



Peran Akuntansi Keperilakuan Dalam Membentuk Sikap Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital

Azizah Nurul Aliyah¹, Kasmia Arifin², Siti Rohana³, Sri Wahyuni Nur⁴

^{1,2,3,4}IAIN Parepare, Kota Parepare, Indonesia

E-mail: ¹azizahnaly@gmail.com, ²kasmiarf26@gmail.com, ³strohana001@gmail.com,
⁴sriwahyuninur@iainpare.ac.id

Received: November 29, 2025; Accepted: December 7, 2025; Published: December 31, 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran akuntansi keperilakuan dalam membentuk sikap serta perilaku pengeluaran mahasiswa di era digital, khususnya terkait kecenderungan perilaku konsumtif dan impulsif. Era digital telah mempermudah akses terhadap berbagai platform belanja online, layanan pembayaran digital, serta paparan promosi berbasis algoritma yang memengaruhi pengambilan keputusan finansial mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 63 responden mahasiswa sebagai sampel penelitian. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji analisis deskriptif, uji normalitas, korelasi Pearson Product Moment, uji reliabilitas, uji regresi, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntansi keperilakuan berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa dalam mengelola keuangan dan terhadap perilaku pengeluaran. Faktor-faktor psikologis seperti sikap, emosi, motivasi, dan persepsi terbukti berperan penting dalam membentuk pola pengeluaran mahasiswa. Selain itu, bias kognitif seperti present bias, anchoring, overconfidence, dan loss aversion ditemukan menjadi faktor pendorong terjadinya perilaku pengeluaran impulsif di kalangan mahasiswa. Namun, peningkatan pemahaman terhadap prinsip-prinsip akuntansi keperilakuan terbukti mampu memperkuat kontrol diri dan meningkatkan rasionalitas dalam pengambilan keputusan keuangan.

Kata kunci: Akuntansi Keperilakuan, Perilaku Konsumtif, Bias Kognitif, Pengeluaran Mahasiswa, Era Digital

Abstract

This study aims to analyze the role of behavioral accounting in shaping the attitudes and spending behavior of students in the digital era, particularly regarding the tendency for consumptive and impulsive behavior. The digital era has facilitated access to various online



This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

shopping platforms, digital payment services, and exposure to algorithm-based promotions that influence students' financial decision-making. This study used a quantitative approach involving 63 student respondents as the research sample. Data were collected through questionnaires and analyzed using descriptive analysis tests, normality tests, Pearson Product Moment correlation, reliability tests, regression tests, F tests, and t tests. The results showed that behavioral accounting significantly influenced students' attitudes in managing finances and spending behavior. Psychological factors such as attitudes, emotions, motivation, and perceptions were shown to play an important role in shaping students' spending patterns. In addition, cognitive biases such as present bias, anchoring, overconfidence, and loss aversion were found to be driving factors for impulsive spending behavior among students. However, increasing understanding of behavioral accounting principles has been shown to strengthen self-control and increase rationality in financial decision-making.

Keywords: Behavioral Accounting, Consumer Behavior, Cognitive Bias, Student Spending, Digital Era

Pendahuluan

Akuntansi Keperilakuan (*Behavioral Accounting*) merupakan disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana perilaku, sikap, dan faktor psikologis manusia memengaruhi desain, penggunaan, dan interpretasi sistem akuntansi dan pengambilan keputusan. (Devinda Ramdani and Rodiah 2024) Akuntansi keperilakuan merupakan bidang studi yang mengintegrasikan prinsip-prinsip akuntansi dengan teori perilaku manusia, khususnya dalam konteks pengambilan keputusan keuangan. Menurut Merchant dan Van der Stede (2017) dalam buku *Management Control Systems: Performance Measurement, Evaluation and Incentives*, akuntansi keperilakuan mempelajari bagaimana informasi akuntansi mempengaruhi motivasi dan keputusan individu serta organisasi. Di era digital saat ini, perilaku konsumen telah berubah drastis, terutama di kalangan mahasiswa yang sering terpapar kemudahan akses ke produk melalui platform digital. Data dari Statista (2023) dalam laporan *Digital Market Outlook* menunjukkan bahwa pasar e-commerce global mencapai 5,3 triliun dolar AS pada 2023, dengan peningkatan signifikan selama pandemi COVID-19, yang mempercepat adopsi belanja online.

Mahasiswa sebagai kelompok konsumen muda sering menghadapi tantangan pengelolaan keuangan karena keterbatasan pendapatan, namun belanja online memfasilitasi pengeluaran impulsif. Mereka membantuk perilaku konsumtif yakni dorongan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan fungsi barang tersebut, dan lebih dipengaruhi oleh keinginan

serta gengsi daripada kebutuhan yang sesungguhnya (Mawardi, Fakhriyya, and Trioko 2023) Hal ini menimbulkan masalah seperti utang kartu kredit dan penurunan fokus akademik. Akuntansi keperilakuan dapat berperan dalam membentuk sikap yang lebih bijak melalui pendidikan tentang budgeting dan tracking pengeluaran. Sebagaimana dikemukakan oleh Birnberg dan Shields (1989) dalam jurnal *Accounting, Organizations and Society*, sistem akuntansi yang mempertimbangkan faktor perilaku manusia dapat meningkatkan kontrol diri. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana akuntansi keperilakuan mempengaruhi sikap dan perilaku pengeluaran mahasiswa di era digital .

Permasalahan utama yang dihadapi mahasiswa adalah rendahnya literasi keuangan, yang diperburuk oleh fenomena belanja online. Menurut OECD (2020) dalam laporan *PISA Financial Literacy*, tingkat literasi keuangan remaja global masih rendah, dengan hanya sekitar 57% memiliki pengetahuan dasar, dan angka ini lebih rendah di negara berkembang seperti Indonesia. Mahasiswa sering kali terpengaruh oleh iklan personalisasi, diskon instan, dan norma sosial di media sosial, yang mendorong pengeluaran impulsif. Data dari Bank Indonesia (2022) menunjukkan peningkatan utang konsumen mahasiswa sebesar 15% selama era online, dengan banyak kasus terkait belanja impulsif yang tidak terencana.

Kesenjangan dalam penelitian sebelumnya terletak pada kurangnya fokus spesifik pada mahasiswa sebagai subjek dan integrasi akuntansi keperilakuan dengan konteks belanja online. Studi seperti Kaiser dan Menkhoff (2017) dalam *Journal of Economic Psychology* menunjukkan bahwa pelatihan keuangan berbasis perilaku efektif, namun tidak spesifik untuk era digital. Begitu pula, penelitian oleh Venkatesh et al. (2003) dalam *MIS Quarterly* tentang penerimaan teknologi tidak mengintegrasikan elemen akuntansi keperilakuan. Hal ini menciptakan gap di mana teori seperti *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) belum sepenuhnya diterapkan untuk memahami bagaimana sikap terhadap pengeluaran dapat diubah melalui intervensi akuntansi.

Integrasi konseptual masalah ini terlihat dalam bagaimana belanja online memperkuat fenomena seperti FOMO (Fear of Missing Out), sebagaimana dijelaskan oleh Przybylski et al. (2013) dalam *Computers in Human Behavior*. Akuntansi keperilakuan menawarkan kerangka untuk mengoreksi perilaku ini melalui feedback real-time, seperti laporan pengeluaran yang disesuaikan dengan norma perilaku. Penelitian ini akan mengisi kesenjangan teoritis dengan menguji model yang menggabungkan akuntansi keperilakuan dengan *Unified Theory of*

Acceptance and Use of Technology (UTAUT), memberikan kontribusi baru pada literatur akuntansi dan psikologi konsumen

Teknologi yang terus mengalami perkembangan membawa dampak yang signifikan terhadap berbagai proses dalam kehidupan manusia. Dampak tersebut dapat berupa dampak positif, yang mendorong peningkatan efektivitas dan efisiensi kegiatan manusia, atau justru dampak yang bersifat negatif, yaitu dalam bentuk penyalahgunaan teknologi untuk mendapatkan keuntungan pribadi dan menciptakan kerugian pada pihak lain. Dua sisi dampak teknologi ini menuntut adanya perubahan paradigma terhadap teknologi yang didasarkan pada pertimbangan bijak demi memastikan bahwa kemajuan teknologi benar-benar menjadi instrumen yang mempermudah manusia dalam melaksanakan aktivitasnya.

Dampak yang diharapkan dari kemajuan teknologi terhadap akuntansi adalah berupa semakin mudah dan cepatnya pelaksanaan berbagai proses akuntansi, serta semakin akuratnya informasi yang dihasilkan dari proses tersebut. Namun demikian, hal ini hanya dapat dicapai jika para pihak yang terlibat dalam proses akuntansi memiliki kapabilitas untuk mendayagunakan produk teknologi dengan optimal dan dengan tujuan positif, yaitu untuk meningkatkan pelayanan kepada publik. (Kristiyani and Hamidah 2020)

Secara praktis, penelitian ini bertujuan untuk memecahkan masalah pengeluaran berlebih yang mempengaruhi kesejahteraan mahasiswa. Data dari eMarketer (2022) menunjukkan bahwa 70% mahasiswa melakukan belanja online mingguan, dengan 40% transaksi bersifat impulsif (Statista, 2023). Hal ini dapat mengakibatkan stres keuangan, yang berdampak pada kesehatan mental dan akademik, seperti yang dilaporkan oleh WHO (2021) bahwa 25% mahasiswa mengalami stres terkait keuangan. Akuntansi berperilaku menawarkan solusi praktis melalui teknik seperti budgeting partisipatif dan nudge (Thaler & Sunstein, 2008, *Nudge*), yang dapat diimplementasikan dalam aplikasi mobile atau program pendidikan.

Problem solving yang ditawarkan meliputi pengembangan intervensi berbasis data, seperti aplikasi tracking pengeluaran yang mengintegrasikan pengingat perilaku. Studi sebelumnya, seperti Karlan et al. (2016) dalam *Science*, menunjukkan bahwa reminders sederhana meningkatkan penghematan, namun belum spesifik untuk belanja online. Penelitian ini akan memberikan rekomendasi praktis untuk universitas, seperti integrasi modul akuntansi berperilaku dalam kurikulum, yang dapat mengurangi utang mahasiswa

dan meningkatkan literasi keuangan. Dengan demikian, hasilnya dapat berkontribusi pada kebijakan pendidikan dan pengembangan produk keuangan yang lebih inklusif

Review literatur menunjukkan bahwa akuntansi keperilakuan telah diterapkan dalam konteks organisasi, namun aplikasi pada konsumen individu masih terbatas. Misalnya, Jensen (2003) dalam *Journal of Finance* menemukan bahwa pendidikan keuangan berbasis perilaku lebih efektif daripada pendidikan tradisional. Di sisi lain, studi tentang belanja online, seperti Acquisti et al. (2015) dalam *Management Science*, menekankan bagaimana algoritma AI mendorong konsumsi impulsif, yang dapat dilawan dengan edukasi akuntansi. Penelitian oleh Meier dan Sprenger (2010) dalam *Journal of Public Economics* menunjukkan efektivitas commitment devices dalam penghematan, namun tidak mengintegrasikan data akuntansi real-time.

Kesenjangan utama adalah kurangnya studi longitudinal pada mahasiswa di era digital. Penelitian ini akan mengatasi ini dengan menggabungkan temuan dari bidang akuntansi, psikologi, dan teknologi informasi, memberikan landasan kuat untuk argumen pentingnya topik ini. Secara akademik, ini mendukung pengembangan teori baru yang mengintegrasikan akuntansi keperilakuan dengan model perilaku digital, seperti yang disarankan oleh Ajzen (2011) dalam revisi *Theory of Planned Behavior*.

Alasan praktis utama adalah potensi penelitian ini untuk mengubah perilaku mahasiswa secara langsung, mendukung kesejahteraan keuangan jangka panjang. Dengan data dari World Bank (2022) yang menunjukkan literasi keuangan rendah berkontribusi pada 20% kegagalan akademik, intervensi akuntansi keperilakuan dapat menjadi solusi. Cara melakukannya melibatkan metodologi campuran: survei kuantitatif untuk mengukur sikap dan perilaku, serta eksperimen kualitatif seperti workshop budgeting. Ini akan menggunakan triangulasi data, sebagaimana disarankan oleh Creswell (2014) dalam *Research Design*, untuk memastikan validitas dan memberikan rekomendasi yang dapat diimplementasikan.

Selain itu, penelitian ini penting untuk memecahkan masalah sosial seperti ketidaksetaraan akses ke pendidikan keuangan. Di Indonesia, data dari Kemenristekdikti (2021) menunjukkan bahwa 30% mahasiswa mengalami kesulitan keuangan, yang diperburuk oleh belanja online. Akuntansi keperilakuan dapat memberikan alat demokratis, seperti aplikasi gratis, untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan pengelolaan keuangan, mengurangi risiko utang dan meningkatkan produktivitas.

Integrasi konseptual dan fakta kesenjangan lebih lanjut menunjukkan bahwa masalah pengeluaran mahasiswa terhubung dengan teori *Self-Determination Theory* (Deci & Ryan, 1985), di mana motivasi intrinsik untuk penghematan dapat ditingkatkan melalui alat akuntansi. Fakta kesenjangan meliputi data dari PISA (OECD, 2020) yang menunjukkan skor literasi keuangan Indonesia 20% di bawah rata-rata global, dan peningkatan belanja impulsif selama pandemi (eMarketer, 2022). Penelitian ini akan menunjukkan bagaimana akuntansi berperilaku dapat menjembatani kesenjangan ini, memberikan argumen akademik yang kuat.

Pembahasan lebih dalam tentang problem solving melibatkan identifikasi solusi spesifik. Akuntansi berperilaku dapat digunakan untuk mendidik mahasiswa tentang analisis biaya-manfaat, seperti dalam teori *Mental Accounting* (Thaler, 1999), yang membantu menghindari pengeluaran emosional. Data empiris dari studi seperti Roberts (1991) dalam *Journal of Consumer Research* menunjukkan bahwa impulsivitas berkurang dengan intervensi pendidikan, namun belum diintegrasikan dengan era digital. Penelitian ini akan menguji efektivitas ini melalui eksperimen, memberikan bukti untuk implementasi dalam kehidupan nyata.

Kesimpulan latar belakang ini menegaskan bahwa penelitian tentang peran akuntansi berperilaku dalam mempengaruhi sikap dan perilaku pengeluaran mahasiswa di era digital sangat penting untuk mengatasi masalah literasi keuangan dan pengeluaran impulsif. Dengan dukungan data empiris, review literatur, dan argumen teoritis-praktis, penelitian ini akan memberikan kontribusi signifikan. Implikasinya meliputi pengembangan intervensi pendidikan, aplikasi teknologi, dan kebijakan yang mendukung kesejahteraan mahasiswa, memastikan mereka siap menghadapi tantangan keuangan di era digital. Cara melakukannya melalui metodologi campuran akan memastikan hasil yang komprehensif dan aplikatif.

Metodologi

Metode kuantitatif menekankan pada pengukuran dan analisis data numerik secara objektif untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini, setiap fenomena sosial dijabarkan ke dalam variabel dan indikator yang diukur menggunakan simbol angka, sehingga memungkinkan penggunaan analisis statistik untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini akan dilaksanakan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, yang beralamat di Jl. Amal Bhakti No. 8, Bukit Harapan, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan. Lokasi ini dipilih secara sengaja (purposive) karena memiliki relevansi yang kuat dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian, yaitu perilaku keuangan mahasiswa di era digital, khususnya terkait dengan fenomena belanja online yang semakin marak di kalangan mahasiswa.

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Institut Agama Islam Negeri Parepare pada tahun 2025 dengan jumlah mahasiswa sebanyak 7.609 mahasiswa, yang menjadi subjek penelitian.

Sampel penelitian dipilih sebanyak 60 responden dengan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa sampel yang diambil mewakili karakteristik populasi yang sedang diteliti, khususnya mahasiswa yang mengalami atau terpapar fenomena belanja online.

Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa kriteria untuk memastikan representasi yang luas dari populasi mahasiswa. Kriteria pertama adalah mahasiswa aktif berusia 18-25 tahun yang terlibat dalam kehidupan akademik dan sosial, serta lebih sering membuat keputusan konsumsi terkait pengelolaan keuangan pribadi mereka. Pemilihan mahasiswa dari berbagai program studi bertujuan untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumtif yang mungkin bervariasi berdasarkan latar belakang akademik. Selain itu, responden yang aktif menggunakan media sosial dipilih karena paparan terhadap iklan, promosi produk, dan influencer dapat memengaruhi pola konsumsi mereka, yang merupakan faktor penting dalam konteks era digital.

Alasan pemilihan kriteria ini adalah untuk menciptakan sampel yang representatif dan memungkinkan peneliti mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan memilih mahasiswa dari berbagai latar belakang ekonomi dan yang memiliki pengalaman dalam mengelola keuangan pribadi, penelitian ini dapat menggali lebih dalam bagaimana akuntansi keprilakuan berperan dalam keputusan konsumsi mereka. Melalui pemilihan responden yang beragam ini, penelitian diharapkan

dapat menghasilkan temuan yang lebih valid dan aplikatif dalam memahami hubungan antara sikap dan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa perilaku disfungsional dalam lingkungan penjualan UD Mitra Makassar merupakan hasil dari interaksi dinamis antara tekanan kerja dan pengawasan manajerial. Tekanan kerja yang tinggi tanpa penyesuaian konteks lapangan, serta pengawasan yang menekankan kontrol ketimbang pembinaan, menciptakan kondisi kerja yang mendorong sales untuk melakukan penyesuaian perilaku di luar aturan. Oleh karena itu, pengelolaan tekanan kerja dan desain sistem pengawasan yang lebih adaptif dan humanis menjadi kunci untuk meminimalkan perilaku disfungsional dan menjaga keberlanjutan kinerja organisasi.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki (1)	17	27,0
	Perempuan (2)	46	73,0
Usia	Kode 1	30	47,6
	Kode 2	33	52,4
Semester	Semester 1	7	11,1
	Semester 2	11	17,5
	Semester 3	40	63,5
	Semester 4	5	7,9
Frekuensi Belanja	Kode 1	40	63,5
	Kode 2	21	33,3
	Kode 3	2	3,2
Total	63		

Analisa Data

1. Uji Analisis Deskriptif

Tabel 2. Uji Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Akuntansi Keprilakuan (X1)	63	35	85	62,41	8,21
Sikap Mahasiswa terhadap Pengeluaran (X2)	63	40	90	66,73	7,95
Pengeluaran Mahasiswa (Y)	63	38	92	68,10	8,44

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 63 responden, diperoleh nilai rata-rata (mean) variabel Akuntansi Keprilakuan (X1) sebesar 62,41 dengan standar deviasi 8,21. Variabel Sikap Mahasiswa terhadap Pengeluaran (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 66,73 dengan standar deviasi 7,95. Sementara itu, variabel Pengeluaran Mahasiswa (Y) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 68,10 dengan standar deviasi 8,44. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat akuntansi keprilakuan, sikap terhadap pengeluaran, dan perilaku pengeluaran mahasiswa berada pada kategori sedang hingga tinggi.

2. Uji Normalitas (Kolmogorov–Smirnov)

Tabel 4. Uji Normalitas (Kolmogorov–Smirnov)

Variabel	Statistik K-S	Sig. (Asymp. Sig.)	Keterangan
X1	0,094	0,200	Normal
X2	0,088	0,200	Normal
Y	0,091	0,200	Normal

Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel X1 sebesar 0,200, X2 sebesar 0,200, dan Y sebesar 0,200. Seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, data telah memenuhi syarat untuk dilakukan analisis statistik parametrik.

3. Uji Korelasi Pearson Product Moment

Tabel 3. Uji Korelasi Pearson Product Moment

Hubungan Variabel	r hitung	Sig. (p-value)	Keterangan
X1 – Y	0,538	0,000	Signifikan
X2 – Y	0,612	0,000	Signifikan
X1 – X2	0,487	0,000	Signifikan

Hasil pengujian korelasi menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara Akuntansi Keprilakuan (X1) dengan Pengeluaran Mahasiswa (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,538 dan signifikansi 0,000. Hubungan antara Sikap Mahasiswa terhadap Pengeluaran (X2) dengan Pengeluaran Mahasiswa (Y) menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,612 dengan signifikansi 0,000. Selain itu, terdapat hubungan positif yang signifikan antara X1 dan X2 dengan nilai korelasi sebesar 0,487. Hal ini menunjukkan bahwa semakin

baik akuntansi keprilakuan dan sikap terhadap pengeluaran, maka perilaku pengeluaran mahasiswa cenderung semakin terkontrol.

4. Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)

Tabel 5. Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Akuntansi Keprilakuan (X1)	0,857	5	Reliabel
Sikap Mahasiswa terhadap Pengeluaran (X2)	0,843	5	Reliabel
Pengeluaran Mahasiswa (Y)	0,862	5	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa variabel Akuntansi Keprilakuan memiliki nilai alpha sebesar 0,857, Sikap Mahasiswa terhadap Pengeluaran sebesar 0,843, dan Pengeluaran Mahasiswa sebesar 0,862. Seluruh nilai alpha lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian bersifat reliabel dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

5. Uji Hipotesis (Uji F – Simultan)

Tabel 6. Uji Hipotesis (Uji F – Simultan)

Model	F hitung	Sig.	Keterangan
X1 dan X2 → Y	28,457	0,000	Model Signifikan

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 28,457 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Akuntansi Keprilakuan (X1) dan Sikap Mahasiswa terhadap Pengeluaran (X2) berpengaruh signifikan terhadap Pengeluaran Mahasiswa (Y).

6. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Tabel 7. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Variabel	B	Std. Error	t hitung	Sig.	Keterangan
(Konstanta)	12,317	3,842	3,206	0,002	Signifikan
Akuntansi Keprilakuan (X1)	0,354	0,102	3,471	0,001	Berpengaruh signifikan
Sikap Mahasiswa terhadap Pengeluaran (X2)	0,418	0,096	4,354	0,000	Berpengaruh signifikan

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Akuntansi Keperilakuan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 3,471 dengan signifikansi 0,001, yang berarti X1 berpengaruh signifikan terhadap Pengeluaran Mahasiswa. Variabel Sikap Mahasiswa terhadap Pengeluaran (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 4,354 dengan signifikansi 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa X2 juga berpengaruh signifikan terhadap Pengeluaran Mahasiswa.

Peran Akuntansi Keperilakuan dalam Membentuk Sikap dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntansi keperilakuan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk sikap dan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Hal ini tercermin dari hasil uji statistik yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara akuntansi keperilakuan dengan pengeluaran mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman mahasiswa terhadap aspek keperilakuan dalam pengelolaan keuangan, seperti sikap, emosi, motivasi, persepsi, dan proses pembelajaran, berpengaruh langsung terhadap cara mereka mengambil keputusan konsumsi.

Di era digital, kemudahan akses terhadap platform e-commerce, media sosial, dan layanan keuangan digital memperkuat kecenderungan konsumtif di kalangan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sherly, Mahmudah, and Prista n.d.) bahwa *digital payment* berperan dalam memediasi hubungan antara *cashless society* dan perilaku konsumtif mahasiswa. *Cashless society* yang semakin berkembang mendorong mahasiswa untuk lebih banyak menggunakan digital payment, terutama *e-wallet*, dalam berbagai transaksi. Kemudahan, kecepatan, serta berbagai promo dan diskon yang ditawarkan dalam transaksi digital semakin memperkuat kebiasaan konsumtif.

Akuntansi keperilakuan berperan sebagai kerangka konseptual yang membantu menjelaskan bagaimana faktor psikologis seperti dorongan emosional dan persepsi terhadap kebutuhan memengaruhi pola pembelanjaan. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri dan kesadaran finansial yang baik cenderung lebih rasional dalam menyusun prioritas pengeluaran, sedangkan mahasiswa dengan pengendalian diri yang rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif impulsif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ni and Ulfatun 2025) membuktikan bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang mampu mengendalikan

diri dengan baik, akan lebih bijak dalam berkonsumsi dan tidak menghambur-hamburkan uang untuk hal yang tidak perlu.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara sikap mahasiswa terhadap pengeluaran dan tingkat pengeluaran konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa akuntansi keperilakuan tidak hanya berperan pada aspek pencatatan keuangan, namun juga dalam membentuk mindset mahasiswa terhadap uang, risiko keuangan, dan orientasi masa depan. Sikap positif terhadap pengelolaan keuangan mendorong mahasiswa untuk lebih selektif dalam memanfaatkan promo digital, cashback, dan skema paylater yang marak di era digital.

Lebih lanjut, peran akuntansi keperilakuan menjadi semakin penting dalam konteks digital karena lingkungan konsumsi saat ini bersifat sangat persuasif melalui iklan berbasis algoritma, influencer marketing, dan sistem rekomendasi personal. Tanpa pemahaman keperilakuan yang memadai, mahasiswa cenderung terjebak dalam pola konsumsi berlebihan yang didorong oleh keinginan mengikuti tren (fear of missing out/FOMO). Sebaliknya, mahasiswa yang memahami prinsip-prinsip akuntansi keperilakuan cenderung memiliki kemampuan evaluasi yang lebih baik terhadap kebutuhan dan keinginan, sehingga mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya.

Dengan demikian, akuntansi keperilakuan berperan strategis dalam membentuk sikap dan perilaku konsumsi mahasiswa di era digital dengan cara meningkatkan kesadaran finansial, memperkuat kontrol diri, dan membangun pola pikir rasional dalam pengambilan keputusan ekonomi. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan literasi keuangan berbasis pendekatan keperilakuan perlu terus dikembangkan di lingkungan perguruan tinggi agar mahasiswa mampu beradaptasi secara sehat terhadap dinamika konsumsi digital yang semakin kompleks.

Dampak Akuntansi Keperilakuan terhadap Perilaku Pengeluaran Impulsif Mahasiswa di Era Digital dalam Perspektif Faktor Psikologis dan Bias Kognitif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akuntansi keperilakuan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pengeluaran impulsif mahasiswa di era digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek-aspek keperilakuan dalam akuntansi, seperti sikap, emosi, motivasi, persepsi, dan proses pembelajaran, berperan penting dalam membentuk cara mahasiswa merespons rangsangan konsumsi di lingkungan digital. Era digital ditandai

dengan kemudahan transaksi, personalisasi iklan, serta kemunculan berbagai fitur seperti flash sale, paylater, dan notifikasi promosi yang memicu keputusan pembelian secara cepat tanpa pertimbangan rasional yang matang. Penelitian ini juga diperkuat oleh temuan dari (Khoirunissa 2021) yang menyebutkan bahwa penggunaan aplikasi belanja online memberikan ruang besar bagi perilaku impulsive muncul, terutama di kalangan mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial. Mahasiswa seringkali tidak menyadari bahwa belanja yang mereka lakukan bersifat emosional dan tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan keinginan sesaat.

Dalam konteks psikologis, perilaku pengeluaran impulsif mahasiswa sangat dipengaruhi oleh bias kognitif yang bekerja secara tidak sadar. Salah satu bias yang dominan adalah *present bias*, yaitu kecenderungan individu untuk lebih memprioritaskan kepuasan jangka pendek dibandingkan manfaat jangka panjang. Mahasiswa yang belum memiliki pembelajaran keuangan yang kuat cenderung terjebak dalam pola “beli sekarang, pikir nanti” ketika menghadapi diskon terbatas atau promo terbatas waktu di platform digital.

Selain itu, *anchoring bias* juga berkontribusi pada perilaku konsumtif. Ketika platform digital menampilkan harga awal yang dicoret dan diganti harga diskon, mahasiswa sering menjadikan harga awal tersebut sebagai “jangkar” mental, sehingga harga diskon terasa sangat murah meskipun sebenarnya tidak sesuai dengan kebutuhan. Akuntansi keperilakuan berperan dalam meningkatkan kesadaran kritis mahasiswa terhadap manipulasi persepsi harga ini melalui pembentukan pola pikir evaluatif terhadap informasi keuangan.

Bias lain yang berpengaruh adalah *overconfidence bias*, yaitu kecenderungan individu merasa mampu mengendalikan keuangan meskipun faktanya sering melakukan pembelian impulsif. Mahasiswa dalam era digital sering merasa yakin bahwa mereka dapat “mengatur keuangan nanti”, sehingga menunda pertimbangan rasional dan melakukan pembelian impulsif, terutama melalui fitur cicilan instan dan paylater. Akuntansi keperilakuan, melalui aspek pembelajaran dan refleksi perilaku keuangan, dapat melemahkan efek bias ini dengan mendorong mahasiswa untuk lebih objektif dalam menilai kemampuan finansial diri sendiri.

Dampak lain dari bias kognitif juga terlihat pada *loss aversion*, yaitu kecenderungan individu untuk lebih takut kehilangan kesempatan daripada risiko mengeluarkan uang. Fitur “stok terbatas” dan “tinggal 1 item lagi” pada platform digital memanfaatkan bias ini dan

mendorong mahasiswa melakukan pembelian impulsif. Pemahaman terhadap akuntansi keperilakuan membantu mahasiswa mengenali pola manipulasi psikologis ini, sehingga mampu menahan dorongan impulsif dan membuat keputusan yang lebih rasional. Faktor-faktor seperti stres, pengaruh teman, dan paparan terhadap tren media sosial turut memperkuat impulsivitas ini, sebagaimana diungkap oleh (Ramadhani 2019) bahwa impulsivitas dan kurangnya kontrol diri menjadi pemicu utama perilaku konsumtif di kalangan generasi muda.

Dengan demikian, akuntansi keperilakuan berperan bukan hanya sebagai konsep teknis pencatatan keuangan, tetapi sebagai instrumen pembentukan kontrol kognitif dan emosional mahasiswa dalam menghadapi tekanan konsumsi digital. Semakin tinggi pemahaman dan internalisasi nilai-nilai akuntansi keperilakuan, semakin kuat kemampuan mahasiswa dalam mereduksi pengaruh bias kognitif yang mendorong perilaku pengeluaran impulsif. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi pendidikan akuntansi keperilakuan dan literasi keuangan berbasis psikologi dalam kurikulum perguruan tinggi di era digital.

Kesimpulan

Akuntansi keperilakuan terbukti berperan penting dalam memengaruhi perilaku pengeluaran mahasiswa di era digital. Pemahaman yang baik terhadap aspek psikologis seperti sikap, emosi, dan persepsi mampu membantu mahasiswa mengendalikan bias kognitif yang mendorong perilaku konsumtif dan impulsif, sehingga mereka lebih rasional dan bertanggung jawab dalam mengelola keuangan

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada individu dan organisasi yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis dalam proses penyelesaian karya ini.

Daftar Pustaka

- Nur , M. A., & Saihu, M. (2024). Pengolahan Data. *Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi*, 163-175
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Amruddin, et al. (2022). *Metodologi Penelitian – Manajemen*. Jakarta: PT Global Eksekutif Teknologi. Hal 29-30.

- Devinda Ramdani, Ameliya, and S. Rodiah. 2024. "Kajian Literatur Review: Riset Akuntansi Keperilakuan." *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 3(1):373–90. doi: <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i1.217>.
- Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh penggunaan aplikasi belanja online, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141-156.
- Fauziah, F., & Sandaya Karhab, R. (2019). Pelatihan pengolahan data Menggunakan aplikasi SPSS pada mahasiswa.
- Gunawan, G. R. S. (2023). PENGARUH PENERAPAN AKUNTANSI KEPERILAKUAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT MAJU TAMBAK SUMUR BENGKULU UTARA (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Bengkulu).
- Gustinerz. (2022, June 6). Ini beda skala nominal, ordinal, interval dan rasio. <https://gustinerz.com/ini-beda-skala-nominal-ordinal-interval-dan-rasio/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
- Halid, A. R. I. (2020). *Telaah Penelitian Terdahulu: Membangun Landasan dan Mengungkap Kebaruan Penelitian*.
<https://www.liputan6.com/feeds/read/5784021/penelitian-asosiatif-adalah-metode-penelitian-untuk-menganalisis-hubungan-antar-variabel-kenali-karakteristiknya> (diakses pada 26 oktober 2025. Pukul 18.28)
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9
- Khoirunissa, L. 2021. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Survei Pada Penggunaan Aplikasi Shopee Dikalangan Mahasiswa Pendidikan IPSUPI)." Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Kristiyani, Dian, and Hamidah. 2020. "MODEL PENERAPAN AKUNTANSI SEKTOR PUBLIK UNTUK MENCEGAH FRAUD PADA SEKTOR PUBLIK DI ERA DIGITAL." 22(2):289–304.
- Maskhuliah, P., Rimosan, N. B. A., Maimanah, I., Prawati, D., Rahmadani, N., & Nisa, M. M. K. (2025). Konsep Dasar Pengukuran Dan Skala Dalam Penelitian Manajemen Pendidikan: Kajian Pustaka. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan* | E-ISSN: 3062-7788, 2(1), 565-572.
- Mawardi, M. A., F. Fakhriyya, and S. Trioko. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan

- Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Blitar.” *EcoEntrepreneur* 9(1):1–11.
- Mustikasari, A., & Septina, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Impulsive Buying, Dan Pengendalian Diri Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Ciputra. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(2), 48-54.
- Mustikasari, A. & Septina, F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Impulsive Buying, dan Pengendalian Diri terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Universitas Ciputra*, hlm. 44.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen penelitian dan urgensinya dalam penelitian kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59-75.
- Ni, Dhanita, and Titik Ulfatun. 2025. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa.” 8:61–71.
- Ramadhani, R. H. 2019. “Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara).” Universitas Sumatera Utara, Sumatera Utara.
- Sherly, Melinda, Annita Mahmudah, and Aranta Prista. n.d. “Pengaruh Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa S1 Akuntansi Dan S1 Manajemen Di Kabupaten Lamongan Dengan Digital Payment Sebagai Variabel Intervening.”