
The Impact of Using Online Loans on the Consumptive Lifestyle of Students at the Sepuluh Nopember Institute of Technology, Surabaya

**R. Farel Danendra Hendrawan Putra^{1*}, Muhammad Daffa Alvinoer Rahman²,
Baringga Aurico De Erwada³, Nur Aini Rakhmawati⁴**

^{1,2,3,4} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas,
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, Surabaya, Indonesia

¹farelpendidikan@gmail.com, ²daffaalvinoer@gmail.com, ³baringgaau@gmail.com,
⁴nur.aini@its.ac.id

*Corresponding author

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan pinjaman *online* terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif melalui survei *online* dengan teknik pengambilan data *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data dari 53 responden yang merupakan mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya yang juga merupakan pengguna pinjaman *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa ITS yang juga pengguna pinjaman *online* cenderung bersifat konsumtif dan seringkali membeli barang tanpa mempertimbangkan keuangan dan kebutuhan hanya untuk meningkatkan status sosial atau karena sedang diskon. Perilaku konsumtif tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan keuangan dapat berdampak negatif dalam jangka panjang, seperti terlilit hutang, kesulitan fokus kuliah karena masalah finansial, dan masalah lain di masa depan.

Kata Kunci: Konsumtif; Mahasiswa; Pinjaman; *Online*

ABSTRACT

This research aims to analyze the impact of using online loans on the consumer lifestyle of students at the Sepuluh Nopember Institute of Technology (ITS) Surabaya. The research method used is quantitative through online surveys with purposive sampling data collection techniques. This research uses data from 53 respondents who are students at the Sepuluh Nopember Institute of Technology (ITS) Surabaya who are also online loan users. The research results show that ITS students who also use online loans tend to be consumptive and often buy goods without considering finances and needs just to improve their social status or because they are on sale. Consumptive behavior without considering needs and finances can have negative impacts in the long term, such as being in debt, having difficulty focusing on studies due to financial problems, and other problems in the future.

Keywords: *Consumptive; Loan; Online; Student*

1. PENDAHULUAN

Di era digital yang serba cepat ini, teknologi telah membawa berbagai perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi dan cara mendapatkan akses ke kebutuhan finansial. Salah satu fenomena yang semakin marak adalah penggunaan pinjaman *online*. Kehadiran pinjaman *online* sebagai salah satu bentuk *financial technology* (fintech) merupakan imbas dari kemajuan teknologi dan banyak menawarkan pinjaman dengan syarat dan ketentuan lebih mudah dan fleksibel dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional seperti bank. Selain itu juga pinjaman *online* dianggap cocok dengan pasar di Indonesia karena meskipun masyarakat belum memiliki akses keuangan, namun penetrasi kepemilikan dan penggunaan telepon selular sangat tinggi[1]. Hal ini dapat diketahui dari data perusahaan fintech lending berizin dan terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per 9 Oktober 2023 sebanyak 101 perusahaan[2]. Selain itu juga terdapat perusahaan pinjaman *online* ilegal yang semakin bertambah jumlahnya.

Namun, dibalik kemudahan pinjaman *online*, terdapat kekhawatiran terkait dampak penggunaan pinjaman *online* terhadap gaya hidup konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa. Kemudahan akses dana melalui pinjaman *online* berpotensi mendorong perilaku impulsif untuk membeli barang-barang yang tidak esensial, hanya untuk memenuhi gaya hidup atau tren sesaat. Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi ternama di Indonesia, tidak terkecuali dari fenomena ini. Mahasiswa di ITS Surabaya memiliki akses yang mudah terhadap berbagai layanan pinjaman *online*.

Studi ini bertujuan untuk menggali dampak dari penggunaan pinjaman *online* terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa ITS Surabaya. Dalam hal ini, gaya hidup konsumtif diukur dari pola pengeluaran mahasiswa yang cenderung meningkat akibat adanya pinjaman *online* sebagai sumber dana tambahan. Analisis yang mendalam tentang dampak ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan dan risiko yang dihadapi oleh mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka.

2. METODE

Pada penelitian ini digunakan metode penelitian secara kuantitatif dengan metode survei *online*. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* menggunakan platform Google Form dengan tujuan mengetahui tren kebiasaan konsumtif pengguna pinjaman *online* di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Target responden dari penelitian ini sebanyak 50 orang dengan kriteria sebagai mahasiswa aktif Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* baik aktif maupun pasif.

Pertanyaan yang akan digunakan dalam kuesioner ini mengacu pada penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Fahrul Hendrik, Irzameingindra Putri, dan Mintarti Ariani pada tahun 2024 terkait Pinjaman *Online*: Perilaku Konsumtif Mahasiswa Surabaya Dalam Rangka Menunjang Status Sosial dan Nadia Magdalena, Nikolaus Edi, Michael Mahameru, Muhamad Rafli, dan Elisabeth Marsella pada tahun 2019 terkait Dampak Penggunaan Pinjaman *Online* Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Yogyakarta. Berikut merupakan urutan pertanyaan yang digunakan untuk melakukan penelitian.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan
1.	Seberapa Anda menyukai kegiatan belanja <i>online</i> ?
2.	Seberapa sering Anda berbelanja <i>online</i> ?
3.	Apakah Anda sering menggunakan layanan cicilan di Surabaya?
4.	Seberapa sering Anda membeli barang hanya karena tertarik, tanpa mempertimbangkan kebutuhan?
5.	Seberapa besar faktor keuangan menentukan tingkat konsumtif Anda?
6.	Seberapa sering Anda membeli barang <i>online</i> yang sebenarnya tidak Anda butuhkan?
7.	Seberapa besar keinginan untuk berbelanja meningkatkan status sosial Anda?
8.	Jenis barang apa yang paling sering Anda beli secara <i>online</i> ?
9.	Seberapa sering Anda mengalami kesulitan dalam pembayaran cicilan?
10.	Seberapa sering Anda membeli barang yang tidak Anda butuhkan hanya karena sedang ada diskon?
12.	Seberapa sering Anda menggunakan cicilan untuk membeli barang saat kondisi keuangan Anda terbatas?

Sampel penelitian ini didapatkan berdasarkan kriteria yaitu mahasiswa aktif Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* baik aktif maupun pasif. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Data yang didapatkan dari hasil kuesioner akan dianalisis dengan variabel independen berupa pengguna pinjaman *online* dan variabel dependen berupa kebiasaan hidup konsumtif untuk mengetahui tren kebiasaan konsumtif pengguna pinjaman *online* di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

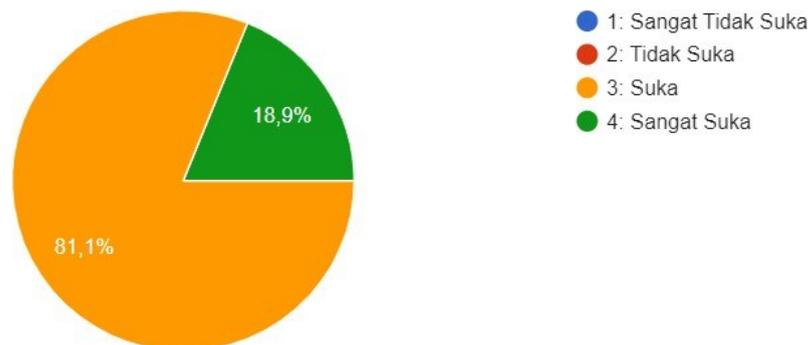
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner yang didapatkan sebanyak 53 responden mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* baik aktif maupun pasif. Data kuesioner yang ada telah terisi secara penuh dan valid sehingga dapat digunakan untuk analisis dalam penelitian ini.

Tabel 2. Penyebaran Fakultas Responden

Fakultas	Jumlah	Persentase
FSAD	5	9
FTIRS	6	11
FTSPK	4	8
FV	7	13
FKK	3	6
FTK	9	17
FTEIC	16	30
FDKBD	3	6

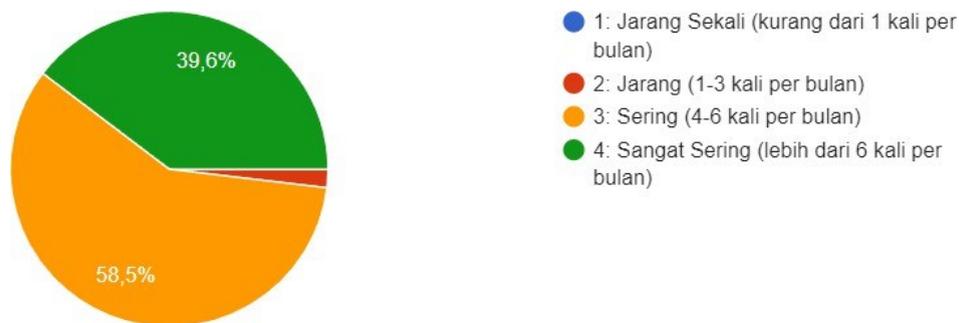
Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa data pada penelitian yang didapatkan telah meliputi semua fakultas yang ada di ITS sehingga dapat disebut telah tersebar secara lengkap meskipun didominasi oleh mahasiswa FTEIC dengan persentase sebesar 30% dan diikuti dengan FTK sebesar 17%.



Gambar 1. Preferensi Menyukai Kegiatan Belanja *Online*

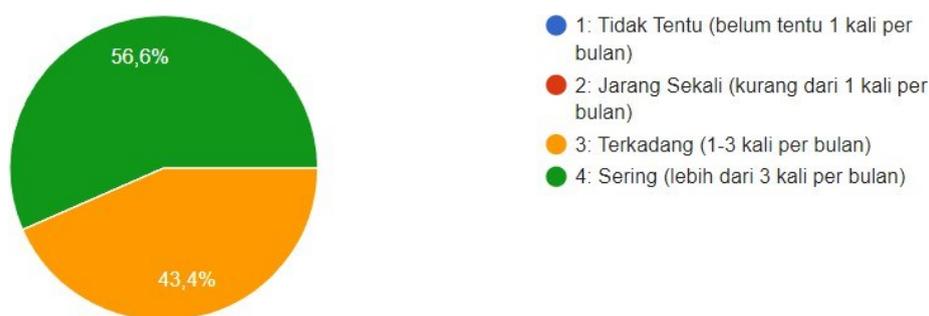
Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa sebanyak 81,1% responden memilih skala 3 yaitu suka terhadap kegiatan belanja *online* dari skala 1-4 yang merupakan respon terbanyak, lalu di posisi kedua sebanyak 18,9% responden memilih skala 4 yaitu sangat suka terhadap kegiatan belanja *online*. Kegiatan belanja *online* adalah proses membeli produk secara elektronik melalui internet, biasanya melalui platform *e-commerce* atau aplikasi yang

memungkinkan pengguna untuk memilih dan membeli produk dari jarak jauh, belanja *online* telah menjadi sangat populer dan umum digunakan oleh masyarakat, terutama dengan kemajuan teknologi yang cepat dan kemudahan dalam berbagi informasi. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan kuisioner mayoritas mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* pernah melakukan belanja *online*.



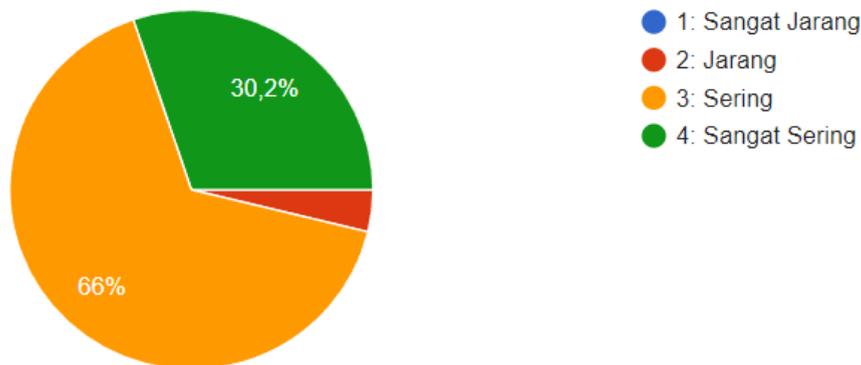
Gambar 2. Frekuensi Belanja *Online*

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa sebanyak 58,5% responden melakukan belanja *online* dengan interval 4-6 kali dalam satu bulan diikuti dengan posisi kedua, yaitu 39,6% responden melakukan belanja *online* dengan interval lebih dari 6 kali dalam satu bulan. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* cenderung sering melakukan belanja *online* dengan frekuensi rata-rata 4-6 kali dalam satu bulan. Angka ini terbilang cukup tinggi mengingat mayoritas mahasiswa masih belum memiliki penghasilan tetap dan bergantung kepada orang tua dalam hal biaya hidup.



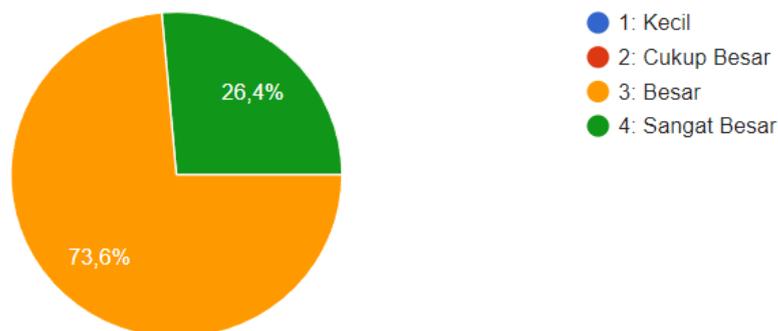
Gambar 3. Frekuensi Penggunaan Cicilan

Pada Gambar 3 dapat dilihat bahwa sebanyak 56,6% responden memilih skala 4 yaitu sering menggunakan layanan cicilan dengan interval lebih dari 3 kali dalam sebulan dari skala 1-4 yang merupakan respon terbanyak, lalu di posisi kedua sebanyak 43,4% responden memilih skala 3 yaitu terkadang menggunakan layanan cicilan dengan interval 1-3 kali dalam sebulan. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* cenderung sering melakukan menggunakan layanan cicilan untuk membayar dana yang dipinjam.



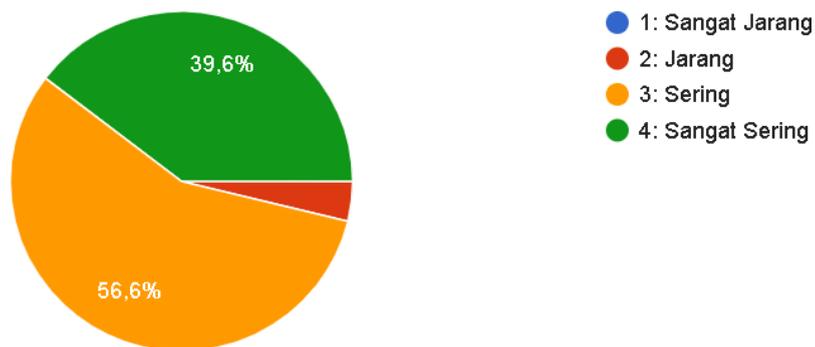
Gambar 4. Membeli Barang Hanya Karena Tertarik

Berdasarkan Gambar 4 menunjukkan bahwa tingkat konsumerisme responden sangatlah tinggi, dibuktikan dari data yang telah diperoleh menunjukkan bahwa 66% responden sering membeli barang hanya karena tertarik dan 30,2% responden sangat sering membeli barang hanya karena tertarik ada juga sebanyak 3,8% responden jarang membeli barang hanya karena tertarik. Disimpulkan bahwa mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* cenderung sangat konsumtif.



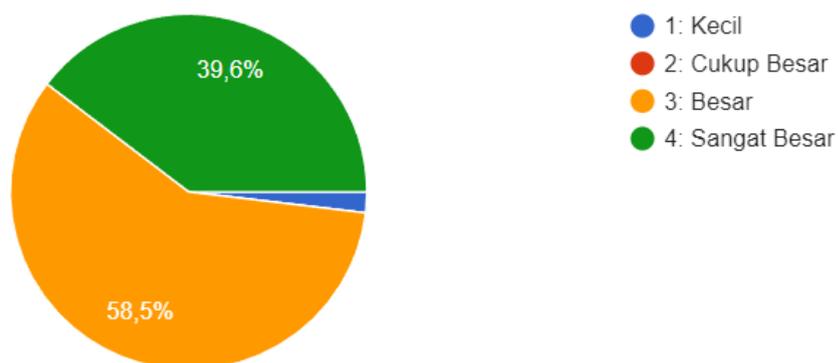
Gambar 5. Faktor Keuangan Menentukan Tingkat Konsumtif

Dari Gambar 5 dapat dilihat bahwa semua responden setuju bahwa faktor keuangan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif dengan 73,6% responden memilih pengaruhnya besar dan 26,4% lainnya memilih pengaruhnya sangat besar. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa seharusnya tingkat konsumtif mahasiswa tergolong rendah dikarenakan belum adanya penghasilan tetap dan biaya hidup yang masih bergantung pada orang tua.



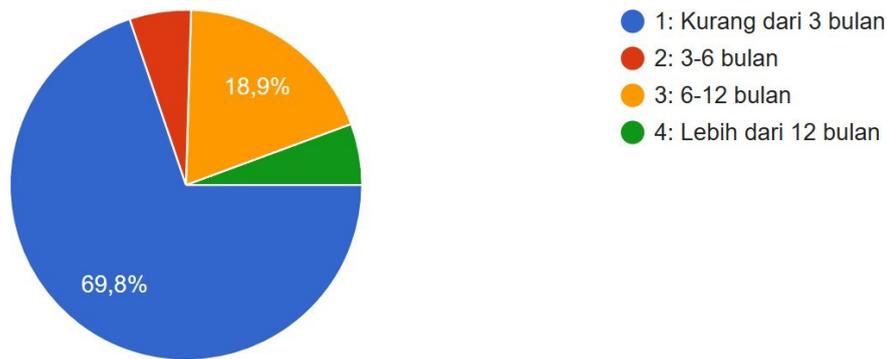
Gambar 6. Membeli barang yang tidak diperlukan

Dari Gambar 6 didapatkan informasi bahwa responden cenderung gemar membeli barang yang tidak diperlukan dibuktikan dengan 56,6% sering membeli barang yang tidak diperlukan dan 39,6% sangat sering membeli barang yang tidak diperlukan serta 3,8% jarang membeli barang yang tidak diperlukan. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* cenderung memiliki sifat yang cenderung konsumtif.



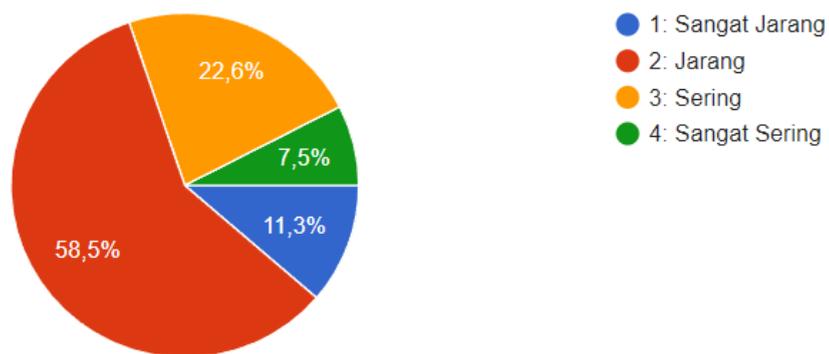
Gambar 7. Keinginan Belanja Untuk Meningkatkan Status Sosial

Data pada Gambar 7 menunjukkan mayoritas responden memiliki keinginan belanja dengan alasan ingin meningkatkan status sosial dengan rincian 58,5% merasa keinginan besar dan 39,6% merasakan keinginan sangat besar. Data ini selaras dengan gaya hidup di surabaya yang memang cenderung tinggi serta surabaya yang juga merupakan kota metropolitan. Sehingga dapat mendorong mahasiswa untuk menggunakan pinjaman *online* dalam memenuhi kebutuhan belanjanya untuk meningkatkan status sosialnya.



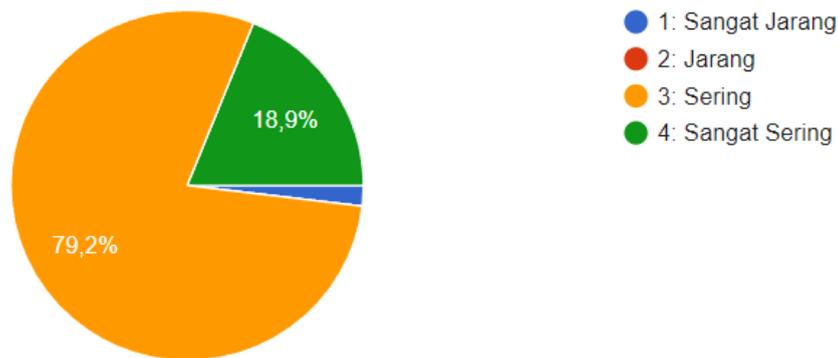
Gambar 8. Lama Penggunaan Cicilan

Pada Gambar 8 diketahui bahwa sebanyak 69,8% responden memilih skala 1 yaitu lama penggunaan cicilan dengan rentang waktu kurang dari 3 bulan dari skala 1-4 yang merupakan respon terbanyak, lalu di posisi kedua sebanyak 18,9% responden memilih skala 3 yaitu lama penggunaan cicilan dengan rentang waktu 6-12 bulan, kemudian sisanya responden yang memilih skala 2 dan 4 memiliki masing-masing 5,7%. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* cenderung menggunakan layanan cicilan hanya kurang dari 3 bulan untuk melunasi dana yang dipinjam.



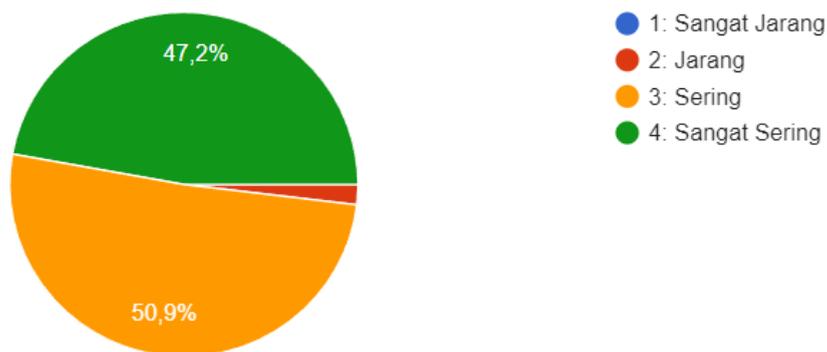
Gambar 9. Kesulitan Pembayaran Cicilan

Pada Gambar 9 ditunjukkan bahwa mayoritas responden masih dapat membayar cicilannya tanpa mengalami kesulitan. Hal ini dapat dibuktikan dengan 58,5% responden menjawab jarang mengalami kesulitan dalam membayar cicilan dan 11,3% bahkan menjawab sangat jarang. Meskipun begitu, tidak dapat dipungkiri bahwa masih ada beberapa yang mengalami kesulitan dalam melakukan pembayaran cicilan mereka.



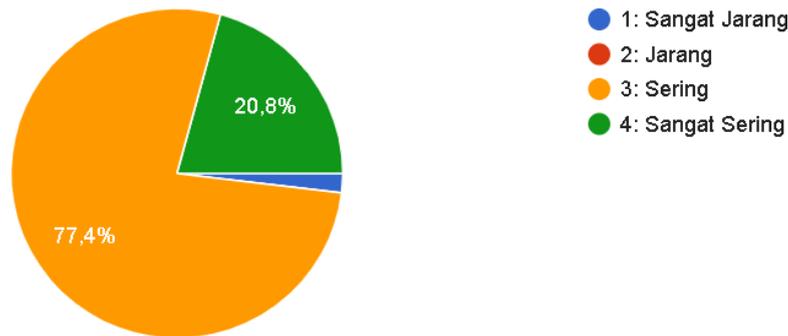
Gambar 10. Membeli Barang Hanya Karena Sedang Diskon

Berdasarkan data pada Gambar 10 menunjukkan bahwa tingkat konsumerisme responden sangatlah tinggi, dibuktikan dari data yang telah diperoleh menunjukkan bahwa 79,2% responden sering membeli barang hanya karena sedang diskon dan 18,9% responden sangat sering membeli barang hanya karena sedang diskon ada juga sebanyak 1,9% responden jarang membeli barang hanya karena sedang diskon. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* cenderung sangat konsumtif ketika terdapat barang yang sedang diskon



Gambar 11. Membeli Barang Tanpa Pertimbangan Keuangan dan Kebutuhan

Berdasarkan data pada Gambar 11 menunjukkan bahwa tingkat konsumerisme responden sangatlah tinggi, dibuktikan dari data yang telah diperoleh menunjukkan bahwa 50,9% responden sering membeli barang tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan dan kebutuhan dan 47,2% responden sangat sering membeli barang tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan, ada juga sebanyak 1,9% responden jarang membeli barang tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* cenderung sangat konsumtif tanpa memikirkan kondisinya.



Gambar 12. Membeli Barang Bermerek Untuk Meningkatkan Status Sosial

Dilihat dari Gambar 12 menunjukkan bahwa tingkat pembelian barang untuk meningkatkan status sosial sangatlah tinggi, dibuktikan bahwa 77,4% responden sering membeli barang bermerek untuk meningkatkan status sosial dan 20,6% sangat sering membeli barang bermerek untuk meningkatkan status sosial lalu responden yang sangat jarang membeli barang bermerek untuk meningkatkan status sosial menunjukkan angka 1,9%. Dapat disimpulkan bahwa tingkat mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga merupakan pengguna pinjaman *online* cenderung sangat mementingkan status sosialnya

4. KESIMPULAN

Mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember yang juga pengguna pinjaman *online* menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang tinggi, ditandai dengan aktivitas belanja *online* yang sering, penggunaan layanan cicilan yang masif, dan kebiasaan membeli barang yang tidak diperlukan, hanya karena tertarik, diskon, atau untuk meningkatkan status sosial. Faktor keuangan dan keinginan untuk meningkatkan status sosial menjadi pendorong utama di balik perilaku ini.

Temuan ini menggarisbawahi perlunya literasi keuangan dan edukasi tentang bahaya perilaku konsumtif bagi para mahasiswa. Institut dan orang tua perlu mengambil peran aktif dalam membantu mahasiswa mengelola keuangan dengan baik dan menghindari penggunaan pinjaman *online* berlebihan.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, seperti pengaruh media sosial, gaya hidup, dan lingkungan pergaulan. Upaya bersama dari berbagai pihak, termasuk institut, orang tua, dan lembaga terkait, diharapkan dapat membantu mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember terhindar dari perilaku konsumtif berlebihan dan mencapai kemandirian finansial di masa depan.

Perlu diingat bahwa perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat berakibat negatif pada keuangan mahasiswa, seperti terlilit hutang, menunda pembayaran tagihan, dan kesulitan menabung. Oleh karena itu, penting untuk membangun kesadaran dan pemahaman mahasiswa tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat dan bijak.

Dengan edukasi yang tepat dan pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember dapat membuat keputusan keuangan yang bertanggung jawab dan mencapai masa depan yang lebih cerah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Pardosi and Y. Primawardani, “Perlindungan Hak Pengguna Layanan Pinjaman Online Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia (Protection of the Rights of Online Loan Customers from a Human Rights Perspective),” *Jurnal Ham*, vol. 11, no. 3, pp. 353–367, 2020.
- [2] OJK, “Penyelenggara Fintech Lending Berizin di OJK per 9 Oktober 2023,” <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-9-Oktober-2023.aspx>.
- [3] F. H. Setiawan, I. P. Radjamin, and M. Ariani, “Pinjaman Online: Perilaku Konsumtif Mahasiswa Surabaya Dalam Rangka Menunjang Status Sosial,” *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, vol. 5, no. 1, pp. 413–425, 2024.
- [4] N. M. M. Sihombing, N. E. Suryanto, M. Mahameru, M. R. Setiawan, E. Marsella, and M. Li, “Dampak penggunaan pinjaman online terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Yogyakarta,” 2019.
- [5] R. F. D. Hendrawan Putra, M. D. A. Rahman, B. A. de . Erwadaand N. A. Rakhmawati, “alvinoer/Data-Konsumtif-Pinjol-ITS: Final”. Zenodo, May 26, 2024. doi: 10.5281/zenodo.11317996.