

Makna Digitalisasi Ekonomi terhadap Transformasi Gaya Hidup Generasi Z

(Studi Kualitatif Mahasiswa UNWIRA)

Agustina F. Wolor^{1*}, Theresia B. Rangga², Alicia J. V. Nggadas³, Yohanes P. Lian⁴

¹⁻⁴Program Studi Akuntansi, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Indonesia

Email: avrihwolor@gmail.com^{1*}, distyrrangga@gmail.com², jivannggadas9@gmail.com³,
lianyohanes81@gmail.com⁴

*Penulis korespondensi: avrihwolor@gmail.com

Abstract. *This research aims to examine the meaning of economic digitalization in the lives of Generation Z students at the Catholic University of Widya Mandira (UNWIRA), particularly in the context of lifestyle transformation. Employing a descriptive qualitative research method, the study results indicate that the majority of Gen Z students actively use digital economic services for various activities, ranging from online shopping and investment to e-wallets, and have established an integrated digital lifestyle pattern. Theoretically, this meaning is explained through three main frameworks: 1) Lifestyle Transformation Theory, which accounts for changes in lifestyle, social patterns, and the structure of individual activities due to technological development; 2) Uses and Gratifications Theory, which views students as actively utilizing digital technology to meet informational, entertainment, and social needs while simultaneously forming their identity; and 3) Symbolic Interactionism, which emphasizes that economic digitalization is interpreted through social interaction and functions as a symbol of modernity, prestige, and self-empowerment. For UNWIRA students, economic digitalization is not merely a technological phenomenon but also a representation of the process of forming a modern identity and lifestyle. The implications of these findings underscore the importance of enhancing digital and financial literacy to minimize the risk of consumerism and digital dependence.*

Keywords: *Economic Digitalization; Lifestyle; Gen Z Students; Meaning; UNWIRA.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan mengkaji pemaknaan digitalisasi ekonomi dalam kehidupan mahasiswa Generasi Z Universitas Katolik Widya Mandira (UNWIRA), khususnya dalam konteks transformasi gaya hidup. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, hasil studi menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Gen Z aktif menggunakan layanan digital ekonomi untuk berbagai aktivitas, mulai dari belanja online, investasi, hingga e-wallet, dan telah membentuk pola hidup digital yang terintegrasi. Secara teoritis, pemaknaan ini dijelaskan melalui tiga kerangka utama: 1) *Lifestyle Transformation Theory*, yang menjelaskan perubahan gaya hidup, pola sosial, dan struktur aktivitas individu akibat perkembangan teknologi; 2) *Uses and Gratifications Theory*, yang memandang mahasiswa secara aktif memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan sosial, sekaligus membentuk identitas; dan 3) *Symbolic Interactionism*, yang menekankan bahwa digitalisasi ekonomi dimaknai melalui interaksi sosial dan berfungsi sebagai simbol modernitas, prestise, dan pemberdayaan diri. Digitalisasi ekonomi bagi mahasiswa UNWIRA tidak hanya sebagai fenomena teknologi semata, tetapi juga sebagai representasi proses pembentukan identitas dan gaya hidup modern. Implikasi temuan ini menekankan pentingnya peningkatan literasi digital dan literasi keuangan untuk meminimalisir risiko konsumtif dan ketergantungan digital.

Kata Kunci: Digitalisasi Ekonomi; Gaya Hidup; Mahasiswa Gen Z; Pemaknaan; UNWIRA.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era modern telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu wujud nyata dari perkembangan tersebut adalah munculnya fenomena digitalisasi ekonomi, yang mengubah cara masyarakat dalam bertransaksi, bekerja, dan berinteraksi sosial. Menurut Oxford Dictionary (2020), digitalization diartikan sebagai proses mengubah aktivitas atau informasi menjadi format digital yang dapat diakses melalui teknologi elektronik. Sementara itu, Laudon dan

Traver (2021) menjelaskan bahwa digitalisasi ekonomi merupakan bentuk adaptasi sistem ekonomi terhadap kemajuan teknologi digital, di mana transaksi dan aktivitas ekonomi banyak dilakukan melalui platform daring (*online platform*).

Berdasarkan data *We Are Social* dan Hootsuite (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 220 juta jiwa, dengan proporsi terbesar berasal dari kelompok usia 18–25 tahun atau dikenal sebagai generasi Z. Generasi ini tumbuh dan berinteraksi di tengah lingkungan digital yang serba cepat dan terhubung. Menurut Prensky (2001), generasi Z termasuk dalam kategori digital natives, yaitu kelompok masyarakat yang sejak lahir telah akrab dengan teknologi digital dan internet sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Kondisi ini berimplikasi pada perubahan pola pikir, kebiasaan, dan gaya hidup, termasuk dalam aspek konsumsi, komunikasi, dan pembelajaran (Mohzam, Maulana Azis, Khairuddin, Anam, & Qudsi, 2025; Reni, Musnaini, & Fitriaty, 2025).

Fenomena digitalisasi ekonomi juga memengaruhi cara mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Aktivitas seperti berbelanja daring, menggunakan e-wallet, mengikuti perkuliahan melalui learning management system, hingga membangun personal branding di media sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa perubahan gaya hidup masyarakat modern banyak dipicu oleh perkembangan teknologi, karena kemudahan akses digital menciptakan pola konsumsi dan perilaku baru (Permana, Pratiwi, Sita, & Chandra, 2025).

Namun demikian, di balik berbagai kemudahan tersebut, digitalisasi juga membawa tantangan baru. Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Rahmawati (2022) dan Putra (2023), menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital yang berlebihan dapat menyebabkan perilaku konsumtif, penurunan fokus belajar, serta kecenderungan terhadap gaya hidup instan di kalangan mahasiswa. Meskipun demikian, belum banyak penelitian yang meninjau makna digitalisasi ekonomi secara mendalam terhadap transformasi gaya hidup mahasiswa, khususnya dalam konteks perguruan tinggi di Indonesia Timur seperti Universitas Katolik Widya Mandira (UNWIRA).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan melakukan kajian kualitatif terhadap pemaknaan digitalisasi ekonomi dalam kehidupan mahasiswa UNWIRA.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-interpretatif, yang bertujuan untuk menggali secara mendalam makna digitalisasi ekonomi serta bagaimana fenomena tersebut membentuk dan mentransformasi gaya hidup mahasiswa Generasi Z di Universitas Katolik Widya Mandira (UNWIRA). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami pengalaman subjektif, interpretasi personal, serta konstruksi makna yang dibentuk mahasiswa melalui interaksi mereka dengan teknologi digital. Desain deskriptif-interpretatif digunakan untuk menekankan proses pemaknaan yang muncul secara alami dari narasi, persepsi, dan pengalaman mahasiswa sehari-hari, sehingga temuan yang dihasilkan tidak hanya menggambarkan fenomena, tetapi juga menjelaskan konteks sosial dan simbolik yang melatarbelakanginya.

Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui penyebaran kuesioner terbuka, dan pengamatan terhadap pola penggunaan layanan digital oleh mahasiswa. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menafsirkan hubungan antara digitalisasi, perilaku konsumsi, interaksi sosial daring, serta dinamika nilai yang berkembang dalam lingkungan mahasiswa. Dengan demikian, metode ini memberikan ruang untuk memahami digitalisasi sebagai fenomena yang tidak sekadar teknis, tetapi juga sarat makna sosial, budaya, dan simbolik dalam kehidupan generasi muda.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Katolik Widya Mandira (UNWIRA) yang berlokasi di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Pemilihan UNWIRA sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik populasi mahasiswa yang merepresentasikan kelompok Generasi Z di kawasan Indonesia Timur, yang sedang mengalami perkembangan signifikan dalam pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas akademik maupun kehidupan sehari-hari. Selain itu, UNWIRA memiliki akses yang luas terhadap fasilitas digital seperti layanan perbankan daring, platform pembelajaran berbasis teknologi, serta keterlibatan aktif mahasiswa dalam penggunaan media sosial dan aplikasi ekonomi digital. Kondisi ini menjadikan UNWIRA sebagai konteks yang relevan untuk mengkaji makna digitalisasi ekonomi dan pengaruhnya terhadap transformasi gaya hidup mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan lingkungan kampus sebagai ruang interaksi sosial mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui platform digital yang mereka gunakan sehari-hari.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira (UNWIRA) yang termasuk dalam kategori generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997-2012 dan sedang berada dalam masa aktif menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan subjek dilakukan dengan teknik purposive sampling, yakni pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam konteks ini, subjek dipilih karena mereka memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan digital seperti e-wallet, mobile banking, e-commerce serta media sosial. Sehingga mampu memberikan data yang kaya terkait pemaknaan digitalisasi ekonomi dan dampaknya terhadap transformasi gaya hidup mahasiswa.

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian dilakukan secara sistematis dalam empat langkah utama:

Tahap Pra-Penelitian

Pada tahap ini peneliti mulai merumuskan masalah, mengkaji teori-teori yang relevan, serta melakukan studi pendahuluan mengenai fenomena digitalisasi ekonomi pada Generasi Z. Peneliti juga menentukan fokus penelitian, lokasi penelitian, serta teknik pemilihan informan yang tepat. Selain itu, peneliti menyusun pedoman wawancara dan lembar observasi sebagai instrumen pengumpulan data.

Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner penelitian.

Tahap Reduksi Data

Data yang terkumpul ditranskrip, kemudian dipilah dan diseleksi berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Peneliti mengelompokkan data ke dalam tema-tema utama, seperti: pola penggunaan aplikasi digital, persepsi mahasiswa terhadap digitalisasi ekonomi, serta perubahan gaya hidup yang muncul. Pada tahap ini, data yang tidak relevan dieliminasi agar analisis lebih terarah.

Tahap Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah direduksi disusun secara sistematis dalam bentuk uraian naratif. Penyajian ini memudahkan peneliti melihat hubungan antar kategori, pola perilaku, dan dinamika makna digitalisasi ekonomi dalam kehidupan mahasiswa.

Tahap Penarikan Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan sementara berdasarkan pola-pola temuan.

Tahap Pelaporan

Tahap akhir adalah penyusunan laporan penelitian dalam bentuk artikel ilmiah, yang memuat latar belakang, metode, temuan penelitian, serta implikasi teoretis dan praktis.

3. HASIL DAN DISKUSI

Mayoritas mahasiswa Gen Z aktif menggunakan layanan digital ekonomi untuk belanja online, jualan, investasi dan lain-lain. Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar responden menunjukkan intensitas tinggi dalam menggunakan platform digital seperti e-commerce, mobile banking, e-wallet, dan layanan digital lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak lagi dianggap sebagai tren sementara, tetapi sudah menjadi bagian dari kebutuhan hidup mahasiswa dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Fenomena ini juga menandakan adanya pergeseran cara pandang generasi muda terhadap efisiensi, kepraktisan, dan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhan. Digitalisasi ekonomi terbukti memberikan pengaruh yang substansial terhadap transformasi gaya hidup mahasiswa, sebagaimana dijelaskan dalam:

Lifestyle Transformation Theory

Menegaskan bahwa perkembangan teknologi secara langsung membentuk pola sosial, preferensi, serta struktur aktivitas individu. Dalam konteks mahasiswa UNWIRA, temuan penelitian mengindikasikan adanya pergeseran yang konsisten dari pola aktivitas konvensional menuju pola hidup yang semakin terdigitalisasi. Pergeseran ini tampak pada meningkatnya ketergantungan mahasiswa terhadap layanan digital, mulai dari aktivitas konsumsi seperti berbelanja, memesan makanan, hingga mengatur transaksi keuangan hingga aktivitas sosial dan akademik yang kini lebih banyak dilakukan melalui platform digital. Transformasi gaya hidup tersebut tidak hanya merefleksikan perubahan pada aspek perilaku, tetapi juga menunjukkan perubahan pada orientasi nilai, di mana efisiensi waktu, kemudahan akses, dan fleksibilitas dipandang sebagai aspek penting dalam mendukung ritme hidup generasi muda. Dengan demikian, digitalisasi tidak sekadar menyediakan fasilitas teknologis, tetapi membentuk paradigma baru yang membingkai cara mahasiswa memaknai produktivitas, kenyamanan, dan kualitas hidup di era modern.

Uses and Gratifications Theory

Dalam kerangka Uses and Gratifications Theory, mahasiswa bukan hanya menjadi objek yang dipengaruhi oleh media sosial, tetapi juga aktor aktif yang secara sadar menggunakan media digital untuk memenuhi kebutuhan tertentu baik kebutuhan informasi, hiburan, koneksi sosial, maupun pembentukan identitas diri. Temuan penelitian menunjukkan

bahwa mahasiswa UNWIRA memanfaatkan media sosial sebagai ruang untuk mencari rekomendasi produk, mengikuti tren gaya hidup, serta menilai kredibilitas suatu layanan digital sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai mediator yang memperkuat transformasi gaya hidup yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya, sekaligus menjadi saluran yang mengarahkan preferensi konsumsi mahasiswa secara lebih terstruktur. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi juga memperluas eksposur mahasiswa terhadap konten komersial, yang pada akhirnya berkontribusi pada meningkatnya minat terhadap layanan ekonomi digital maupun barang-barang konsumtif lainnya.

Dari penjelasan kedua teori diatas, dapat disimpulkan bahwa, *Lifestyle Transformation Theory* menekankan bahwa perubahan teknologi secara inheren mendorong perubahan pola hidup, maka *Uses and Gratifications Theory* menekankan bagaimana individu secara aktif memanfaatkan teknologi tersebut sesuai dengan kebutuhan dan motivasi personal. Keduanya memiliki titik temu dalam menjelaskan bahwa transformasi gaya hidup mahasiswa tidak terjadi secara kebetulan, tetapi merupakan hasil interaksi antara perkembangan teknologi dan kebutuhan psikologis maupun sosial individu. Namun, terdapat perbedaan fundamental: *Lifestyle Transformation Theory* melihat perubahan sebagai fenomena struktural yang bersifat top-down, sedangkan *Uses and Gratifications Theory* memandang perubahan sebagai proses bottom-up, di mana mahasiswa secara selektif menggunakan media digital untuk tujuan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, kedua teori tersebut bekerja secara komplementer teknologi digital menyediakan fasilitas dan ruang baru, sementara mahasiswa memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan yang kemudian membentuk pola konsumsi, preferensi gaya hidup, dan cara mereka memaknai digitalisasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari.

Symbolic Interactionism Theory

Dalam perspektif *Symbolic Interactionism*, digitalisasi ekonomi tidak hanya dipahami sebagai kumpulan teknologi atau alat transaksi, tetapi sebagai rangkaian simbol, makna, dan interpretasi sosial yang dibangun melalui interaksi mahasiswa dengan lingkungan digitalnya. George Herbert Mead dan Herbert Blumer menegaskan bahwa makna tidak melekat pada objek atau teknologi itu sendiri, melainkan dihasilkan melalui proses interpretatif yang berlangsung secara terus-menerus dalam interaksi sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa UNWIRA memaknai layanan digital seperti e-wallet, e-commerce, aplikasi perbankan mobile, dan platform media sosial sebagai representasi dari modernitas, efisiensi, dan kemandirian. Makna ini muncul bukan semata-mata karena fitur teknologi tersebut, tetapi karena pengalaman kolektif mahasiswa ketika menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari,

termasuk saat bertransaksi, menerima rekomendasi dari teman sebaya, atau berinteraksi dengan konten digital yang menampilkan gaya hidup tertentu. Dengan demikian, digitalisasi ekonomi bagi mahasiswa bukan hanya fenomena teknis, tetapi juga konstruksi sosial yang membentuk cara mereka memahami kenyamanan, prestise, bahkan identitas diri dalam dunia yang semakin terdigitalisasi.

Integrasi dengan temuan dalam penelitian diketahui melalui kerangka interaksionisme simbolik ini, dapat dipahami bahwa transformasi gaya hidup mahasiswa tidak hanya disebabkan oleh hadirnya teknologi baru, tetapi oleh makna-makna yang mereka berikan terhadap penggunaan teknologi tersebut. Misalnya, penggunaan e-wallet tidak semata dilakukan karena kepraktisan, tetapi juga karena dianggap “lebih modern”, “lebih hemat waktu”, atau “lebih sesuai dengan gaya hidup generasi digital”. Interaksi mereka dalam komunitas digital memperkuat makna tersebut, sehingga teknologi pada akhirnya berperan sebagai simbol sosial yang menandai identitas generasi muda. Pandangan ini melengkapi teori sebelumnya *Lifestyle Transformation Theory* dan *Uses and Gratifications Theory* dengan menjelaskan bahwa transformasi gaya hidup dan motivasi penggunaan teknologi selalu terkait dengan proses penafsiran simbolik yang dilakukan individu dalam konteks sosialnya.

Digitalisasi ekonomi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kehidupan mahasiswa, terutama dalam hal peningkatan efisiensi, kemudahan akses layanan, serta fleksibilitas dalam pengelolaan aktivitas sehari-hari. Sejalan dengan pendapat Tapscott (2009) yang menyatakan bahwa generasi digital memperoleh keuntungan dari teknologi melalui percepatan proses kerja dan pengambilan keputusan yang lebih informasional, mahasiswa UNWIRA dalam penelitian ini menunjukkan peningkatan produktivitas melalui penggunaan layanan digital seperti e-wallet, aplikasi perbankan, dan platform belanja daring. Selain itu, penelitian Davis (1989) mengenai *Technology Acceptance Model* juga mendukung temuan ini, di mana persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk mengadopsi teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Digitalisasi juga memperluas akses mahasiswa terhadap peluang ekonomi, seperti kerja lepas berbasis platform, kegiatan jual-beli online, dan partisipasi dalam ekonomi kreatif.

Namun, digitalisasi ekonomi juga membawa tantangan yang tidak dapat diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah meningkatnya perilaku konsumtif akibat paparan konten digital yang intens, sebagaimana diungkapkan oleh Bauman (2007) bahwa masyarakat modern cenderung terdorong pada pola konsumsi instan akibat budaya digital yang berorientasi pada kecepatan dan imediasi. Mahasiswa UNWIRA yang menjadi responden penelitian mengakui

kecenderungan berbelanja impulsif, terutama ketika terpapar promosi, rekomendasi influencer, dan kampanye diskon yang agresif di media sosial. Di sisi lain, penelitian Prensky (2001) tentang digital natives menunjukkan bahwa generasi muda memiliki kecenderungan kuat untuk bergantung pada teknologi, yang dapat berujung pada penurunan kemampuan kontrol diri serta meningkatnya stres digital. Tantangan lain yang teridentifikasi adalah rendahnya literasi keuangan digital, sehingga mahasiswa sering kali tidak memiliki kemampuan untuk membedakan kebutuhan dan keinginan saat bertransaksi secara daring. Dengan demikian, meskipun digitalisasi memberikan peluang besar bagi mahasiswa, diperlukan pendekatan edukatif dan kebijakan literasi digital yang lebih kuat agar pemanfaatan teknologi dapat berjalan secara sehat, produktif, dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi ekonomi telah membentuk pola hidup mahasiswa UNWIRA melalui interaksi yang kompleks antara teknologi, motivasi personal, konstruksi makna, serta dinamika sosial yang berkembang dalam lingkungan digital. Transformasi gaya hidup yang dijelaskan melalui *Lifestyle Transformation Theory* memperlihatkan bahwa hadirnya teknologi digital tidak hanya mengubah cara mahasiswa memenuhi kebutuhan, tetapi juga mengonstruksi ulang orientasi nilai mereka terhadap efisiensi, kenyamanan, dan mobilitas sosial. Sementara itu, *Uses and Gratifications Theory* menegaskan bahwa mahasiswa secara aktif menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan pembentukan identitas, sehingga memperkuat pergeseran pola konsumsi menuju ruang digital. Perspektif *Symbolic Interactionism* kemudian menambahkan pemahaman bahwa teknologi tidak hanya berfungsi secara instrumental, tetapi juga memuat simbol dan makna yang dibentuk melalui pengalaman dan interaksi sosial mahasiswa; digitalisasi dipersepsikan sebagai representasi modernitas, prestise, dan keberdayaan diri (Puteri, Syarifah, & Arlina, 2025).

Sintesis dari ketiga teori tersebut memperlihatkan bahwa makna digitalisasi ekonomi bagi mahasiswa tidak dapat dipahami secara tunggal, melainkan sebagai hasil dari integrasi faktor struktural, motivasional, dan simbolik yang saling mempengaruhi. Implikasi dari temuan ini mengarah pada pentingnya penguatan literasi digital dan literasi keuangan di kalangan mahasiswa agar mereka mampu memanfaatkan teknologi secara optimal tanpa terjebak pada risiko konsumtif atau ketergantungan digital yang berlebihan. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkuat pemahaman bahwa digitalisasi bukan sekadar fenomena teknologi, tetapi bagian dari proses sosial yang membentuk identitas generasi muda dan mempengaruhi cara mereka menavigasi kehidupan dalam ekonomi modern. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi institusi pendidikan, pembuat

kebijakan, dan peneliti selanjutnya dalam merumuskan program-program yang berorientasi pada pemanfaatan teknologi secara sehat, kritis, dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Digitalisasi ekonomi tidak dapat dipahami secara tunggal melainkan sebagai sebuah proses transformatif yang membentuk makna kompleks bagi mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira (UNWIRA), yang merefleksikan pergeseran paradigma hidup modern dan identitas diri terdigitalisasi.

Digitalisasi ekonomi, yang dimediasi oleh platform digital (e-commerce, e-wallet, mobile banking), secara langsung telah mengubah struktur aktivitas sosial dan preferensi gaya hidup mahasiswa UNWIRA. Hal ini ditandai dengan, pergeseran orientasi nilai, penekanan pada efisiensi, kepraktisan, kenyamanan, dan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Aktivitas konsumtif, konsistensi dalam aktivitas konvensional-menuju-digital, mulai dari berbelanja daring hingga mengatur transaksi keuangan. Pembentukan identitas, teknologi digital tidak hanya merefleksikan, tetapi juga aktif membentuk gaya hidup dan identitas, yang berpotensi melahirkan generasi yang sangat terdigitalisasi (digital native). Mahasiswa UNWIRA berperan sebagai subjek aktif yang memanfaatkan media dan platform digital untuk memenuhi berbagai kebutuhan fungsional dan psikologis, bukan sekadar objek pasif yang menerima informasi. Media digital digunakan sebagai solusi praktis untuk kebutuhan hiburan, komunikasi, sosial, dan ekonomi. Platform digital berfungsi sebagai moderator yang memperkuat rekomendasi produk (melalui endorsement atau iklan) serta menjadi saluran penting yang memengaruhi preferensi dan keputusan konsumsi mahasiswa.

Digitalisasi ekonomi dimaknai sebagai simbol yang terintegrasi dalam interaksi sosial dan membentuk identitas diri. Penggunaan teknologi (smartphone, e-wallet, platform belanja) menjadi simbol representasi modernitas, efisiensi, dan prestise atau pemberdayaan diri dalam ranah sosial. Namun, terdapat risiko implisit yang perlu diwaspadai, yaitu potensi perilaku konsumtif yang berlebihan atau ketergantungan digital yang dapat menjebak dalam risiko keuangan jika tidak dibarengi dengan literasi keuangan digital dan literasi teknologi yang memadai.

Secara keseluruhan, digitalisasi ekonomi di UNWIRA merupakan fenomena interaksional dan transformatif yang menuntut mahasiswa untuk memiliki kecakapan literasi digital dan keuangan yang kritis. Hal ini penting agar mereka dapat mengambil manfaat optimal dari teknologi tanpa terjebak dalam jebakan perilaku konsumtif yang didorong oleh digital natives dan tuntutan era ekonomi modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Agista Hermalia Puteri, Nabila Syarifah, & Azura Septin Arlina. (2025). Peluang & Tantangan Digitalisasi Ekonomi Syariah di Indonesia dalam Era Ekonomi Digital. *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 3(3), 295–310. <https://doi.org/10.61132/santri.v3i3.1654>
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Erwin Permana, Endah Pratiwi, Salsabila Nadia Nabila Sita, & Yanita Ella Nilla Chandra. (2025). Analisis Strategi Komunitas Lyfe With Less dalam Mempromosikan Kampanye #Salingsilang terhadap Gaya Hidup Berkelanjutan di Era Media Sosial. *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 331–349. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v3i2.1455>
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, and society*. Pearson.
- Lina Mustika Reni, Musnaini Musnaini, & Fitriaty Fitriaty. (2025). Peran Digital Marketing Tiktok dan Elektronik Word of Mouth dalam Keputusan Pembelian Fashion pada Gen Z Wanita. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 2(1), 171–184. <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i1.878>
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. University of Chicago Press.
- Moh Hamzah, Adi Yasin Maulana Azis, Imam Khairuddin, Syaiful Anam, & Zainul Qudsi. (2025). Digitalisasi Ekonomi : Peranan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(1), 231–239. <https://doi.org/10.61132/menawan.v3i1.1223>
- Oxford Dictionary. (2020). *Definition of digitalization*. Oxford University Press.
- Prabowo, D. R. G., & Pristiana, U. (2025). Pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna dan kepuasan pelanggan terhadap perilaku pengguna aplikasi e-commerce pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 3(1), 116–127. <https://doi.org/10.61132/santri.v3i1.1243>
- Putra, A. (2023). Dampak digitalisasi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(2), 134–145.
- Rahmawati, D. (2022). Gaya hidup mahasiswa di era digitalisasi ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 201–212.

- Rubin, A. M. (2009). Uses-and-gratifications perspective on media effects. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 165–184). Routledge.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. McGraw-Hill.