

## INTISARI

Kondisi pandemi cenderung memunculkan kesulitan ekonomi bagi mahasiswa. Namun di saat yang bersamaan, penggunaan *e-marketplace* selama pandemi ini justru membuat mahasiswa beresiko melakukan pembelian impulsif ketikaberbelanja daring. Efek kontradiksi tersebutpun secara lebih lanjut membuat perubahan sedemikian rupa dalam manajemen keuangan mahasiswa terutama terkait pemasukan dan pengeluarannya. Untuk menangkap pola perubahan tersebut, maka penelitian ini difokuskan untuk mengkaji pengaruh kondisi pandemi dan latar belakang (kondisi mahasiswa) terhadap pola manajemen keuangan mahasiswa, sekaligus pengaruh *e-marketplace* dan pandemi terhadap pola pembelian impulsif mahasiswa. Selanjutnya, metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah wawancara terstruktur, observasi partisipatif, serta kajian literatur, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan paradigma *actor-oriented* serta model analisis interaktif. Kemudian hasil penelitianpun menunjukkan kalau latar belakang mahasiswa seperti status ekonomi, jenis kelamin, program studi, serta pendidikan terakhir orang tua akan mempengaruhi kualitas dari pemahaman nilai keuangan mahasiswa, perilaku berhutang (kredit) dan berinvestasi, alokasi pengeluaran, serta strategi menghadapi kesulitan ekonomi. Sedangkan untuk pandemi sendiri berpengaruh terhadap meningkatnya pemahaman mahasiswa akan nilai keuangan, menurunkan jumlah tabungan informan, menghemat pengeluaran terhadap kebutuhan pokok dan mengalihkannya untuk keperluan tak terduga, hingga memaksa informan untuk lebih sering berhemat sekaligus melakukan aktivitas menambah pemasukan. Di sisi lain, informan dengan kecenderungan impulsif cenderung terpengaruh oleh minimal dua faktor di antara tiga faktor pendorong perilaku impulsif yakni keberadaan *e-marketplace*, paparan iklan, dan karakter pertemanan. Sebelum pandemi sendiri diketahui bahwa ketiganya memiliki porsi pengaruh yang sama, sedangkan selama pandemi ini diketahui hanya *e-marketplace* saja yang menjadi faktor dominan dalam mendorong para informan untuk lebih impulsif lagi.

**Kata Kunci :** *E-Marketplace*, Pandemi, Manajemen Keuangan Mahasiswa, Pembelian Impulsif, Antropologi Ekonomi, Konsumsi dan Gaya Hidup

### **ABSTRACT**

Pandemic condition tend to emerge economic difficulty for students. But in the same time, usage of e-marketplace during pandemic increase risk for students to impulsive buying while doing online shopping. That contradictive effect continuously make massive changes of student's financial management mostly both income and outcome. To describe that changes pattern, therefore focus of this research to examine effect of pandemic and student background for financial management pattern. Also impact of e-marketplace and pandemic for student's impulsive buying pattern. Then, research method are usage in this undergraduate thesis is structural interview, participatory observation, and literature review. Then analyzed with actor oriented paradigm and interactive analysis model. After that, research result show student background like economical status, gender, major, and parent's last education can affect quality of understanding value for money, debt behavior (Credit) and investment, expenditure allocation, and strategy to deal with economic crisis. While pandemic also can affect increased understanding value for money, decreased savings amount, saves expenses from basic need for unexpected need, and force informant to save more often also carry out income-generating activities. The other side, impulsive students tend to influence of minimum two factor from three factor trigger impulsive buying such as existence of e- marketplace, advertisement exposure, and friendship characters. Before pandemic, knows that the third have same portion, however during this pandemic just e- marketplace that became dominant factor in stimulate student to more impulsive.

**Keywords :** e-marketplace, pandemic, student's financial management, impulsive buying, economical anthropology, consumption and lifestyle