

Pengaruh Edukasi Fintech dan Literasi Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Konsumsi Digital Remaja

Anisa¹, Nia Maulidani Hafsari², Indah Khaerun Nisa,³ Qurratul Aini,⁴ Baiq Yuliana Rizkiwati⁵

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ekonomi, Universitas Hamzanwadi, Nusa Tenggara Barat.

Correspondence: Anisaa6984@gmail.com,

Received: 15 November 2025 | Revised: 29 November 2025 | Accepted: 24 Desember 2025

Keywords: Fintech education, digital economic literacy, digital consumption behavior of teenagers

Kata Kunci:

Edukasi fintech, literasi ekonomi digital, perilaku konsumsi digital remaja

Abstract

The development of financial technology (fintech) is driving changes in adolescent consumption behavior toward digital. This study aims to analyze the influence of fintech education and digital economic literacy on adolescent digital consumption behavior. The research method used a quantitative approach with a survey of 100 adolescents aged 18–25 who are active fintech users. Data were analyzed using multiple linear regression. The results show that fintech education and digital economic literacy have a positive and significant influence on adolescent digital consumption behavior, both partially and simultaneously, with fintech education as the most dominant variable. These findings emphasize the importance of improving fintech education and digital economic literacy, accompanied by strengthening self-control for more judicious use of digital financial services.

Abstract

Perkembangan financial technology (fintech) mendorong perubahan perilaku konsumsi remaja ke arah digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh edukasi fintech dan literasi ekonomi digital terhadap perilaku konsumsi digital remaja. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap 100 remaja berusia 18–25 tahun pengguna aktif fintech. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi fintech dan literasi ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi digital remaja, baik secara parsial maupun simultan, dengan edukasi fintech sebagai variabel yang paling dominan. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan edukasi fintech dan literasi ekonomi digital yang disertai penguatan kontrol diri agar penggunaan layanan keuangan digital lebih bijak.

PENDAHULUAN

Teknologi sangat berkembang dengan pesat, tidak hanya di Indonesia tetapi dunia juga merasakan perkembangan teknologi yang setiap waktunya berubah secara signifikan. Hal tersebut dapat terjadi karena teknologi yang setiap harinya berkembang dengan pesat dan telah memasuki di berbagai sektor, salah satunya yaitu pada sektor keuangan. Contohnya yaitu fintech (Financial technology) yang merupakan teknologi untuk mendukung layanan jasa keuangan. Perkembangan fintech banyak memunculkan inovasi aplikasi dalam layanan keuangan, seperti alat pembayaran, alat pinjaman dan lain-lain yang mulai terkenal pada masa digital ini.(Sugiarti et al., 2019)

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (need) tetapi sudah kepada faktor keinginan (want). (Press & Konsumtif, n.d.). Jatman mengatakan bahwa remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan. Pernyataan ini diperkuat oleh Sumartono (2002) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. (Fitriyani et al., n.d.)

Di sisi lain, popularitas e-money di kalangan remaja tidak lepas dari gaya hidup mereka yang cenderung dinamis, serba cepat, dan melek teknologi. Remaja masa kini lebih memilih metode pembayaran yang efisien dan fleksibel seperti, dompet digital, QR code, atau aplikasi perbankan mobile dibandingkan dengan uang tunai. Selain itu, berbagai promo, cashback, dan diskon yang ditawarkan oleh penyedia layanan e-money turut menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini menunjukkan bahwa e- money bukan hanya sekadar alat transaksi, tetapi juga bagian dari gaya hidup digital yang mendukung kebiasaan konsumtif dan mobilitas tinggi di kalangan generasi muda. Berdasarkan survei Populix mengenai penggunaan financial technology di Indonesia, beberapa e-wallet yang paling sering digunakan antara lain adalah GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay, yang semakin memperkuat peran e-money dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan remaja(Fahrudin et al., 2025).

Salah satu faktor yang mempengaruhi prilaku konsumsi digital remaja adalah Edukasi Financial Technology (Fintech). Adanya penggabungan antara sistem keuangan dan teknologi. Perkembangan fintech yang hadir di Indonesia memunculkan berbagai inovasi aplikasi khususnya dalam layanan keuangan seperti sebagai alat transaksi pembayaran, alat penyimpanan uang, dan juga alat peminjaman uang. Fintech muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi tuntutan hidup yang serba cepat. Dengan Fintech, permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran seperti tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank/ATM untuk mentransfer dana, keengganan mengunjungi suatu tempat karena pelayanan yang kurang menyenangkan dapat diminimalkan. Dengan kata lain, FinTech membantu transaksi jual beli dan sistem

pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif (Anwar & Wardani, 2023; Munzir et al., 2023; Nurdianti et al., 2020).(Munzir et al., 2023).

Selain itu, adanya literasi ekonomi juga menjadi factor yang bisa mempengaruhi prilaku konsumsi digital remaja. Literasi ekonomi adalah cara bagaimana seseorang mencari pemahaman tentang dunia ekonomi di sekitarnya, menerapkan prinsip-prinsip dasar untuk pengambilan keputusannya dan mengevaluasi hasil dari keputusan tersebut dengan cara yang rasional. literasi ekonomi juga menjadi bagian dari kompetensi yang diperlukan untuk beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital. Ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi menjadi salah satu kelebihan melekat dalam diri individu sebagai modal sosial yang memainkan peran penting dalam menghadapi permasalahan ekonomi yang segera dituntaskan dengan trade-off dan pilihan ekonomi yang menguntungkan. (Susetyo & Firmansyah, 2023).

Sebelumnya banyak penelitian yang mengkaji tentang fintech dan literasi ekonomi. Dalam salah satu penelitian yang dilakukan oleh (Ajzen, 2011) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yakni intensi, keterampilan, dan keterlibatan. Selain itu, temuan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Becker (2017) menunjukkan bahwa orang yang menggunakan aplikasi fintech pengelolaan keuangan secara signifikan meningkatkan saldo tabungannya. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2022), ia menyatakan bahwa keberadaan QRIS telah mempermudah transaksi lintas platform sekaligus meningkatkan efisiensi dalam ekosistem pembayaran digital. Hal ini menjadi bukti bahwa kolaborasi antara regulator, pelaku bisnis, dan masyarakat sangat penting dalam mewujudkan ekosistem keuangan digital yang sehat. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa digitalisasi pembayaran melalui e-wallet dan fintech tidak hanya sebatas tren teknologi, melainkan sebuah kebutuhan strategis dalam membangun ekonomi digital yang inklusif dan berdaya saing. (Mataram et al., 2025).

Kajian akademik mengenai hubungan antara literasi ekonomi digital, dan peran fintech masih relatif terbatas di Indonesia. Padahal, isu ini sangat relevan mengingat tingginya potensi kerugian finansial akibat disinformasi keuangan, serta dampaknya terhadap kepercayaan publik terhadap teknologi finansial secara keseluruhan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami bagaimana fintech dapat berkontribusi dalam meningkatkan literasi digital dan membangun ketahanan masyarakat. (Harius & Kusumaningtyas, 2025).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana edukasi fintech dan literasi ekonomi digital memengaruhi perilaku konsumsi digital remaja, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menyusun strategi edukasi keuangan digital yang lebih tepat dan mudah dipahami, sehingga remaja dapat menggunakan layanan keuangan digital secara lebih bijak, aman, dan sesuai kebutuhan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer karena data yang dikumpulkan berupa angka dan dianalisis secara statistik. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori. Penelitian eksploratori, atau disebut juga penelitian eksploratif,

merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas (edukasi fintech dan literasi ekonomi digital) terhadap variabel terikat (perilaku konsumsi digital remaja). (Wdiago, 2016), menyatakan bahwa penelitian eksploratori adalah salah satu pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti sesuatu (yang menarik perhatian) yang belum diketahui, belum dipahami, atau belum dikenali dengan baik.

Populasi penelitian ini terdiri dari remaja yang menggunakan layanan fintech dan melakukan transaksi digital. Responden penelitian ini terdiri dari 100 orang yang merupakan kelompok remaja berusia 18-25 tahun yang menggunakan layanan financial technology (fintech) sebagai alat transaksi keuangan maupun sebagai bagian dari perilaku konsumtif sehari-hari. Sampel ditentukan menggunakan teknik non-probability purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi remaja yang pernah menggunakan e-wallet atau aplikasi fintech untuk melakukan transaksi digital. (Sugiono, 2008) menjelaskan bahwa teknik purposive sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam penentuan sampel, Sugiyono menyarankan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian berkisar antara 30 sampai 500 responden.

Alat penelitian yang digunakan adalah angket tertutup berdasarkan skala Likert dengan rentang 1 sampai 5, mulai dari sangat tidak setuju (1), setuju (2), netral (3), tidak setuju (4) dan sangat tidak setuju (5). Ada total 30 butir pernyataan yang ditentukan oleh indikator masing-masing variabel. Variabel edukasi fintech ditentukan oleh Penggunaan fintech, Manfaat & Risiko, Akses informasi, dan Sikap terhadap fintech. Selain itu, variabel literasi ekonomi digital ditentukan oleh Pengambilan keputusan digital, Pemahaman ekonomi digital, Sikap kritis, Keterampilan digital. Di sisi lain, variabel perilaku konsumsi remaja ditentukan oleh Intensitas transaksi digital, Pola belanja digital, Pengaruh lingkungan, Pengaruh promo, dan Kemudahan transaksi. Kuesioner atau angket merupakan satu bentuk alat pengumpul data, sedangkan sumber data adalah orang biasa yang disebut responden. Kuesioner berisi sejumlah pertanyaan kepada responden untuk memperoleh data penelitian dengan tujuan untuk mendeteksi minat (interest), sikap (attitude) dan kebiasaan (habits). Kuesioner berupa daftar pertanyaan untuk mendapatkan data penelitian yang dibagikan kepada responden untuk diisi dan kemudian dikembalikan pada peneliti (Djajaneegara, 2020).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan Google Form yang dikirimkan kepada responden yaitu remaja yang menggunakan fintech. Selain itu, studi pustaka dilakukan untuk memperkuat landasan teori mengenai edukasi fintech, literasi ekonomi digital, serta perilaku konsumsi digital remaja, sekaligus membandingkan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Untuk memastikan keakuratan pengukuran variabel, uji validitas instrumen dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan Alpha Cronbach. (Anggraini & Aprianti, Vilda Ana Veria Setyawati, 2022) mengatakan suatu indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung hasilnya lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel). Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Proses ini penting untuk memastikan bahwa data

mengenai penggunaan fintech, tingkat literasi ekonomi digital, dan perilaku konsumsi digital remaja benar-benar akurat, dapat dipercaya, dan mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan SPSS versi 22 melalui dua tahapan utama, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden, tingkat literasi ekonomi digital, serta intensitas penggunaan layanan fintech. Sementara itu, analisis inferensial dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk melihat hubungan antar variabel serta regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan edukasi fintech dan literasi ekonomi digital terhadap perilaku konsumsi digital remaja. Metode ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai bagaimana edukasi dan literasi digital membentuk perilaku konsumsi remaja di era ekonomi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang merupakan kelompok remaja berusia 18–25 tahun yang menggunakan layanan financial technology (fintech) untuk melakukan berbagai transaksi keuangan maupun sebagai bagian dari perilaku konsumtif sehari-hari. Berdasarkan karakteristik usia, sebagian besar responden berada pada rentang umur 18-20 tahun dengan persentase sebesar 53%, diikuti oleh responden berusia 20-23 tahun sebesar 46%, sedangkan responden berusia 24–25 tahun hanya sebesar 1%. Dari sisi jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan dengan persentase 62%, sementara responden laki-laki sebesar 38%. Komposisi ini menunjukkan bahwa penggunaan fintech dalam aktivitas transaksi dan konsumsi lebih banyak dilakukan oleh remaja usia awal dewasa, khususnya perempuan, yang cenderung aktif memanfaatkan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengujian instrumen penelitian, seluruh butir pernyataan pada variabel X1, X2, dan Y lebih kecil dari nilai signifikansi ($< 0,05$) maka dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi masing-masing item yang memenuhi kriteria uji validitas, sehingga setiap pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat.

2. Uji Reabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 yang Dimana nilai X1 nya sebesar 0,675, nilai X2 sebesar 0,854, dan nilai Y sebesar 0,781. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, artinya instrumen penelitian konsisten dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov terhadap residual model regresi. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

data residual berdistribusi normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan dalam analisis regresi linier berganda

4. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel edukasi fintech dan literasi ekonomi digital masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,530 ($>0,10$) dan VIF sebesar 1,887 (<10). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen, sehingga model regresi bebas dari korelasi tinggi antar variabel bebas

5. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel edukasi fintech sebesar 0,448 dan literasi ekonomi digital sebesar 0,860, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas

6. Uji F (Simultan)

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 111,603 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$). Hal ini berarti bahwa edukasi fintech dan literasi ekonomi digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi digital remaja.

7. Uji T (Parsial)

Tabel 1. Koefisien Regresi (Uji t)

Model	<i>Unstandardized Coefficients B</i>	<i>Unstandardized Coefficients Std. Error</i>	<i>Standardized Coefficients Beta</i>	t	Sig.
(Constant)	2.897	1.938		1.495	.138
X ₁	.540	.076	.547	7.123	.000
X ₂	.357	.076	.359	4.676	.000

Hasil uji t menunjukkan bahwa:

1. Variabel edukasi fintech memiliki nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi digital remaja.
2. Variabel literasi ekonomi digital juga memiliki nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi digital remaja.

Dengan demikian, H1 dan H2 diterima

8. Persamaan Regresi

Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = 2,897 + 0,540X_1 + 0,357X_2$$

Artinya, setiap peningkatan edukasi fintech dan literasi ekonomi digital akan meningkatkan perilaku konsumsi digital remaja.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi fintech dan literasi ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi digital remaja. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan memengaruhi perilaku konsumsi digital remaja. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman terhadap teknologi keuangan digital dan ekonomi digital berkaitan erat dengan meningkatnya aktivitas konsumsi digital di kalangan remaja. (Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan et al., 2022) menemukan bahwa perkembangan fintech mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional ke sistem digital yang lebih cepat dan praktis, sehingga mendorong peningkatan intensitas konsumsi. (Susetyo & Firmansyah, 2023) juga menemukan bahwa literasi ekonomi dan literasi digital berperan sebagai modal penting dalam membantu individu beradaptasi dengan ekonomi digital, yang berdampak pada perubahan perilaku ekonomi termasuk konsumsi. Sementara itu, (Mataram et al., 2025) menemukan bahwa e-wallet dan fintech tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup digital yang mendorong peningkatan transaksi konsumsi.

Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa edukasi fintech memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi digital remaja dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,540. Temuan ini menunjukkan bahwa edukasi fintech merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumsi digital remaja. Edukasi fintech membuat remaja semakin memahami cara penggunaan e-wallet, QR code, dan aplikasi pembayaran digital, sehingga meningkatkan frekuensi transaksi konsumsi. (Dewi, 2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa penggunaan digital payment pada Generasi Z meningkatkan perilaku konsumtif, terutama dalam bentuk pembelian impulsif yang dipicu oleh kemudahan transaksi. (Safira et al., 2023) juga menemukan bahwa faktor kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap digital payment berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen. Sejalan dengan itu, (Abidzar et al., 2023) menemukan bahwa dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena kemudahan akses dan efisiensi transaksi yang ditawarkan oleh fintech.

Selain itu, (Kasmir & Nugraha, 2022) menemukan bahwa implementasi QRIS meningkatkan efisiensi sistem pembayaran dan memperluas penggunaan pembayaran non-tunai, yang berdampak pada meningkatnya frekuensi transaksi digital. Dalam konteks psikologis, (Sumartono, 2002) menjelaskan bahwa remaja memiliki kecenderungan mudah terpengaruh oleh stimulus eksternal seperti iklan, promosi, dan kemudahan teknologi, sehingga penggunaan fintech dapat memperkuat perilaku konsumtif. Temuan-temuan tersebut memperjelas bahwa edukasi fintech, meskipun meningkatkan pemahaman teknis penggunaan layanan keuangan digital, juga berpotensi mendorong peningkatan konsumsi digital apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri.

Selain edukasi fintech, literasi ekonomi digital juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi digital remaja dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,357. Hal ini menunjukkan bahwa remaja dengan tingkat literasi ekonomi digital yang lebih baik cenderung lebih aktif memanfaatkan layanan keuangan digital dalam aktivitas konsumsi. Oktaviani (Oktaviani et al., 2023) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z karena meningkatnya kepercayaan diri dalam melakukan transaksi dan pengambilan keputusan keuangan. Selain itu, (Citra & Komara, 2025) menemukan bahwa literasi keuangan dan fintech payment mendorong perilaku konsumsi Generasi Z yang berdampak pada perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Sugiarto (Sugiarto, 2025) juga menemukan bahwa literasi keuangan dan digital payment berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa, terutama karena kemudahan transaksi dan gaya hidup digital.

Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan (Pulungan & Febriaty, 2018) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, di mana semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif. Mursalim (Mursalim et al., 2024) juga menemukan bahwa literasi keuangan berdampak negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, karena pemahaman keuangan yang baik mendorong individu untuk lebih rasional dalam mengelola pengeluaran. Perbedaan hasil penelitian ini diduga disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden dan konteks penelitian. Responden dalam penelitian ini merupakan remaja pengguna aktif fintech yang berada dalam lingkungan digital dengan tingkat paparan teknologi dan gaya hidup konsumtif yang tinggi, sehingga literasi ekonomi digital justru mendorong peningkatan aktivitas konsumsi digital, bukan menekannya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa edukasi fintech dan literasi ekonomi digital memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi digital remaja. Edukasi fintech meningkatkan kemudahan dan intensitas penggunaan layanan keuangan digital, sementara literasi ekonomi digital memperkuat kemampuan remaja dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi keuangan. (Hikmah, 2025) menemukan bahwa keputusan konsumsi dalam fintech sering dipengaruhi oleh faktor psikologis dan persepsi risiko, bukan semata-mata pertimbangan rasional. (Hidayat, 2022) juga menemukan bahwa faktor lingkungan sosial dan kelompok referensi memengaruhi keputusan konsumsi dalam transaksi digital. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku konsumsi digital remaja merupakan hasil interaksi antara pemahaman teknologi, literasi ekonomi, dan faktor psikososial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa edukasi fintech dan literasi ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi digital remaja. Edukasi fintech menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumsi digital, yang menunjukkan bahwa kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas penggunaan layanan fintech mendorong peningkatan intensitas konsumsi digital remaja. Sementara itu, literasi ekonomi digital juga berperan dalam meningkatkan aktivitas konsumsi

digital karena remaja yang memiliki pemahaman ekonomi dan keuangan digital cenderung lebih percaya diri dan aktif dalam menggunakan layanan keuangan digital. Secara simultan edukasi fintech dan literasi ekonomi digital saling berintraksi dalam membentuk perilaku konsumsi digital remaja di era ekonomi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman terhadap teknologi keuangan dan ekonomi digital tidak selalu menekan perilaku konsumtif, tetapi dalam konteks remaja pengguna aktif fintech justru dapat mendorong peningkatan konsumsi digital apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidzar, M., Idriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompot Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2018), 153–163.
- Anggraini, F. D. P., & , Aprianti, Vilda Ana Veria Setyawati, A. A. H. (2022). *Jurnal Basicedu*. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://jbasic.org/index.php/basicedu>
- Citra, R. Y., & Komara, E. F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Payment, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z di Jawa Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 696–708. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1393>
- Dewi, A. A. (2024). The Effect of Digital Payment on Generation Z's Consumptive Behaviour. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(3), 75–85.
- Djajanegara, A. R. (2020). Teknik Analisis Data (Analisis Kualitatif Pada Hasil Kuesioner) Oleh : Asep R. Djajanegara. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Dakwah*, 1–11.
- Fahrudin, F., Ridwan, M., Nurhedi, M., Supriyadi, S., Almaliki, M. A., & Romadhoni, R. (2025). Sosialisasi Literasi Fintech Untuk Meningkatkan Pemahaman Keuangan Digital Generasi Milenial Pada SMA Negeri 1 Paiton. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(9), 4217–4227. <https://doi.org/10.59837/b49f9679>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (n.d.). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. 55–68.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2002). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. 2(perilaku konsumtif), 435–439.
- Harius, J., & Kusumaningtyas, M. (2025). Literasi Digital dan Fintech: Strategi Menghadapi Disinformasi di Indonesia. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4640–4645. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2677>
- Hidayat, R. (2022). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital. *Jurnal Hukum Dan Kebijakan Publik*, 15(2), 145–158.
- Hikmah, A. R. (2025). Risiko Konsumen Fintech Dan Urgensi Literasi Keuangan. *Simposium Manajemen Dan Bisnis IV*, 4(2024), 36–48.
- Kasmir, & Nugraha, A. (2022). Implementasi QRIS sebagai Instrumen Pembayaran Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 37(1), 55–68.
- Mataram, U., History, A., & Digital, E. (2025). Digitalisasi Pembayaran : Peran E-Wallet dan
- JPEK, Vol. 9, No. 3 Desember 2025. • 1462

- Fintech pada Ekonomi Digital. 4, 207–213.
- Munzir, M., Danuwijaya, T., Tunang, A., Dinar, L., & Kassa, P. (2023). Edukasi Financial Technology (FINTECH) pada Pelajar di Kota Sorong. *Samakta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 28–35. <https://doi.org/10.61142/samakta.v1i1.59>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Press, I. K., & Konsumtif, D. A. N. P. (n.d.). *E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF*.
- 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>
- Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2022). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masyarakat. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 80–91. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol11no1.220>
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif. *Al-Kharaj*, 5(6), 2859–2878.
- Sugiarti, E. N., Diana, N., Cholid Mawardi, M., Studi, P., & Program, A. (2019). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang. *E-Jra*, 08(04), 90–104.
- Sugiarto, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(4), 7. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i4.2872>
- Sugiono. (2008). *BAB III metodologi penelitian*. i, 16–28.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta.
- Susetyo, D. P., & Firmansyah, D. (2023). Literasi Ekonomi, Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Perilaku Keuangan di Era Ekonomi Digital. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 261–279.
- Wdiago, M. L. J. & K. A. (2016). Jenis Penelitian Menurut Kedalaman analisis data. *Journal of the American Chemical Society*, 77(21), 13. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf>