

**PENGARUH PENERAPAN BUDGETING TERHADAP  
PENGENDALIAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
(Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Syariah UIN Sunan Gunung Djati  
Bandung Angkatan 2024)**

**Muhammad Daffa Alfariza<sup>1</sup>, Randikha Wirayuda Permana<sup>2</sup>, Rosya Widya Utami<sup>3</sup>,  
Zulfa Audin<sup>4</sup>, Suhendi<sup>5</sup>**

[mdaffaalfariza0105@gmail.com](mailto:mdaffaalfariza0105@gmail.com)<sup>1</sup>, [randikhawirayuda@gmail.com](mailto:randikhawirayuda@gmail.com)<sup>2</sup>, [rosyawidyautami@gmail.com](mailto:rosyawidyautami@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[zulfaaudina02@gmail.com](mailto:zulfaaudina02@gmail.com)<sup>4</sup>, [suhendi@uinsgd.ac.id](mailto:suhendi@uinsgd.ac.id)<sup>5</sup>

**UIN Sunan Gunung Djati Bandung**

**ABSTRACT**

*Rapid technological developments have brought about significant changes in the financial system. College students, particularly those from Generation Z, are among the groups most likely to use digital financial services due to their ease of access, attractive features, and efficiency. Generation Z is a productive age group that grew up in the digital era. This convenience can also pose various challenges, such as increased consumer behavior, impulsive shopping tendencies, data security risks, and the importance of personal financial literacy and management. This study used a quantitative approach with data collection techniques in the form of questionnaires distributed to students living away from home. Respondents in this study had varying pocket money receipt patterns: weekly, biweekly, and monthly. The results showed that budgeting significantly reduced consumer behavior among students living away from home. Students who are able to manage their budgets well tend to have more controlled consumption levels. Thus, budgeting can be an effective strategy in helping students living away from home manage their finances more wisely and reduce consumer behavior.*

**Keywords:** *Budgeting, Consumer Behavior, Students Living Away From Home, Financial Management, Quantitative Methods.*

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk di lingkungan mahasiswa. Mahasiswa merupakan kelompok masyarakat yang berada pada fase transisi menuju kemandirian, termasuk dalam aspek pengelolaan keuangan. Pada fase ini, mahasiswa mulai dihadapkan pada tanggung jawab mengatur pemasukan dan pengeluaran secara mandiri. Namun, di sisi lain, mahasiswa juga menjadi kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif akibat pengaruh lingkungan sosial, perkembangan teknologi, serta tren gaya hidup modern.

Perilaku konsumtif dapat dilihat dari perilaku seseorang yang membeli barang yang didasarkan pada rasio dan keinginannya yang kurang diperlukan sehingga menjadi berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal (Fransisca, C., & Erdiansyah, R., 2024). Fenomena ini semakin meningkat dengan hadirnya e-commerce, promo cashback, diskon besar-besaran, dan layanan pay later yang memudahkan transaksi. Apabila perilaku konsumtif tidak dikendalikan, mahasiswa berpotensi mengalami masalah keuangan seperti kehabisan uang saku sebelum waktunya, ketergantungan pada pinjaman, hingga kesulitan memenuhi kebutuhan utama. Oleh sebab itu, diperlukan strategi pengendalian yang tepat, salah satunya melalui budgeting atau penyusunan anggaran keuangan (Dheku, M.E., & Goa, L., 2023).

Budgeting adalah proses perencanaan keuangan, yang terstruktur, mencakup penetapan sasaran keuangan, perkiraan pendapatan dan pengeluaran, serta alokasi sumber daya finansial untuk mencapai tujuan tersebut (AR Syamsuri, 2024). Mahasiswa

Akuntansi Syariah sebagai bagian dari civitas akademika yang mempelajari prinsip akuntansi dan pengelolaan keuangan seharusnya memiliki pemahaman lebih baik pentingnya pengelolaan dana secara bijak. Namun realitas di lapangan menunjukkan bahwa pengetahuan akademik belum tentu sejalan dengan perilaku keuangan sehari-hari

UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai salah satu perguruan tinggi islam negeri memiliki mahasiswa dengan latar belakang social ekonomi yang beragam. Mahasiswa Akuntansi Syariah Angkatan 2024 menjadi kelompok yang menarik untuk diteliti karena jumlah mahasiswa perantau cukup banyak yang sedang beradaptasi dengan pengelolaan keuangan secara mandiri. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini membahas penerapan budgeting sebagai strategi pengendalian perilaku konsumtif pada mahasiswa.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Konsep Budgeting**

Budgeting merupakan proses perencanaan dan pengelolaan keuangan yang dilakukan untuk mengatur pemasukan dan pengeluaran dalam periode tertentu. Menurut Mulyadi (2016), budgeting adalah suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif dalam satuan uang yang digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan kegiatan organisasi maupun individu. Dalam konteks individu, khususnya mahasiswa, budgeting berfungsi sebagai alat kontrol agar pengeluaran tidak melebihi pendapatan yang dimiliki.

Selain itu, Hansen dan Mowen (2017) menyatakan bahwa budgeting tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan, tetapi juga sebagai alat pengendalian dan evaluasi terhadap penggunaan sumber daya. Dengan adanya budgeting, mahasiswa dapat mengalokasikan dana secara lebih bijak untuk kebutuhan primer maupun sekunder.

### **Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu dalam membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif ditandai dengan kecenderungan membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan semata.

Di era digital saat ini, perilaku konsumtif semakin meningkat seiring dengan perkembangan e-commerce dan kemudahan akses belanja online. Mahasiswa menjadi salah satu kelompok yang rentan terhadap perilaku ini, terutama karena adanya pengaruh diskon, promosi, dan tren di media sosial. Lina dan Rosyid (1997) juga menyatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal (emosi, gaya hidup) dan faktor eksternal (lingkungan sosial, iklan).

### **Budgeting sebagai Alat Pengendalian Perilaku Konsumtif**

Penerapan budgeting dapat menjadi strategi efektif dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Dengan adanya perencanaan keuangan yang jelas, individu dapat membatasi pengeluaran dan lebih fokus pada kebutuhan prioritas. Menurut penelitian Sari (2022), mahasiswa yang menerapkan budgeting memiliki tingkat kontrol pengeluaran yang lebih baik dibandingkan dengan yang tidak menerapkannya.

Hal ini sejalan dengan penelitian Andi (2023) yang menunjukkan bahwa budgeting membantu mahasiswa dalam menghindari pembelian impulsif, terutama pada platform e-commerce. Dengan menetapkan batas pengeluaran, mahasiswa dapat lebih rasional dalam mengambil keputusan pembelian.

### **Penelitian Terdahulu**

Ketiga penelitian terdahulu menunjukkan keterkaitan antara literasi keuangan, budgeting, dan pengendalian perilaku konsumtif mahasiswa. Sari (2022) menemukan bahwa penerapan budgeting berhubungan signifikan dengan pengendalian perilaku konsumtif, sementara Andi (2023) menunjukkan bahwa godaan promosi seperti diskon

dan flash sale dapat memicu perilaku impulsif, namun dampaknya dapat diminimalisir melalui perencanaan keuangan yang baik. Sejalan dengan itu, Rahma (2021) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi.

Dari ketiga temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan menjadi dasar pengetahuan yang mendukung kemampuan mahasiswa dalam menyusun budgeting, sedangkan budgeting dan perencanaan keuangan berfungsi sebagai alat praktis untuk mengendalikan perilaku konsumtif, termasuk dalam menghadapi godaan promosi. Ketiganya saling melengkapi dan berkontribusi terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa yang lebih sehat.

### **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, dapat disusun kerangka pemikiran bahwa penerapan budgeting berperan sebagai variabel independen yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa sebagai variabel dependen. Semakin baik penerapan budgeting, maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mahasiswa.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif melalui pendekatan survei. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti dan dianggap mampu menunjang data penelitian yang dibutuhkan oleh penulis. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Akuntansi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2024. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 25 responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut meliputi mahasiswa aktif angkatan 2024, memiliki uang saku atau pemasukan bulanan, pernah melakukan transaksi belanja online, mengelola keuangan secara mandiri, serta bersedia mengisi kuesioner yang diberikan. Penetapan kriteria ini dimaksudkan agar responden yang terpilih benar-benar relevan dengan topik penelitian, yaitu pengelolaan keuangan pribadi dan perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks belanja online.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini disajikan berdasarkan tahapan analisis data yang telah dilakukan, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, dan uji regresi sederhana.

#### **1. Karakteristik Responden**

Penelitian ini melibatkan 25 responden yang merupakan mahasiswa. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak  $N = 25$  responden yang telah mengisi kuesioner terkait variabel budgeting (X) dan perilaku konsumtif (Y). Data yang diperoleh dari responden kemudian dianalisis menggunakan bantuan aplikasi statistik untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara kedua variabel tersebut.

#### **2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Sebelum hipotesis diuji, peneliti terlebih dahulu memastikan kualitas instrumen yang digunakan. Hal ini dilakukan melalui pengujian validitas dan reliabilitas agar kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel secara tepat serta memiliki tingkat konsistensi yang dapat dipercaya.

### 3. Uji Validitas

		Correlations					
		X01	X02	X03	X04	X05	X06
X01	Pearson Correlation	1	.785***	.497*	.332	.219	.238
	Sig. (2-tailed)		<.001	.012	.105	.293	.251
	N	25	25	25	25	25	25
X02	Pearson Correlation	.785***	1	.525**	.209	.233	.210
	Sig. (2-tailed)	<.001		.007	.315	.263	.313
	N	25	25	25	25	25	25
X03	Pearson Correlation	.497*	.525**	1	.356	.371	.113
	Sig. (2-tailed)	.012	.007		.081	.068	.592
	N	25	25	25	25	25	25
X04	Pearson Correlation	.332	.209	.356	1	.235	.235
	Sig. (2-tailed)	.105	.315	.081		.259	.259
	N	25	25	25	25	25	25
X05	Pearson Correlation	.219	.233	.371	.235	1	.235
	Sig. (2-tailed)	.293	.263	.068	.259		.259
	N	25	25	25	25	25	25
X06	Pearson Correlation	.238	.210	.113	.235	.235	1
	Sig. (2-tailed)	.251	.313	.592	.259	.259	
	N	25	25	25	25	25	25
X07	Pearson Correlation	-.188	-.345*	-.492*	.078	-.101	.248
	Sig. (2-tailed)	.369	.091	.012	.709	.632	.232
	N	25	25	25	25	25	25
X08	Pearson Correlation	-.164	-.151	-.481*	.082	-.073	.227
	Sig. (2-tailed)	.432	.470	.015	.697	.727	.275
	N	25	25	25	25	25	25
X09	Pearson Correlation	-.237	-.338	-.382	.052	-.025	.438*
	Sig. (2-tailed)	.253	.099	.060	.806	.906	.029
	N	25	25	25	25	25	25
X10	Pearson Correlation	-.336	-.436*	-.574**	-.254	-.397*	-.027
	Sig. (2-tailed)	.100	.030	.003	.220	.049	.899
	N	25	25	25	25	25	25
Total	Pearson Correlation	.495*	.392	.181	.520**	.357	.706***
	Sig. (2-tailed)	.012	.053	.387	.008	.080	<.001
	N	25	25	25	25	25	25

		Correlations					
		X07	X08	X09	X10	Total	
X01	Pearson Correlation	-.188	-.164	-.237	-.336	.495*	
	Sig. (2-tailed)	.369	.432	.253	.100	.012	
	N	25	25	25	25	25	
X02	Pearson Correlation	-.345*	-.151	-.338	-.436*	.392	
	Sig. (2-tailed)	.091	.470	.099	.030	.053	
	N	25	25	25	25	25	
X03	Pearson Correlation	-.492*	-.481*	-.382	-.574**	.181	
	Sig. (2-tailed)	.012	.015	.060	.003	.387	
	N	25	25	25	25	25	
X04	Pearson Correlation	.078	.082	.052	-.254	.520**	
	Sig. (2-tailed)	.709	.697	.806	.220	.008	
	N	25	25	25	25	25	
X05	Pearson Correlation	-.101	-.073	-.025	-.397*	.357	
	Sig. (2-tailed)	.632	.727	.906	.049	.080	
	N	25	25	25	25	25	
X06	Pearson Correlation	.248	.227	.438*	-.027	.706***	
	Sig. (2-tailed)	.232	.275	.029	.899	<.001	
	N	25	25	25	25	25	
X07	Pearson Correlation	1	.410*	.497*	.716***	.442*	
	Sig. (2-tailed)		.042	.011	<.001	.027	
	N	25	25	25	25	25	
X08	Pearson Correlation	.410*	1	.730***	.459*	.487*	
	Sig. (2-tailed)	.042		<.001	.021	.014	
	N	25	25	25	25	25	
X09	Pearson Correlation	.497*	.730***	1	.460*	.535***	
	Sig. (2-tailed)	.011	<.001		.021	.006	
	N	25	25	25	25	25	
X10	Pearson Correlation	.716***	.459*	.460*	1	.163	
	Sig. (2-tailed)	<.001	.021	.021		.436	
	N	25	25	25	25	25	
Total	Pearson Correlation	.442*	.487*	.535***	.163	1	
	Sig. (2-tailed)	.027	.014	.006	.436		
	N	25	25	25	25	25	

\*\*\*.Correlation at 0.001(2-tailed).

\*.Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*..Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan skor setiap butir pertanyaan dengan skor total variabel menggunakan korelasi Pearson. Dari hasil analisis, terlihat bahwa beberapa item memiliki nilai korelasi yang signifikan terhadap skor total. Misalnya, terdapat item yang memiliki nilai korelasi sebesar 0,706 dengan tingkat signifikansi < 0,001, yang menunjukkan adanya keterkaitan yang sangat kuat antara item tersebut dengan variabel yang diukur.

Temuan ini mengindikasikan bahwa butir-butir pertanyaan dalam kuesioner sudah mampu mencerminkan variabel penelitian secara tepat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan layak untuk digunakan dalam proses analisis selanjutnya.

### 4. Uji Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.525	10

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana instrumen penelitian memiliki konsistensi dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian ini menggunakan koefisien Cronbach's Alpha.

Hasil analisis menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,525 dengan jumlah item sebanyak 10 pertanyaan. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa tingkat reliabilitas

instrumen berada pada kategori sedang atau cukup.

Dengan demikian, instrumen penelitian masih dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Namun, untuk penelitian selanjutnya, disarankan adanya penyempurnaan pada item pertanyaan agar tingkat konsistensi instrumen dapat meningkat dan menghasilkan pengukuran yang lebih optimal.

#### 5. Uji Korelasi dan Pengujian Hipotesis

**Correlations**

		Budgeting	Perilaku Konsumtif
Budgeting	Pearson Correlation	1	-.883***
	Sig. (2-tailed)		<.,001
	N	25	25
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-.883***	1
	Sig. (2-tailed)	<.,001	
	N	25	25

\*\*\*. Correlation at 0.001(2-tailed)

Hipotesis dalam penelitian ini menyatakan adanya keterkaitan antara penerapan budgeting dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Untuk membuktikan hal tersebut, digunakan analisis korelasi Pearson Product Moment.

Hasil analisis korelasi menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar -0,883 dengan tingkat signifikansi  $< 0,001$ . Angka ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tergolong sangat kuat. Tanda negatif mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat berlawanan arah. Artinya, semakin baik mahasiswa dalam menerapkan budgeting, maka kecenderungan perilaku konsumtifnya akan semakin menurun.

Selain itu karena nilai p-value  $< 0,05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara budgeting dan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

#### 6. Uji Regresi Linear Sederhana

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.622	1	51.622	81.224	<.,001 <sup>b</sup>
	Residual	14.618	23	.636		
	Total	66.240	24			

- a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
- b. Predictors: (Constant), Budgeting

Untuk mengetahui pengaruh variabel budgeting (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Hasil pengujian menunjukkan nilai F sebesar 81,224 dengan tingkat signifikansi  $< 0,001$ . Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel budgeting memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa kemampuan mahasiswa dalam menyusun dan mengelola anggaran keuangan berperan penting dalam membentuk pola konsumsi mereka sehari-hari.

#### Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budgeting bukan hanya sebatas konsep teoritis, tetapi benar-benar memiliki peran nyata dalam kehidupan mahasiswa sehari-hari, khususnya dalam mengelola keuangan pribadi.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa budgeting bukan sekadar teori, tetapi benar-benar berperan dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa.

Mahasiswa yang terbiasa menyusun anggaran cenderung lebih mampu mengontrol diri saat berbelanja. Mereka lebih selektif dan tidak mudah terpengaruh oleh godaan seperti promo atau tren. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perencanaan keuangan dapat membantu seseorang berpikir lebih rasional.

Di sisi lain, mahasiswa yang tidak memiliki perencanaan keuangan cenderung lebih spontan dalam menggunakan uangnya. Kurangnya kontrol ini sering kali berujung pada pengeluaran yang tidak terencana.

Secara keseluruhan, hasil ini memperlihatkan bahwa kebiasaan sederhana seperti budgeting dapat memberikan dampak besar terhadap pola konsumsi, terutama bagi mahasiswa yang sedang belajar mandiri dalam mengelola keuangan.

#### 1. Hubungan Budgeting dan Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis korelasi, ditemukan adanya hubungan yang sangat kuat dengan arah negatif antara budgeting dan perilaku konsumtif. Artinya, semakin baik mahasiswa dalam mengatur keuangannya, maka kecenderungan untuk bersikap konsumtif akan semakin menurun.

Penerapan budgeting membantu mahasiswa dalam merencanakan pengeluaran secara lebih terstruktur serta memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Dengan adanya batasan anggaran, mahasiswa menjadi lebih mampu menghindari pembelian yang tidak penting, sehingga perilaku konsumtif dapat diminimalkan.

#### 2. Pengaruh Budgeting terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa budgeting memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menegaskan bahwa kemampuan dalam merencanakan dan mengelola anggaran keuangan memiliki peran penting dalam mengatur pola konsumsi.

Mahasiswa yang terbiasa membuat anggaran umumnya lebih memahami kondisi keuangan mereka, sehingga lebih berhati-hati dalam menggunakan uang. Sementara itu, mahasiswa yang tidak menerapkan budgeting cenderung lebih mudah melakukan pembelian secara impulsif, yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif.

Temuan ini juga sejalan dengan konsep dalam manajemen keuangan pribadi yang menekankan bahwa perencanaan keuangan merupakan langkah penting dalam mengendalikan perilaku konsumsi.

### **Implikasi Penelitian**

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting, baik secara teoretis maupun praktis.

#### 1. Implikasi Teoretis

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan budgeting dapat menjadi salah satu faktor penting dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini memperkuat konsep dalam literatur manajemen keuangan pribadi yang menyatakan bahwa perencanaan keuangan dapat membantu individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi.

#### 2. Implikasi Praktis

Bagi mahasiswa, penelitian ini menunjukkan pentingnya kemampuan dalam menyusun dan menjalankan anggaran keuangan. Dengan menerapkan budgeting secara konsisten, mahasiswa dapat mengontrol pengeluaran dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Bagi lembaga pendidikan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk meningkatkan edukasi mengenai literasi keuangan dan pengelolaan keuangan pribadi kepada mahasiswa agar mereka memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola

keuangan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 25 mahasiswa Akuntansi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2024, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

### **1. Budgeting berperan sebagai variabel independen yang signifikan**

Penerapan budgeting terbukti memiliki hubungan yang sangat kuat dan berarah negatif dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan koefisien  $-0,883$  dengan signifikansi  $<0,001$ . Artinya, semakin baik mahasiswa menerapkan budgeting, maka kecenderungan perilaku konsumtifnya akan semakin menurun. Uji regresi linear sederhana juga mengonfirmasi bahwa budgeting berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai  $F$  sebesar  $81,224$  dan  $\text{sig} <0,001$ .

### **2. Budgeting berfungsi sebagai alat pengendalian perilaku konsumtif**

Secara konseptual, budgeting adalah proses perencanaan keuangan terstruktur yang mencakup penetapan sasaran, estimasi pendapatan-pengeluaran, serta alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan finansial. Dalam konteks mahasiswa, budgeting berperan sebagai pedoman kuantitatif yang membantu mengontrol pengeluaran agar tidak melebihi pendapatan, sekaligus menjadi alat evaluasi penggunaan sumber daya. Temuan penelitian ini sejalan dengan studi Sari (2022) dan Andi (2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan budgeting memiliki kontrol pengeluaran lebih baik dan terhindar dari pembelian impulsif akibat promo e-commerce.

### **3. Literasi keuangan sebagai dasar, budgeting sebagai implementasi praktis**

Penelitian terdahulu menunjukkan keterkaitan antara literasi keuangan, budgeting, dan pengendalian perilaku konsumtif. Literasi keuangan menjadi dasar pengetahuan, sementara budgeting dan perencanaan keuangan berfungsi sebagai alat praktis untuk mengendalikan perilaku konsumtif, termasuk menghadapi godaan promosi digital. Mahasiswa yang terbiasa menyusun anggaran cenderung lebih rasional, selektif, dan tidak mudah terpengaruh tren atau diskon. Sebaliknya, mahasiswa tanpa perencanaan keuangan cenderung spontan dan mengalami pengeluaran tidak terencana.

### **4. Implikasi teoritis dan praktis**

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat literatur manajemen keuangan pribadi bahwa perencanaan keuangan merupakan faktor penting dalam menjelaskan dan mengendalikan perilaku konsumsi. Secara praktis, temuan ini menegaskan pentingnya kemampuan mahasiswa menyusun dan menjalankan anggaran secara konsisten untuk menghindari perilaku konsumtif berlebihan. Bagi lembaga pendidikan, hasil ini dapat menjadi dasar pengembangan program edukasi literasi keuangan agar mahasiswa memiliki kemampuan lebih baik dalam mengelola keuangan pribadi, terutama di era digital dengan akses e-commerce yang tinggi.

**Kesimpulan akhir:** Budgeting bukan sekadar konsep teoritis, melainkan strategi nyata dan efektif untuk membentuk pola konsumsi yang lebih sehat pada mahasiswa. Kebiasaan sederhana menyusun anggaran memberikan dampak besar terhadap kemampuan mahasiswa mengelola keuangan mandiri dan menekan perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks belanja online yang marak saat ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arafat, M. Y., & Tauhid, N. A. M. (2025, August). Peran Budgeting Sebagai Strategi Meningkatkan Resiliensi Keuangan Generasi Z Di Indonesia Dalam Menghadapi Ketidakpastian Global Menurut Perspektif Syariah. In Gunung Djati Conference Series (Vol. 56, pp. 193-200).
- Dheku, M. E., & Goa, L. (2023). Pengaruh Online Shop pada E-Commerce Lazada Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pastoral di Asrama Paulus. In *Theos : Jurnal Pendidikan Dan Theologi*; Vol. 3 No. 12 (2023): Desember; 322–329 ; 2775-7676. <https://journal.actual-insight.com/index.php/intheos/article/view/1938>
- Fadiyah, A. (2025, August). Strategi Kebiasaan Budgeting Mahasiswa Di Era Digital Melalui Pengalaman Penggunaan E-Wallet Dan Digital Banking. In Gunung Djati Conference Series (Vol. 56, pp. 36-43).
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media sosial dan perilaku konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435-439.
- Syamsuri, A. R. (2024). Budgeting. Merdeka Kreasi Group.