**JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA**
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 3 No: 11, November 2026
E-ISSN : 3047-7824

# Transformasi Perilaku Konsumtif Menjadi Perilaku Produktif melalui Kebiasaan Menabung Saham

## *Transforming Consumerist Behavior into Productive Behavior through the Habit of Investing in Stocks*

**Muammar Khaddafi[1], M. Ilham Maulana[2], Adisti Dellia[3], Asha Edwina[4], Yurna Yulianingsih[5], Winda Safriyanti[6]**
Universitas Malikussaleh
*Email: khaddafi@unimal.ac.id[1], ilham.256210101001@mhs.unimal.ac.id[2], adisti.256210101011@mhs.unimal.ac.id[3], asha.256210101005@mhs.unimal.ac.id[4], yurna.256210101004@mhs.unimal.ac.id[5], winda.256210101002@mhs.unimal.ac.id[6]*

Article Info

Article history :
Received : 08-11-2026
Revised : 10-11-2026
Accepted : 12-11-2026
Published : 14-11-2026

***Abstract***

*The rapid growth of financial technology and e-commerce has accelerated consumerist culture among the productive-age population, particularly Millennials and Generation Z. Impulsive spending driven by hedonistic lifestyles and digital social pressure threatens their long-term financial resilience. This study aims to analyze how the habit of investing in stocks can transform consumerist behavior into productive behavior. Using a qualitative approach through a systematic literature review, this study examines 15 accredited national and international journal articles published between 2024 and 2026. The synthesis reveals that regular stock investing acts as a behavioral intervention that shifts financial allocation from short-term gratification toward productive asset accumulation. This transformation occurs through four main mechanisms: mental accounting restructuring, applying the "pay yourself first" principle, replacing instant dopamine rewards with compounding satisfaction, and utilizing financial technology as a commitment device. Furthermore, successful behavioral transition is mediated by four key determinants: applied financial literacy, self-control against cognitive biases and Fear of Missing Out (FoMO), consistent financial behavior, and supportive social and institutional ecosystems. Ultimately, setting aside funds regularly into equity instruments effectively curbs impulsive buying while building a foundation for economic independence.*

***Keywords: consumerist behavior; productive behavior; stock investing***

**Abstrak**

Perkembangan teknologi finansial dan ekosistem belanja daring (*e-commerce*) telah mempercepat budaya konsumtif di kalangan masyarakat usia produktif, khususnya Generasi Milenial dan Generasi Z. Fenomena belanja impulsif akibat gaya hidup hedonis dan tekanan sosial di media digital mengancam ketahanan keuangan mereka dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana kebiasaan menabung saham di pasar modal dapat mengubah perilaku konsumtif menjadi perilaku produktif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui tinjauan pustaka sistematis (*systematic literature review*) terhadap 15 artikel jurnal terakreditasi nasional dan internasional yang terbit pada tahun 2024 hingga 2026. Hasil kajian menunjukkan bahwa kebiasaan menabung saham berfungsi sebagai sarana intervensi perilaku yang menggeser tujuan penggunaan uang, dari sekadar memuaskan keinginan sesaat menjadi upaya mengumpulkan aset produktif. Proses perubahan ini terjadi melalui empat mekanisme utama, yaitu menata ulang pola pikir penganggaran (*mental accounting*), menerapkan prinsip membayar diri sendiri terlebih dahulu (*pay yourself first*), mengganti kesenangan belanja sesaat dengan kepuasan melihat pertumbuhan aset, serta memanfaatkan aplikasi keuangan sebagai pengunci komitmen. Keberhasilan perubahan perilaku ini didukung oleh empat faktor penentu, yakni pemahaman keuangan yang praktis, pengendalian diri dari rasa

takut tertinggal tren (*FoMO*), konsistensi mengelola keuangan, serta dukungan lingkungan sosial dan lembaga edukasi. Kebiasaan menyisihkan dana secara rutin ke instrumen saham terbukti mampu menekan belanja impulsif sekaligus membangun kemandirian ekonomi.

**Kata Kunci: perilaku konsumtif, perilaku produktif, menabung saham**

## PENDAHULUAN

Transformasi digital di sektor perdagangan dan layanan keuangan telah mengubah cara masyarakat modern mengelola uang. Kemudahan akses ke lokapasar (*e-commerce*), dompet digital, serta layanan kredit instan seperti *Buy Now, Pay Later* (BNPL) mendorong masyarakat berbelanja bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan pokok, melainkan demi mengejar status dan pengakuan sosial. Dalam kajian perilaku konsumen, kecenderungan membeli barang secara berlebihan tanpa pertimbangan matang ini disebut perilaku konsumtif (Kosasih et al., 2025). Fenomena ini menjadi masalah serius bagi kelompok usia produktif, terutama Generasi Z dan Milenial, yang sedang mencari jati diri dan sangat aktif menggunakan media sosial (Irvan & Putri, 2024; Prakoso & Apriliani, 2026). Ketika sebagian besar pendapatan atau uang saku habis untuk gaya hidup hedonis, mereka menjadi rentan secara finansial, sulit menabung, bahkan terjebak utang konsumtif yang menghambat kesejahteraan di masa depan (Hasanah & Lubis, 2025; Rahmawati et al., 2025).

Di sisi lain, kemajuan teknologi finansial juga membuka peluang besar bagi masyarakat luas untuk berinvestasi di pasar modal. Melalui kampanye edukasi seperti gerakan menabung saham dari Bursa Efek Indonesia (BEI) bersama Galeri Investasi kampus, serta hadirnya aplikasi sekuritas di ponsel pintar, syarat modal untuk membeli saham kini jauh lebih terjangkau (Fathihani et al., 2026; Nadia et al., 2026). Menabung saham mengubah posisi seseorang dari sekadar konsumen menjadi pemilik modal atas perusahaan-perusahaan yang produknya mereka gunakan sehari-hari. Secara sederhana, menabung saham adalah kebiasaan menyisihkan sebagian pendapatan secara rutin untuk membeli saham perusahaan yang sehat demi pertumbuhan nilai jangka panjang (Pramanaswari, 2025; Sugiharti et al., 2025). Praktik ini melatih kedisiplinan untuk menunda kesenangan sesaat, yang sangat bertolak belakang dengan sifat impulsif perilaku konsumtif.

Meskipun jumlah investor muda di Indonesia terus meningkat, kenyataan di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara kemudahan akses dan kualitas perilaku investasi mereka. Banyak anak muda terjun ke pasar modal hanya karena ikut-ikutan tren (*herding behavior*) atau takut tertinggal (*Fear of Missing Out*/FoMO) di media sosial, bukan karena kesadaran merencanakan masa depan (Wibowo & Widianingsih, 2025). Akibatnya, mereka cenderung berspekulasi jangka pendek yang sifatnya mirip dengan belanja konsumtif. Bahkan, banyak pemula yang sudah membuka rekening saham akhirnya berhenti berinvestasi karena sisa uang bulanan mereka kembali habis untuk belanja gaya hidup (Saripin et al., 2025). Penelitian terdahulu pun menunjukkan hasil yang beragam: sebagian studi menyatakan literasi keuangan langsung mendorong keputusan investasi (Bili et al., 2026; Pramanaswari, 2025), sedangkan studi lain menegaskan bahwa pengetahuan saja tidak cukup meredam sifat konsumtif tanpa dibarengi pengendalian diri dan kedisiplinan (Arestha et al., 2024; Brilianda et al., 2025; Wahyudi & Wartoyo, 2025).

Hingga saat ini, masih sedikit kajian yang memetakan secara utuh bagaimana proses psikologis, pola pikir, dan dukungan teknologi bekerja sama mengubah kebiasaan belanja menjadi

rutinitas menabung saham. Kebanyakan penelitian sebelumnya membahas perilaku konsumtif secara terpisah dari perilaku investasi (Hasanah & Lubis, 2025; Irvan & Putri, 2024; Kosasih et al., 2025; Bili et al., 2026; Nadia et al., 2026; Sugiharti et al., 2025). Padahal, keduanya saling memperebutkan porsi uang yang sama dalam anggaran setiap orang. Oleh karena itu, memahami titik balik perubahan dari konsumen menjadi investor sangat penting untuk merancang strategi edukasi keuangan yang lebih efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan merangkum bukti-bukti penelitian terkini untuk menjawab tiga pertanyaan utama: (1) bagaimana pola perilaku konsumtif di era digital menghambat seseorang mengumpulkan aset produktif; (2) bagaimana mekanisme psikologis dan finansial dari kebiasaan menabung saham dalam menata ulang pengelolaan uang pribadi; serta (3) faktor penentu dan tahapan apa saja yang membuat perubahan perilaku tersebut berhasil. Hasil kajian ini diharapkan dapat memperkaya literatur keuangan keperilakuan (*behavioral finance*) serta menjadi panduan praktis bagi regulator pasar modal, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam membangun budaya investasi yang sehat.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan tinjauan pustaka sistematis (*systematic literature review*). Metode ini dipilih untuk mengumpulkan, menilai, dan merangkum temuan-temuan ilmiah terkait hubungan antara perilaku konsumtif, gaya hidup hedonis, literasi keuangan, pengendalian diri, dan kebiasaan menabung saham. Proses pencarian dan seleksi literatur dilakukan mengikuti aturan tinjauan sistematis agar kajian ini transparan, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Data penelitian bersumber dari artikel ilmiah yang terbit di jurnal bereputasi nasional maupun internasional pada rentang tahun 2024 hingga 2026. Penelusuran dilakukan melalui portal akademik terbuka seperti Google Scholar, Garuda (Garba Rujukan Digital), serta jurnal-jurnal perguruan tinggi di Indonesia. Kata kunci pencarian meliputi: "perilaku konsumtif", "gaya hidup hedonis", "menabung saham", "keputusan investasi", "literasi keuangan", "perilaku keuangan", "kontrol diri", "*consumptive behavior*", "*financial literacy*", dan "*investment decision*".

Artikel diseleksi secara bertahap berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang ketat. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel penelitian asli (*original research*), tinjauan pustaka sistematis, atau laporan program edukasi yang terbit tahun 2024–2026; (2) tersedia dalam teks penuh (*full-text*) dan dapat diakses secara terbuka; (3) membahas hubungan antara gaya hidup/konsumsi, literasi/kontrol keuangan, dan investasi saham; serta (4) memiliki metode penelitian dan identitas publikasi yang jelas. Sementara itu, kriteria eksklusi diterapkan pada artikel opini populer, prosiding tanpa tinjauan sejawat (*peer-review*), skripsi atau tesis yang tidak dipublikasikan di jurnal, serta artikel di luar rentang tahun 2024–2026.

Dari puluhan artikel yang ditemukan pada tahap awal, dilakukan penyaringan judul, pembacaan abstrak, hingga telaah teks penuh untuk memastikan kesesuaian isi dan keabsahan sumber. Hasilnya, terpilih 15 artikel jurnal utama sebagai bahan analisis. Seluruh informasi dari ke-15 artikel tersebut dirangkum ke dalam tabel sintesis yang memuat identitas penulis, metode dan subjek penelitian, variabel utama, serta temuan kunci, lalu dianalisis menggunakan teknik sintesis tematik kualitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pemetaan Karakteristik dan Kontribusi Korpus Literatur Terpilih (2024–2026)

Penelusuran sistematis pada berbagai pangkalan data jurnal ilmiah terakreditasi menghasilkan 15 artikel utama yang terbit pada rentang tahun 2024 hingga 2026. Seluruh artikel ini meneliti kelompok usia produktif di berbagai kota besar maupun pusat pendidikan di Indonesia, meliputi Jakarta, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Denpasar, Jember, Tegal, Karawang, Medan, hingga Pekanbaru (Bili et al., 2026; Brilianda et al., 2025; Irvan & Putri, 2024; Rahmawati et al., 2025; Saripin et al., 2025; Sugiharti et al., 2025; Wahyudi & Wartoyo, 2025). Keragaman lokasi ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana tekanan gaya hidup perkotaan dan kemudahan investasi digital saling memengaruhi pengelolaan uang generasi muda.

Dari segi metode, sebagian besar penelitian menggunakan survei kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda maupun *Structural Equation Modeling* (SEM-PLS), serta dilengkapi dengan kajian tinjauan pustaka dan program edukasi keuangan di sekolah maupun kampus (Arestha et al., 2024; Fathihani et al., 2026; Wibowo & Widianingsih, 2025). Secara garis besar, kelompok pertama literatur menyoroti akar psikologis perilaku konsumtif pada Generasi Z dan Milenial (Hasanah & Lubis, 2025; Irvan & Putri, 2024; Kosasih et al., 2025; Rahmawati et al., 2025), sedangkan kelompok kedua berfokus pada faktor-faktor yang mendorong mereka beralih menjadi investor ritel yang rasional (Bili et al., 2026; Nadia et al., 2026; Prakoso & Apriliani, 2026; Pramanaswari, 2025; Saripin et al., 2025; Sugiharti et al., 2025; Wibowo & Widianingsih, 2025).

**Tabel 1. Sintesis Temuan Utama 15 Literatur Empiris dan Konseptual (2024–2026)**

| No | Penulis & Tahun | Metode & Subjek Studi | Variabel Utama yang Dikaji | Sintesis Temuan Kunci Terkait Transformasi Perilaku |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Arestha et al. (2024) | Tinjauan pustaka sistematis terhadap studi Gen Z | Literasi keuangan, perilaku konsumtif | Literasi keuangan hanya mampu menekan sifat konsumtif jika dibarengi pengendalian diri dan kesadaran risiko. |
| 2 | Irvan & Putri (2024) | Kuantitatif survei pada komunitas konsumen muda di Jakarta | Pengetahuan keuangan, perilaku konsumtif, kontrol diri | Kontrol diri menjadi benteng utama pengelolaan uang di tengah kuatnya dorongan belanja demi mengikuti tren komunitas. |
| 3 | Brilianda et al. (2025) | Kuantitatif SEM-PLS pada Generasi Z di Kota Semarang | Literasi keuangan, pengetahuan investasi, perilaku keuangan | Kedisiplinan menyisihkan dana menjadi jembatan yang menghubungkan pengetahuan keuangan dengan minat investasi. |

| No | Penulis & Tahun | Metode & Subjek Studi | Variabel Utama yang Dikaji | Sintesis Temuan Kunci Terkait Transformasi Perilaku |
|---|---|---|---|---|
| 4 | Hasanah & Lubis (2025) | Kuantitatif survei pada mahasiswa usia produktif | Literasi keuangan, gaya hidup hedonis, keputusan keuangan | Gaya hidup hedonis menurunkan kualitas keputusan keuangan, sedangkan literasi membantu berpikir lebih rasional. |
| 5 | Kosasih et al. (2025) | Kuantitatif survei pada mahasiswa di Surabaya | Literasi keuangan, gaya hidup, perilaku konsumtif | Pemahaman anggaran dan prioritas kebutuhan mampu menahan godaan diskon belanja daring. |
| 6 | Pramanaswari (2025) | Kuantitatif regresi pada investor muda BEI di Bali | Literasi keuangan, pengalaman investasi, keputusan saham | Pengalaman langsung berinvestasi memperkuat keyakinan rasional dan menggeser fokus dari jangka pendek ke jangka panjang. |
| 7 | Rahmawati et al. (2025) | Kuantitatif survei pada mahasiswa di Kabupaten Jember | Gaya hidup hedonis, pengendalian diri, literasi keuangan | Pengendalian diri dan literasi keuangan secara bersama-sama memperbaiki cara mengelola uang di tengah gaya hidup hedonis. |
| 8 | Saripin et al. (2025) | Kuantitatif survei pada mahasiswa Ekonomi di Riau | Literasi keuangan, perilaku konsumtif, keputusan investasi | Sifat konsumtif yang tinggi menghabiskan uang menganggur sehingga menghambat keberlanjutan investasi di Galeri Investasi. |
| 9 | Sugiharti et al. (2025) | Kuantitatif SEM pada mahasiswa di Karawang | Literasi keuangan, toleransi risiko, perilaku investasi | Keputusan investasi didorong oleh pemahaman bahwa manfaat jangka panjang jauh lebih besar daripada kesenangan belanja sesaat. |
| 10 | Wahyudi & Wartoyo (2025) | Kuantitatif survei pada mahasiswa di Tegal | Literasi, perilaku keuangan, gaya hidup hedonis, kontrol diri | Konsistensi perilaku keuangan dan kontrol diri mengalihkan anggaran dari belanja hedonis menuju aset pasar modal. |

| No | Penulis & Tahun | Metode & Subjek Studi | Variabel Utama yang Dikaji | Sintesis Temuan Kunci Terkait Transformasi Perilaku |
|---|---|---|---|---|
| 11 | Wibowo & Widianingsih (2025) | Kuantitatif survei pada investor ritel pasar modal | Bias perilaku (herding, overconfidence), literasi keuangan | Literasi keuangan meredam emosi sehingga investor tidak terjebak spekulasi impulsif yang menyerupai sifat konsumtif. |
| 12 | Bili et al. (2026) | Kuantitatif survei pada Generasi Z di Kota Denpasar | Literasi keuangan, gaya hidup, keputusan investasi | Keseimbangan antara literasi finansial dan pengendalian gaya hidup menentukan konsistensi Gen Z dalam berinvestasi. |
| 13 | Fathihani et al. (2026) | Studi intervensi edukasi keuangan pada pelajar Gen Z | Edukasi literasi keuangan, pengenalan investasi berkelanjutan | Pengenalan investasi sejak dini membentuk kebiasaan menabung terstruktur dan menekan orientasi konsumtif. |
| 14 | Nadia et al. (2026) | Kuantitatif survei pada investor Generasi Z | Perilaku keuangan, literasi keuangan, teknologi finansial | Kemudahan aplikasi fintech mempercepat investasi rutin jika didukung kebiasaan keuangan yang disiplin. |
| 15 | Prakoso & Apriliani (2026) | Kuantitatif survei pada mahasiswa di era digital | Literasi keuangan, perilaku konsumen, keputusan investasi | Belanja impulsif berdampak negatif terhadap komitmen investasi jangka panjang di era digital. |

Rangkuman di atas menegaskan bahwa perubahan dari perilaku konsumtif menjadi produktif tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses bertahap. Titik kuncinya terletak pada bagaimana seseorang mengelola sisa uang harian atau bulanannya—apakah dibiarkan habis untuk belanja sesaat, atau dialihkan menjadi kepemilikan saham jangka panjang (Fathihani et al., 2026; Nadia et al., 2026; Wahyudi & Wartoyo, 2025).

## 2. Anatomi Perilaku Konsumtif di Era Digital sebagai Hambatan Akumulasi Aset

Menurut Kosasih et al. (2025) serta Irvan dan Putri (2024), perilaku konsumtif anak muda masa kini bukan lagi didorong oleh pemenuhan kebutuhan pokok, melainkan telah bergeser menjadi konsumsi simbolik. Barang dan jasa dibeli untuk menunjukkan status sosial, membangun citra diri di media sosial, serta agar diterima oleh lingkungan pergaulan. Ketika harga diri diukur dari kepemilikan barang bermerek, kunjungan ke tempat hiburan mahal, atau pembelian pernak-pernik tren populer secara berlebihan, uang saku atau gaji pun tersedot habis tanpa menghasilkan nilai tambah ekonomi (Irvan & Putri, 2024).

Kondisi ini diperparah oleh teknologi belanja digital yang dirancang untuk menghilangkan "rasa sakit saat membayar" (*pain of paying*). Jika membayar dengan uang tunai membuat seseorang berpikir dua kali karena melihat uangnya berkurang secara fisik, fitur pembayaran satu klik, dompet digital, dan kredit *Buy Now, Pay Later* (BNPL) membuat transaksi terasa sangat ringan (Prakoso & Apriliani, 2026; Fathihani et al., 2026). Hilangnya hambatan ini memicu pembelian impulsif dan jebakan bias masa kini (*present bias*), yaitu kecenderungan lebih mementingkan kesenangan kecil hari ini daripada kesejahteraan besar di masa depan (Hasanah & Lubis, 2025).

Dampak buruknya terlihat jelas dalam studi Saripin et al. (2025) mengenai paradoks inklusi pasar modal. Banyak mahasiswa bersemangat membuka Rekening Dana Nasabah (RDN) dengan modal awal seratus ribu rupiah saat acara sosialisasi, tetapi berhenti menabung saham pada bulan-bulan berikutnya karena sisa uang bulanan mereka kembali habis untuk gaya hidup (Hasanah & Lubis, 2025; Bili et al., 2026). Selama tabungan dan investasi hanya dianggap sebagai "uang sisa" di akhir bulan, aset produktif akan sangat sulit terkumpul karena keinginan belanja selalu meningkat seiring naiknya pendapatan (*lifestyle inflation*).

### 3. Mekanisme Kebiasaan Menabung Saham sebagai Instrumen Intervensi Perilaku

Kebiasaan menabung saham—yang dalam dunia keuangan dikenal sebagai strategi investasi berkala atau *dollar-cost averaging* (DCA)—menawarkan cara nyata untuk memutus rantai konsumerisme. Berbeda dengan jual-beli saham harian (*day trading*) yang penuh spekulasi emosional, menabung saham berfokus pada kedisiplinan menyisihkan sejumlah dana tetap secara rutin untuk membeli saham perusahaan yang kuat dalam jangka panjang (Fathihani et al., 2026; Pramanaswari, 2025). Praktik ini mengubah perilaku konsumtif menjadi produktif melalui empat mekanisme utama:

**a. Menata ulang pola pikir penganggaran (*mental accounting*) dan menumbuhkan rasa kepemilikan.**

Sebelum berinvestasi, orang cenderung menganggap seluruh gaji atau uang saku sebagai "uang belanja". Setelah rutin menabung saham, cara pandang mereka bergeser dari konsumen pasif menjadi pemilik modal atas perusahaan-perusahaan yang produknya mereka gunakan sehari-hari (Pramanaswari, 2025; Sugiharti et al., 2025). Perubahan sudut pandang ini melahirkan kesadaran akan biaya peluang (*opportunity cost*): harga segelas kopi kekinian atau pakaian impulsif senilai lima puluh ribu hingga seratus ribu rupiah mulai dibandingkan dengan harga satu lot saham perusahaan unggulan yang bisa menghasilkan dividen di masa depan. Kesadaran ini mengerem keinginan belanja dari dalam diri sendiri tanpa perlu paksaan dari luar (Kosasih et al., 2025; Wibowo & Widianingsih, 2025).

**b. Menerapkan prinsip "bayar diri sendiri terlebih dahulu" (*pay yourself first*).**

Studi Brilianda et al. (2025) serta Fathihani et al. (2026) menegaskan bahwa kunci keberhasilan mengatur keuangan terletak pada urutan pembagian uang. Menabung saham membalik rumus keuangan lama dari *Pendapatan – Konsumsi = Tabungan* menjadi *Pendapatan – Investasi Saham = Konsumsi*. Dengan langsung memindahkan dana ke rekening saham segera setelah menerima gaji atau uang saku, saldo di rekening belanja harian otomatis berkurang. Kelangkaan dana yang sengaja diciptakan ini memaksa otak

menyesuaikan gaya hidup dengan sisa uang yang tersedia, sehingga mencegah kebocoran anggaran untuk belanja impulsif (Rahmawati et al., 2025; Wahyudi & Wartoyo, 2025).

**c. Mengganti kesenangan belanja sesaat dengan kepuasan pertumbuhan aset (*compounding effect*).**

Secara psikologis, belanja bertahan karena memicu hormon dopamin yang memberi rasa senang sementara. Menabung saham menggantikan sumber kesenangan ini dengan imbalan jangka panjang yang lebih sehat (Pramanaswari, 2025). Melihat jumlah lembar saham bertambah setiap bulan, menerima pembagian dividen tunai, dan menyaksikan nilai portofolio berkembang menciptakan rasa bangga serta aman secara finansial. Ketika seseorang merasakan bukti nyata bahwa uangnya bisa "bekerja" menghasilkan uang baru, daya tarik belanja konsumtif perlahan memudar (Nadia et al., 2026; Sugiharti et al., 2025).

**d. Memanfaatkan teknologi finansial sebagai pengunci komitmen (*commitment device*).**

Penelitian Nadia et al. (2026) membuktikan bahwa aplikasi sekuritas modern menyediakan fitur pembelian saham otomatis terjadwal (*auto-invest*) dengan modal awal yang terjangkau. Ketika proses menabung saham diatur otomatis setiap tanggal gajian atau awal bulan, aktivitas investasi tidak lagi mengandalkan niat atau suasana hati, melainkan berjalan rutin di latar belakang kehidupan finansial seseorang (Fathihani et al., 2026; Nadia et al., 2026).

**4. Determinan Kunci yang Memediasi Keberhasilan Transformasi Perilaku**

Agar kebiasaan menabung saham benar-benar mengubah karakter konsumtif dan tidak berhenti di tengah jalan, dibutuhkan empat faktor pendukung utama yang menjembatani perubahan perilaku tersebut:

**a. Literasi keuangan yang praktis dan pemahaman risiko.**

Tinjauan Arestha et al. (2024) dan Brilianda et al. (2025) mengingatkan bahwa pengetahuan teori saja tidak otomatis menghilangkan sifat konsumtif tanpa keterampilan praktis mengatur anggaran dan memahami risiko. Penabung saham pemula perlu mampu menilai kesehatan perusahaan secara sederhana dan menyadari bahwa naik-turunnya harga saham dalam jangka pendek adalah hal wajar. Tanpa pemahaman ini, pemula mudah panik menjual saham saat harga turun (*panic selling*) atau tertipu investasi ilegal, lalu kapok dan kembali ke kebiasaan konsumtif (Pramanaswari, 2025; Sugiharti et al., 2025).

**b. Pengendalian diri (*self-control*) dari tekanan sosial digital.**

Studi Wibowo dan Widianingsih (2025) mengungkap bahwa investor ritel sering kali ikut-ikutan membeli saham spekulatif karena rekomendasi pemengaruh (*finfluencer*) di media sosial akibat rasa takut tertinggal tren (*FoMO*). Membeli saham tanpa analisis karena ikut-ikutan sama berbahayanya dengan belanja impulsif. Pengendalian diri yang kuat membantu seseorang menyaring informasi secara objektif dan tetap setia pada rencana investasi jangka panjang (Irvan & Putri, 2024; Rahmawati et al., 2025; Wahyudi & Wartoyo, 2025).

**c. Konsistensi mencatat keuangan dan membentuk kebiasaan.**

Penelitian Brilianda et al. (2025) serta Wahyudi dan Wartoyo (2025) menunjukkan bahwa disiplin mencatat pemasukan dan pengeluaran harian serta memisahkan rekening kebutuhan pokok dari rekening investasi menjadi jembatan nyata antara pengetahuan dan

tindakan. Melalui evaluasi bulanan, seseorang bisa melihat langsung perbandingan antara uang yang terbuang untuk jajan dan uang yang berubah menjadi aset saham, sehingga memotivasi perbaikan anggaran pada bulan berikutnya (Nadia et al., 2026; Rahmawati et al., 2025).

**d. Dukungan ekosistem kelembagaan dan lingkungan sosial.**

Jika lingkaran pertemanan selalu membahas gawai terbaru atau tempat nongkrong mewah, tekanan untuk bersikap konsumtif akan sangat kuat (Irvan & Putri, 2024; Kosasih et al., 2025). Sebaliknya, kajian Fathihani et al. (2026) dan Saripin et al. (2025) memperlihatkan bahwa bergabung dengan komunitas pasar modal, kelompok studi investasi kampus, atau memiliki keluarga yang melek finansial akan menciptakan dorongan sosial yang positif (*positive peer pressure*) untuk berlomba-lomba membangun aset masa depan.

## 5. Sintesis Model Konseptual Tahapan Transformasi Perilaku Konsumtif ke Produktif

Berdasarkan seluruh temuan empiris di atas, proses perubahan dari pribadi konsumtif menjadi produktif melalui kebiasaan menabung saham dapat dirangkum ke dalam empat tahapan yang berkelanjutan:

**a. Fase Kesadaran Kritis dan Evaluasi Arus Kas (*Critical Awareness Phase*).**

Pada tahap ini, individu mulai menyadari bahwa gaya hidup boros membuat keuangannya rapuh, tidak memiliki dana darurat, atau terjerat utang (Hasanah & Lubis, 2025; Kosasih et al., 2025). Pemahaman dasar mengenai perbedaan barang konsumtif dan aset produktif memicu keinginan untuk mulai mengubah kebiasaan (Arestha et al., 2024; Fathihani et al., 2026).

**b. Fase Restrukturisasi Alokasi dan Komitmen Awal (*Allocation Restructuring Phase*).**

Individu membuka rekening saham melalui aplikasi sekuritas dan mulai menyisihkan persentase tertentu—misalnya 10% hingga 20% dari pendapatan—di awal bulan menggunakan prinsip pay yourself first (Brilianda et al., 2025; Nadia et al., 2026; Saripin et al., 2025). Pada fase ini, pengendalian diri sangat diuji untuk menahan godaan menarik kembali dana investasi demi belanja gaya hidup (Irvan & Putri, 2024; Rahmawati et al., 2025).

**c. Fase Pembiasaan Disiplin dan Stabilisasi Emosional (*Disciplined Habituation Phase*).**

Setelah rutin membeli saham selama beberapa kuartal hingga tahunan, individu mulai terbiasa menghadapi naik-turunnya harga pasar dan kebal terhadap godaan FoMO (Pramanaswari, 2025; Wibowo & Widianingsih, 2025). Menabung saham tidak lagi terasa seperti beban pengorbanan, melainkan rutinitas alami setiap bulan (Wahyudi & Wartoyo, 2025).

**d. Fase Internalisasi Identitas Produktif (*Productive Identity Internalization Phase*).**

Pada tahap kematangan ini, pola pikir sebagai pemilik modal telah menyatu dengan jati diri individu (Bili et al., 2026; Sugiharti et al., 2025). Penerimaan dividen dan kenaikan nilai aset mendorongnya untuk terus memperbesar porsi investasi dan menekan belanja yang tidak perlu secara sukarela. Belanja tetap dilakukan secara wajar sesuai kebutuhan dan kemampuan nyata, sementara sebagian besar kelebihan dana diputar untuk kemandirian finansial jangka panjang.

## KESIMPULAN

Transformasi perilaku konsumtif menjadi perilaku produktif melalui kebiasaan menabung saham merupakan proses penataan ulang keuangan yang menggeser fokus dari kesenangan sesaat menuju pengumpulan aset jangka panjang. Berdasarkan sintesis 15 literatur ilmiah terkini (2024–2026), rutin menyisihkan dana ke instrumen saham terbukti efektif meredam belanja impulsif melalui mekanisme menata ulang pola pikir anggaran (*mental accounting*), membayar diri sendiri terlebih dahulu (*pay yourself first*), mengganti kepuasan belanja dengan pertumbuhan portofolio, serta memanfaatkan fitur investasi otomatis. Keberhasilan perubahan ini sangat bergantung pada literasi keuangan yang praktis, pengendalian diri dari godaan *herding* dan *FoMO*, konsistensi mencatat keuangan, serta dukungan lingkungan sosial yang positif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena masih mengandalkan data sekunder dari tinjauan pustaka, sehingga belum mengukur secara langsung besaran perubahan rasio belanja dan investasi sebelum dan sesudah seseorang rutin menabung saham. Selain itu, mayoritas penelitian yang dianalisis berfokus pada mahasiswa dan anak muda perkotaan, sehingga dinamika keuangan pada pekerja sektor informal, rumah tangga, maupun masyarakat di luar wilayah perkotaan belum terwakili secara menyeluruh.

Hasil kajian ini memberikan masukan praktis bagi regulator pasar modal, Galeri Investasi BEI, dan lembaga pendidikan untuk mengarahkan edukasi keuangan tidak hanya pada pengenalan produk investasi, tetapi juga pada pelatihan pembentukan kebiasaan dan pengelolaan psikologi keuangan. Penyedia aplikasi sekuritas juga disarankan untuk terus mengoptimalkan fitur investasi berkala otomatis. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan melakukan studi lapangan jangka panjang untuk menguji langsung efektivitas model empat tahap ini pada berbagai kelompok usia dan latar belakang ekonomi.

## DAFTAR PUSTAKA

Arestha, R., Camelia, C., Wanto, F., Hendy, H., & Mutiara, M. (2024). The influence of financial literacy on the consumptive behavior of Generation Z: A systematic literature review. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen Indonesia (JEAMI)*, 2(2), 95–103. https://doi.org/10.58471/jeami.v2i02.554

Bili, Y., Gunadi, I. G. N. B., & Tahu, G. P. (2026). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi pada Generasi Z di Kota Denpasar. *Values*, 7(1), 99–120. https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/14085

Brilianda, Z., Indriasari, I., & Setyorini, N. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi dengan perilaku keuangan sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Kota Semarang. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 7612–7620. https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/3787

Fathihani, F., Randyantini, V., Saputri, I. P., Handayani, D. S., & Kusuma, D. (2026). Edukasi keuangan pelajar: Peningkatan literasi keuangan dan pengenalan investasi pada Generasi Z untuk mencapai tujuan keuangan berkelanjutan. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 6(1), 520–533. https://doi.org/10.55606/kreatif.v6i1.10634

Hasanah, U., & Lubis, H. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup hedonis terhadap pengambilan keputusan keuangan. *Psychodynamic: Jurnal Kajian Psikologi*, 2(2), 54–66. https://doi.org/10.36490/jputnd.v2i2.2136

Irvan, N., & Putri, F. F. (2024). Pengaruh pengetahuan keuangan, perilaku konsumtif, kontrol diri terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada penggemar K-Pop di Jakarta. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 250–261. https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/2082

Kosasih, E. P., Nurhidayah, F., Setyaningtyas, F. N., Syakira, N. A., Kusuma, R. A. P., & Damayanti, W. (2025). Peran literasi keuangan dalam mengendalikan perilaku konsumtif dan gaya hidup mahasiswa. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 13(1), 925–939. https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v13i1.5581

Nadia, D., Susilo, D., & Ayuningrum, A. P. (2026). Pengaruh financial behavior, financial literacy dan financial technology terhadap keputusan investasi Gen Z. *Journal of Accounting and Management's Student (JAMS)*, 3(2). https://journals.unikal.ac.id/index.php/jams/article/view/558

Prakoso, T., & Apriliani, R. (2026). Analysis of the influence of financial literacy and consumer behavior on students' investment decisions in the digital era. *Journal La Sociale*, 7(1). https://newinera.com/index.php/JournalLaSociale/article/view/5041

Pramanaswari, A. A. S. I. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan pengalaman investasi terhadap pengambilan keputusan investasi saham di Bursa Efek Indonesia. *Akubis: Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 10(1), 101–114. https://doi.org/10.37832/akubis.v10i1.83

Rahmawati, N., Hafidzi, A. H., & Izzuddin, A. (2025). Pengaruh gaya hidup hedonis, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap manajemen keuangan mahasiswa di Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan (EMAK)*, 6(3), 1–12. https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2652

Saripin, S., Kurniawan, H., & Hidayat, H. (2025). Pengaruh financial literacy dan prilaku konsumtif terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara (JICN)*, 2(4), 5043–5050. https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/4597

Sugiharti, H., Maharani, C. F., Purnamasari, I., & Mardiani, R. (2025). Determinants of investment decisions in students. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 10(1), 30–41. https://journal.unsika.ac.id/index.php/accounthink/article/view/13227

Wahyudi, C., & Wartoyo, W. (2025). Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, gaya hidup hedonisme dan kontrol diri terhadap keputusan investasi pada mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal. *Jurnal Nusa Manajemen*, 2(1), 1–18. https://doi.org/10.62237/jnm.v2i1.224

Wibowo, M. C., & Widianingsih, L. P. (2025). Behavioral biases, financial literacy and investment decision-making. *Jurnal Akuntansi Kontemporer (JAKO)*, 17(3), 251–270. https://doi.org/10.33508/jako.v17i3.7418