
Pendapatan	0.729
Perilaku Konsumtif	0.585

R Square

	R-square
Perilaku Konsumtif	0.512

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$AVE = rata - rata AVE$$

$$R^2 = rata - rata R^2$$

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$= \sqrt{0,715 \times 0,512}$$

$$GoF = 0,605$$

Nilai GoF sebesar 0,605 yang berarti dapat disimpulkan bahwa model penelitian sudah baik dan juga termasuk GoF yang besar.

Uji PLS Predict

Tabel 4. Uji PLS Predict

		Q^2_{pr}	PLS- SEM_RMSE	PLS- SEM_MAE	E	LM_RMS AE	LM_M
1	6	0,28	0,755	0,589		0,782	0,629
2	4	0,13	0,940	0,754		0,987	0,813

3	7	0,23	0,811	0,650	0,859	0,686
4	2	0,27	0,802	0,628	0,854	0,671
5	8	0,24	0,931	0,782	1,000	0,833
6	3	0,13	0,941	0,797	0,953	0,795
7	5	0,35	0,812	0,677	0,896	0,722
8	4	0,25	0,843	0,701	0,898	0,710

PLS Predict adalah jenis validasi model yang mengidentifikasi seberapa baik prediksi model PLS yang disarankan. Berdasarkan Tabel 4, model PLS SEM memiliki potensi prediksi sedang karena memiliki nilai RMSE dan MAE yang lebih rendah dibandingkan model regresi linier (LM) untuk sebagian besar indikator.

Pengujian Hipotesis Pertama: Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Sustiyo (2020) dan Kaserina (2015) yang menemukan bahwa faktor-faktor terkait literasi keuangan mempunyai dampak negatif dan substansial terhadap perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi pelajar akan semakin rendah jika mereka semakin melek finansial. Saat membeli produk dan layanan, responden dalam survei perilaku konsumen menggunakan skala prioritas. Orang yang merespons akan membeli apa yang mereka butuhkan. Responden yang mempraktikkan literasi keuangan cenderung tidak melakukan perilaku merugikan diri sendiri. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Kumalasari dan Soesilo (2019), Izazi et. al., (2020), Asisi dan Purwantoro (2020), Silalahi (2020) mendukung gagasan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh literasi keuangan. Seberapa baik seseorang mengelola tugas perencanaan keuangan sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman keuangannya. Kemampuan mengelola keuangan atau intelektualitas merupakan beberapa definisi dari literasi keuangan. Pentingnya informasi keuangan ini bagi siswa tidak dapat dilebih-lebihkan. Menganalisis arus kas keuangan dapat membantu mereka membuat penilaian cerdas serta mengelola uang secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan metodis untuk menangani hal ini; pengelolaan arus kas yang efektif akan memberikan dampak positif dan dapat mencegah tindakan impulsif yang menyebabkan siswa menghambur-hamburkan uang tanpa menyadarinya. Sekalipun mereka mempunyai literasi keuangan yang kuat, masih banyak orang yang berperilaku konsumtif karena tidak memanfaatkan pengetahuan keuangan yang baru mereka peroleh.

Dari hasil penelitian pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang menunjukkan tingkat literasi keuangan yang baik dimana mahasiswa dapat mengaplikasikan pelajaran tentang pengelolaan uang yang efektif. Dengan tingkat ini, anak-anak juga menunjukkan tingkat perilaku konsumen yang sederhana, dimana sebagian besar dari mereka ingin mendapatkan apa yang mereka inginkan namun belum mampu mengendalikan diri dan menetapkan prioritas. Sesuai dengan pernyataan dalam kuesioner terbuka yang ditulis mahasiswa bahwa literasi keuangan merujuk pada pemahaman dan keterampilan yang diperlukan seseorang untuk mengelola dan mengambil keputusan yang bijak terkait dengan keuangan pribadi. Pentingnya literasi keuangan dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, menghindari utang yang berlebihan. Dengan memiliki pemahaman tentang literasi keuangan, seseorang dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Mereka akan memahami bagaimana mengelola pendapatan mereka, mengatur anggaran, dan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan yang sesuai. Ini membantu menghindari utang yang berlebihan atau hutang yang tidak terkendali. Kedua, mengembangkan kebiasaan menabung:

literasi keuangan membantu seseorang memahami pentingnya menabung dan merencanakan masa depan keuangan mereka. Individu yang memiliki pengetahuan tentang investasi, suku bunga, dan manajemen risiko akan dapat membuat keputusan investasi yang cerdas dan mengalokasikan dana mereka dengan benar. Ketiga, meminimalkan risiko keuangan: Salah satu manfaat utama literasi keuangan adalah kemampuannya untuk mengurangi risiko keuangan. Seseorang yang memahami konsep asuransi, diversifikasi portofolio investasi, dan manajemen keuangan pribadi akan dapat merencanakan dan melindungi dirinya dari risiko finansial yang tak terduga. Keempat, meningkatkan kemandirian finansial: Literasi keuangan juga membantu meningkatkan kemandirian finansial seseorang. Dengan memiliki pemahaman tentang literasi keuangan, individu dapat mengambil keputusan keuangan yang cerdas dan membangun kepercayaan diri dalam mengelola keuangan mereka sendiri. Secara keseluruhan, literasi keuangan sangat penting karena membantu individu mengelola dan mengambil keputusan yang cerdas terkait dengan keuangan mereka sendiri. Hal ini membantu mencegah masalah keuangan, meningkatkan kemandirian finansial, dan memberikan stabilitas keuangan jangka panjang.

Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif

Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Hanum (2017) yang menemukan bahwa uang memiliki dampak positif dan substansial terhadap perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan konsumsi siswa meningkat seiring dengan tingkat pendapatan. Salah satu hal yang menunjang dan membantu siswa memenuhi kebutuhannya adalah pendapatan atau uang saku. Siswa selalu memanfaatkan uang saku mereka sebaik-baiknya, cukup bersemangat ketika berbelanja, dan sangat senang ketika mereka berhasil mendapatkan barang yang mereka inginkan (Rismayanti & Oktaviani, 2020). Dari hasil penelitian pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang menunjukkan tingkat pendapatan yang cukup dengan rata-rata penerimaan sebesar Rp 1.000.000. Dengan pendapatan sebesar ini, mahasiswa juga menunjukkan tingkat perilaku konsumen yang rendah, dimana sebagian besar dari mereka berhemat dan ingin meningkatkan pendapatannya. Sesuai dengan pernyataan dalam kuesioner terbuka yang ditulis mahasiswa bahwa saat ini ingin menambah pendapatan mereka dengan mengikuti kerja paruh waktu (*part time*), mendapatkan kesempatan dengan adanya beasiswa dapat membuka pintu kesempatan yang mungkin sebelumnya tidak tersedia bagi mereka, membantu mereka mengatasi hambatan finansial, dan mendorong pencapaian akademik yang lebih tinggi. Serta memulai berwirausaha yang akan dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan, kemandirian, membangun relasi dan peluang kerja serta dapat menghasilkan pendapatan tambahan.

Pengaruh Gaya Hidup dalam memoderasi Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Temuan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dapat meningkatkan hubungan antara perilaku konsumen dan literasi keuangan. Literasi keuangan yang tinggi akan menurunkan perilaku konsumen, begitu pula sebaliknya jika dibarengi dengan pengelolaan gaya hidup yang tepat. Perilaku konsumen akan lebih terpengaruh jika seseorang menjalani gaya hidup yang buruk dan memiliki literasi keuangan yang buruk. Dalam *theory planned behavior* dijelaskan bahwa salah satu variabel yaitu keyakinan dari dalam diri individu keyakinan terhadap hasil suatu perilaku dan penilaian atau evaluasi suatu perilaku, dimana gaya hidup pada hakikatnya adalah gaya individu dalam mengatur waktu dan uang. Gaya hidup mengacu pada cara hidup seseorang, yang dapat mencakup cara mereka membelanjakan uang, cara mereka mengatur waktu, dan faktor lainnya (Kanserina, 2015). Dari hasil penelitian pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang menunjukkan tingkat gaya hidup yang sederhana dimana tingkat perilaku konsumtif mahasiswa yang rendah

dimana sebagian besar mahasiswa memberikan pernyataan pada kuesioner terbuka bahwa gaya hidup seorang mahasiswa yaitu dengan gaya hidup pada semestinya yang berhubungan dengan aktivitas perkuliahan serta waktu luang dengan hal-hal positif seperti olah raga, mengikuti seminar, organisasi, menekuni hobi dan kegiatan belajar lainnya.

Gaya hidup seseorang mahasiswa mencerminkan kegiatan sehari-hari yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan pendidikan mereka, namun gaya hidup setiap mahasiswa dapat beragam dan sangat subjektif tergantung pada individu beberapa mahasiswa mungkin memiliki minat yang lebih unik aktivitas yang seru dan menarik seperti senang bergaul, *hangout* dan lainnya. Menurut James F. Engel, et.al. (2015) Gaya hidup seseorang adalah cara hidupnya yang melibatkan pengeluaran waktu dan uang. Aktivitas, minat, dan pendapat yang dilakukan siswa dapat digunakan untuk mengamati gaya hidup. Barang-barang mewah atau mahal dikaitkan dengan gaya hidup yang condong ke arah konsumerisme.

Pengaruh Gaya Hidup dalam memoderasi Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel gaya hidup sebagai moderasi mampu memperlemah hubungan pendapatan terhadap perilaku konsumtif. Ketika pendapatan seseorang tinggi diikuti dengan pengendalian gaya hidup yang rendah tidak akan bisa memperkuat perilaku konsumtif, begitu sebaliknya. Apabila seseorang memiliki pendapatan yang rendah walaupun gaya hidupnya tinggi maka tetap akan memperlemah pengaruh perilaku konsumtif karena tidak mendapatkan pendapatan yang cukup untuk membelanjakan suatu barang atau kebutuhan.

Pola konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan masyarakat. Daya beli konsumen meningkat seiring dengan peningkatan pendapatannya sehingga meningkatkan permintaan konsumen terhadap suatu barang. Namun ketika pendapatan menurun, daya beli konsumen juga menurun, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya permintaan terhadap produk konsumen. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka pola konsumsi akan meningkat dan lebih beragam (Safia, Suyadi, dan Ani 2018). Ketika seseorang mencapai usia tersebut, ia sedang memasuki masa remaja, yaitu masa dimana ia mengalami perubahan gaya hidup yang ditandai dengan keinginannya untuk membeli suatu barang tertentu. Selain itu, karena pada usia tersebut, masyarakat cenderung meniru aktivitas sehari-harinya dengan gaya hidup orang lain, sehingga keinginannya untuk membeli barang yang diinginkan akan dipengaruhi oleh gaya hidupnya saat itu.

Dari hasil penelitian pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang menunjukkan tingkat gaya hidup yang sederhana dimana tingkat perilaku konsumtif mahasiswa yang rendah dimana sebagian besar mahasiswa memberikan pernyataan pada kuesioner terbuka bahwa pendapatan yang telah diterima cukup dipergunakan untuk membeli kebutuhan yang lebih bermanfaat seperti kebutuhan kuliah (buku, laptop, uang transport dll) bukan hanya sekedar gaya hidup berlebihan seperti membeli baju sesuai kebutuhan, tidak harus trend fashion terbaru bisa sesuai budget dengan brand lokal (tidak harus barang *branded*) yang terpenting rapi dan sopan dengan mix n match soal fashion. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sutanti (2011) berdasarkan temuan penelitiannya yang menunjukkan bahwa seseorang yang menikmati gaya hidup mewah akan bertindak mewah dan mengkonsumsi banyak hal. Pelajar yang memiliki gaya hidup kelas atas lebih cenderung menyukai gaya hidup mewah, oleh karena itu kecenderungan mereka untuk membeli barang-barang mahal juga sama kuatnya.

5. Penutup

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang ditemukan, gaya hidup sebagai variabel moderating dapat memperkuat dan memperlemah perilaku konsumtif melalui literasi keuangan dan pendapatan. Bagi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Semarang saat ini

memiliki gaya hidup yang sederhana dengan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang baik serta pendapatan yang cukup sehingga mengakibatkan perilaku konsumtif yang rendah. Beberapa responden berpendapat tidak menutup kemungkinan tetap berperilaku konsumtif jika mempunyai pendapatan yang lebih serta adanya ketertarikan dengan suatu barang yang dianggap menarik.

Peneliti selanjutnya diharapkan mengagendakan waktu yang tepat antara peneliti dengan responden sehingga dapat melihat kondisi emosional dari responden secara langsung. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah jumlah variabel independen lainnya yang belum tercantum pada penelitian ini, sehingga akan mendapatkan temuan baru yang lebih baik. Misalnya menambahkan variabel kontrol diri dengan pertimbangan kontrol diri merupakan variabel penting dalam perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan kontrol diri yang baik akan terhindar dari perilaku konsumtif yang tentunya lebih bijak dalam mengelola atau memajemen keuangan pribadinya. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel moderasi lainnya, misalnya menggunakan variabel *Digital Payment* dengan pertimbangan, dapat dijadikan sebagai indikator yang menggambarkan tingkat kemudahan konsumen dari kemajuan dunia teknologi memudahkan dalam transaksi yang dapat bersifat konsumtif.

Daftar Pustaka

- Adlin, A. (2006). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Jelasutra.
- Alexander, R., & Pamungkas, A. S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Lokus Pengendalian Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(1), 157–164.
- Arianti, B. F. (2018). The Influence Of Financial Literacy , Financial Behavior And Income On Investment Decision. 1(1), 1–10
- Asisi, I., & Purwanto. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Behavior In Managing Financial Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 3(1), 1568–1576.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E- Biomedik (EBm)*, 3(1).
- CNN, T. (2018). Alasan generasi milenial lebih konsumtif. CNN Indonesia.
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics*, 1(1), 76–86.
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styningrum, F. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan self control sebagai variabel mediasi (Studi pada mahasiswa pendidikan akuntansi Universitas PGRI Madiun). *REAS: Review of Accounting and Business*, 1(1), 35–42.
- Katadata Insights Center , (2022). Perilaku konsumen e-commerce indonesia 2022.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh literasi keuangan, modernitas individu, uang saku dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi S1 pendidikan ekonomi angkatan tahun 2016 fakultas ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71.
- Nurmala, F., Arya, M., Nurbaiti, N., & Putri, L. P. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa di Tengah Pandemi (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UMSU). *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 307–314.
- OJK. (2021). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Pulungan, D R, & Febriyanti, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110.
- Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online. *Khazanah Ilmu Berazam*, 3(2), 191– 200.
- Timorria, I. F. (2020). Nielsen: Kepercayaan konsumen Indonesia anjlok pada kuartal II. *Bisnis.Com*.