



Dinamika Gaya Hidup Konsumtif dalam Fenomena Pinjol pada Masyarakat Kota

Retno Kusumawati¹, Sujarwo², Desy Safitri³

^{1,2,3} Program Studi S1 Pendidikan IPS, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

E-mail: retno2334@gmail.com¹, sujarwo-fis@unj.ac.id², desysafitri@unj.ac.id³

Abstract. *The phenomenon of online loans has emerged as a financial innovation that transforms the pattern of access to funds within urban communities. The convenience of obtaining loans without complex requirements has contributed to the rise of a consumerist lifestyle, especially among the younger generation. This study aims to analyze the correlation between the use of online loans and the dynamics of consumerist lifestyles in urban society. By employing a literature review and descriptive-qualitative analysis methods, the research reveals that low financial literacy, social pressure, and the influence of social media intensify the tendency toward instant loan-based consumerist behavior. Psychological factors such as FOMO (Fear of Missing Out) and the philosophy of YOLO (You Only Live Once) further reinforce this consumerist behavioral pattern. The results of the study show that the phenomenon of online loans not only impacts financial issues but also causes psychological stress and shapes compulsive consumption patterns.*

Keywords: *Online Loans, Consumerist Lifestyle, Financial Literacy, Social Pressure, Consumerist Behavior, FOMO, YOLO*

Abstrak. Fenomena pinjaman online (pinjol) menjadi salah satu inovasi keuangan yang mengubah pola akses dana di tengah masyarakat perkotaan. Kemudahan mendapatkan pinjaman tanpa syarat yang kompleks berdampak pada munculnya gaya hidup konsumtif, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antara penggunaan pinjol dengan dinamika gaya hidup konsumtif masyarakat kota menggunakan metode studi pustaka dan analisis deskriptif-kualitatif, penelitian ini mengungkap bahwa rendahnya literasi keuangan, tekanan sosial, serta pengaruh media sosial memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif berbasis pinjaman instan. Faktor psikologis seperti FOMO (Fear of Missing Out) dan filosofi YOLO (You Only Live Once) juga memperkuat pola perilaku konsumtif ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena pinjol tidak hanya berimplikasi pada masalah keuangan, tetapi juga menimbulkan tekanan psikologis serta membentuk pola konsumsi kompulsif.

Kata Kunci: Pinjaman Online, Gaya Hidup Konsumtif, Literasi Keuangan, Tekanan Sosial, Perilaku Konsumtif, FOMO, YOLO

1. PENDAHULUAN

Berbekal kemajuan teknologi informasi, fenomena pinjaman online (pinjol) telah menjadi salah satu inovasi keuangan yang mendobrak cara tradisional dalam memperoleh akses dana. Di tengah transformasi digital yang terus berkembang, aplikasi pinjol menawarkan kemudahan untuk mendapatkan pinjaman dengan cepat dan tanpa banyak persyaratan, sehingga mendapat sambutan positif dari masyarakat kota yang hidup dinamis (Safitri et al., 2024). Kemudahan ini telah menimbulkan perubahan signifikan dalam pola konsumsi, terutama dengan munculnya kecenderungan gaya hidup konsumtif yang semakin menonjol.

Perkembangan gaya hidup konsumtif ini ditandai dengan dorongan untuk memenuhi gaya hidup modern yang ditampilkan melalui media sosial dan berbagai platform digital. Masyarakat terutama generasi muda semakin terpapar pada informasi dan iklan yang

menekankan pentingnya penampilan dan kepemilikan barang-barang terbaru. Fenomena ini, jika dipadukan dengan kemudahan akses pinjol yang mengakibatkan dorongan terjadinya perilaku pembelian impulsif yang tidak selalu diimbangi dengan pertimbangan matang mengenai kemampuan finansial jangka panjang.

Di sisi lain, meskipun pinjol merupakan solusi keuangan yang efektif dalam mengatasi kebutuhan mendesak, keberadaannya juga membawa risiko signifikan terkait dengan pengelolaan utang. Kemudahan memperoleh dana dari aplikasi pinjol dapat memicu individu untuk terjebak dalam siklus konsumsi berlebihan, di mana ketidakmampuan dalam mengelola anggaran dan risiko kredit menjadi masalah yang harus dihadapi (Uyun et al., 2024). Tekanan sosial dan pengaruh lingkungan semakin memperkuat kecenderungan konsumtif di tengah masyarakat perkotaan. Informasi yang mengalir melalui berbagai platform digital tidak hanya menyajikan kemudahan tetapi juga menumbuhkan ekspektasi terhadap pola hidup tertentu (Cahyoseputro & Rizki, 2024). Hal ini mengakibatkan terbentuknya suatu budaya konsumtif yang berisiko mengikis kesadaran finansial.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan studi pustaka (library research) sebagai metode utama dalam pengumpulan data dan informasi. Studi pustaka dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur yang relevan, termasuk buku, jurnal ilmiah, artikel, dokumen resmi, serta sumber kredibel lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Penggunaan metode ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konsep, teori, dan hasil penelitian sebelumnya yang mendukung analisis dalam artikel ini. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode deskriptif-kualitatif untuk merumuskan kesimpulan yang logis dan tersusun secara sistematis berdasarkan hasil telaah literatur.

3. HASIL

Data pada Juli 2024 menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Barat mencatatkan penyaluran pinjaman fintech lending tertinggi, mencapai Rp7.182,02 Miliar, diikuti oleh DKI Jakarta dengan Rp4.687,50 Miliar dan Jawa Timur sebesar Rp3.836,56 Miliar. Tingginya angka penyaluran ini mengindikasikan adopsi pinjol yang masif di berbagai wilayah, terutama di pusat-pusat ekonomi dan populasi yang padat

Gambar 1. Peringkat Pinjaman Online 2024



Sumber : Dataindonesia.id, 2024

Gambar 1. Peringkat Pinjaman Online 2024

Wilayah perkotaan Indonesia terutama di provinsi-provinsi seperti DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Timur memiliki intensitas aktivitas yang luar biasa. Kepadatan penduduk yang tinggi menciptakan lingkungan dengan dinamika sosial yang kemajuan teknologi informasi begitu meresap ke dalam kehidupan sehari-hari. Di tengah hiruk-pikuk masyarakat kota yang cenderung mencari solusi praktis untuk memenuhi kebutuhan finansial secara instan, sehingga layanan pinjaman online (pinjol) menjadi sangat menarik.

Karakteristik masyarakat kota yang dinamis mengakibatkan persaingan dalam dunia kerja dan kehidupan sosial menjadi pendorong utama bagi peningkatan kebutuhan finansial. Hal ini membuat masyarakat, khususnya generasi muda, rentan terhadap pengaruh pinjaman online (pinjol) dan kecenderungan konsumtif. Tekanan untuk selalu terlihat up-to-date dengan tren, serta keinginan untuk memenuhi standar gaya hidup yang terus berkembang, mendorong individu untuk mengandalkan solusi keuangan yang cepat dan instan. Kemudahan akses pinjol ini membuka peluang risiko terjadinya over-indebtedness, yaitu kondisi di mana individu terjatuh dalam utang berlebihan, serta memperburuk pengelolaan keuangan yang kurang bijak.

Berdasarkan survei Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), peminjam paling banyak berasal dari rentang usia 20–34 tahun, yang mencapai hampir 80% dari pengguna di platform pinjaman tunai. Dari kelompok usia ini, sekitar 66% berstatus sebagai karyawan, dengan jumlah pinjaman rata-rata berkisar antara Rp500 ribu hingga Rp2,5 juta, serta sebagian lagi antara Rp5 juta hingga Rp10 juta. Data ini menunjukkan bahwa generasi

produktif di perkotaan menjadi kelompok paling rentan dalam memanfaatkan pinjol, bukan hanya untuk kebutuhan mendesak, tetapi juga untuk menunjang konsumsi gaya hidup. (Antara, 2024)

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara perilaku konsumtif dan penggunaan pinjol. Korelasi ini tidak hanya terlihat dari meningkatnya kuantitas konsumsi, tetapi juga dari adanya pergeseran pola pikir dalam mengelola keuangan. Banyak pengguna pinjol, terutama mahasiswa dan pekerja muda, menggunakan dana pinjaman bukan untuk kebutuhan produktif, melainkan untuk konsumsi sesaat, seperti belanja barang bermerek, gadget, dan pembiayaan hiburan. Perilaku ini mencerminkan adanya degradasi dalam kemampuan perencanaan keuangan, serta kurangnya pemahaman terhadap risiko jangka panjang dari pinjaman berbunga tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan kerentanan terhadap krisis finansial individu (Andriana et al., 2023)

Salah satu temuan menarik adalah rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan pengguna pinjol. Mereka kurang memahami risiko bunga majemuk dan penalti keterlambatan pembayaran. Kurangnya pemahaman ini membuat banyak individu terjebak dalam siklus utang yang berkepanjangan. Tidak sedikit dari mereka yang kemudian harus melakukan pinjaman baru untuk menutup pinjaman sebelumnya, menciptakan fenomena “gali lubang tutup lubang” (Hidayat et al., 2025).

Banyak pengguna pinjol mengalami tekanan psikologis yang tidak hanya terbatas pada tekanan emosional akibat beban utang, tetapi juga menciptakan fenomena yang dikenal sebagai *addictive borrowing*, yakni perilaku peminjaman yang bersifat kompulsif dan berulang. Ketergantungan ini sering kali memicu gaya hidup hedonis dan konsumtif yang berlebihan sehingga individu terus-menerus merasa perlu memenuhi dorongan untuk belanja tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial. Istilah lain seperti *debt spiral* yang menggambarkan siklus utang yang sulit diputus sehingga pinjol digunakan untuk melunasi utang sebelumnya. Hal ini menciptakan lingkaran yang semakin membebani. Selain itu, dampak psikologis meliputi stres, kecemasan, dan rasa putus asa yang sering kali dihadapi individu ketika mereka merasa tidak mampu keluar dari jeratan utang yang akhirnya dapat mempengaruhi kualitas hidup dan kesejahteraan mental secara keseluruhan (Nuraini & Zaky, 2023).

PEMBAHASAN

Pengaruh Faktor Psikologis dan Sosial dalam Perilaku Konsumtif

Menurut Aprilia dan Hartoyo perilaku konsumtif mengacu pada tindakan individu yang cenderung melakukan konsumsi secara berlebihan tanpa perencanaan terhadap barang dan jasa

yang sering kali tidak diperlukan. Definisi ini menggambarkan ciri utama perilaku konsumtif, yaitu pemborosan dan kurangnya perencanaan (Nur Rohmah Hidayati & Sari Sukardani, 2023).

Hal yang menyebabkan perilaku konsumtif menurut Kasali yaitu tiga indikator utama yang dikenal dengan AIO.

1. *Activities* berkaitan dengan kegiatan sehari-hari, termasuk aktivitas belanja yang dilakukan secara berlebihan tanpa pertimbangan yang matang.
2. *Interests* mencerminkan fokus atau kesukaan individu terhadap barang-barang trendi, sering kali tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya.
3. *Opinions* adalah pandangan yang terbentuk dari pengaruh eksternal seperti iklan, media sosial, dan tekanan sosial, yang dapat mendorong pola konsumtif. (Egita et al., 2021)

Fenomena gaya hidup konsumtif di masyarakat perkotaan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, seperti *conscious priming* yaitu situasi intensitas iklan dan pemasaran secara tidak sadar membentuk pola konsumsi. Tekanan sosial dan keinginan untuk diterima dalam kelompok tertentu menjadi dorongan signifikan dalam lingkungan urban yang padat. Hal ini membuat individu sering kali berusaha memenuhi standar gaya hidup tertentu untuk mendapatkan pengakuan sosial, meskipun standar tersebut berada di luar kemampuan finansial mereka. Efek priming dari promosi besar-besaran memperkuat persepsi bahwa pinjaman online adalah solusi cepat untuk memenuhi kebutuhan finansial. Di sisi lain, *goal dependent automaticity* yaitu motivasi individu untuk mencapai tujuan jangka pendek yang menjadi mekanisme kognisi utama dalam pengambilan keputusan. Hal tersebut tidak mempertimbangkan dampak jangka panjang seperti bunga tinggi atau jeratan utang. (Ayuzha Tidar Faradilla, 2024)

Prinsip YOLO dan FOMO dalam Perilaku Konsumtif Generasi Muda

Generasi muda yang terlibat pinjol sering mengikuti prinsip YOLO dan FOMO. Menurut Przybylski et al. (2013) mengidentifikasi fenomena Fear of Missing Out (FOMO) sebagai manifestasi kegagalan pemenuhan tiga kebutuhan dasar manusia, yaitu autonomy (kemandirian), competence (kompetensi), dan relatedness (keterhubungan sosial). Perasaan takut tertinggal atau tidak menjadi bagian dari tren sosial ini mendorong perilaku konsumtif kompetitif di kalangan masyarakat urban. (Elhai et al., 2021)

Studi Goldman et al. (2025) juga melihat FOMO sebagai konsekuensi dari tatanan sosial yang terdigitalisasi secara mendalam. Melalui metodologi Q, penelitian ini mengidentifikasi tiga konstruksi diri sebagai respons terhadap mediatisasi yaitu : *Envy/Exclusion*, yakni kecemasan akan eksklusi sosial yang mendorong konsumsi kompetitif; *Grounded Vigilance*,

yaitu kesadaran kritis terhadap risiko mediatisasi namun tetap terlibat dalam praktik digital; dan *Managed Vulnerability*, yakni strategi menegosiasikan antara partisipasi sosial dengan perlindungan diri.

Selain itu, fenomena gaya hidup konsumtif juga diperkuat oleh filosofi YOLO (*You Only Live Once*). Lee Hojung dan Heesun Oh (2018) mengidentifikasi tiga pilar motivasi utama dalam gaya hidup YOLO yaitu : *Experience-emphasis* (prioritas pada pengalaman dibanding kepemilikan materi), *Self-emphasis* (fokus pada aktualisasi diri), dan *Present happiness-emphasis* (orientasi pada kenikmatan saat ini). Motivasi ini mendorong individu untuk mengutamakan konsumsi pengalaman dan kesenangan jangka pendek, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap perilaku konsumtif impulsif, termasuk penggunaan pinjaman online sebagai alat pemenuh kebutuhan sesaat.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan akses pinjaman online di tengah masyarakat perkotaan telah berkontribusi signifikan terhadap dinamika gaya hidup konsumtif, terutama di kalangan generasi muda. Rendahnya tingkat literasi keuangan, tekanan sosial, serta pengaruh media sosial menjadi faktor dominan yang mendorong perilaku konsumtif berbasis pinjaman instan. Selain risiko finansial, fenomena ini juga memunculkan dampak psikologis seperti stres, kecemasan, dan adiksi terhadap pinjaman. Pola konsumsi impulsif yang dipengaruhi oleh konsep FOMO dan YOLO memperburuk kondisi ini, menciptakan siklus utang yang sulit diputus. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolektif melalui edukasi literasi keuangan, regulasi ketat terhadap layanan pinjol, serta kampanye sosial untuk membangun kesadaran konsumsi yang bertanggung jawab

5. DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, N., Malihah, E., & Nurbayani, S. (2023). *The Impact Of Online Loans on Consumptive Behavior Among Students In The City Of Bandung*. 8(2), 130–144. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jsph/>
- Ayuzha Tidar Faradilla. (2024). *Mengapa Masyarakat Tertarik Pinjol?* Kemensos.Go.Id.
- Cahyoseputro, W., & Rizki, M. P. (2024). *Pengaruh Fintech Lending terhadap Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Generasi Milennial di Kota Bandung*. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.14248>
- Egita, S., Subagyo, F., & Dwiridotjahjono, J. (2021). *Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Mojokerto* (Vol. 14, Issue 1). <http://journal.stekom.ac.id/index.php/E>

- Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2021). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203–209. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>
- Hidayat, R., Ayuning Pertiwi, F., & Penulis, K. (2025). Pengaruh Konsumtif Dan Resiko Masyarakat Melakukan Pinjol Terhadap perspektif Ekonomi Syariah. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 2025. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v7i1.3539>
- Nur Rohmah Hidayati, D., & Sari Sukardani, P. (2023). *Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban Dalam Fenomena Jastip (Studi Fenomenologi Pelanggan Perempuan Pada Layanan Jasa Titip Produk Fast Fashion)* (Vol. 7).
- Nuraini, G. F., & Zaky, M. (2023). *Analisis Lifestyle Exposure Theory terhadap Korban dari Pinjaman Online Ilegal melalui Aplikasi “Pinjaman Now.”*
- Safitri, R., Sartika, D., Fazrah, M., Herdianawati, R., Pratista, A. A., Yusna, R. B., Dinasti, R. A., Aprillia, R. A., Sang, B., Pangestu, A., Azwar, M., & Chaniago, S. (2024). Tantangan Serta Dampak Aplikasi Pinjol Dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Di Bogor Challenges And Impact Of The Pinjol Application And Consumptive Lifestyles Of Students In Bogor. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Uyun, L., Herwiyanti, E., & Budiarti, L. (2024). Dampak Pinjol Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial. *Sosio e-Kons*, 16(1), 73. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v16i1.22041>