

**PENGARUH PEMAHAMAN LITERASI EKONOMI TERHADAP TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNPAS (Survei pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 dan 2021 FKIP UNPAS)**

<sup>1</sup>S. Marten Yogaswara, <sup>2</sup>Aini Kusniawati, <sup>3</sup>Yudho Ramafrizal S  
<sup>1</sup>Universitas Pasundan, <sup>2</sup> Universitas Galuh, <sup>3</sup>Universitas Pasundan  
[1martenyogaswar@unpas.ac.id](mailto:martenyogaswar@unpas.ac.id) , [2ainikusniawati@unigal.ac.id](mailto:ainikusniawati@unigal.ac.id) ,  
[3yudhoramafrizal@unpas.ac.id](mailto:yudhoramafrizal@unpas.ac.id)

**ABSTRACT**

*The title of this study is the effect of understanding economic literacy on the level of consumptive behavior of Unpas economics students. This study aims to determine the effect of economic literacy on the level of consumptive behavior of Pasundan University economic education students. The research method used is a quantitative method with a survey approach to Pasundan University economics education students batch 2020 and 2021. Based on the results of the research it shows that economic literacy has a significant impact on student buying behavior. Based on the results of hypothesis testing, there is an effect of economic literacy on consumptive behavior in 48.7% of cases, while the remaining 51.3% is influenced by other factors not examined by researchers.*

*Keywords : Economic literacy, student consumptive behavior*

**ABSTRAK**

Judul penelitian ini adalah pengaruh pemahaman literasi ekonomi terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Unpas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi universitas pasundan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survey pada mahasiswa pendidikan ekonomi universitas pasundan angkatan 2020 dan 2021. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pembelian mahasiswa. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada 48,7% kasus, sedangkan sisanya 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Kata Kunci : Literasi ekonomi, perilaku konsumtif Mahasiswa

**PENDAHULUAN**

Di sebagian besar negara berkembang, sebagian besar pengeluaran digunakan untuk pembangunan infrastruktur, yang mencakup pembiayaan program sosial seperti pendidikan, perawatan kesehatan, dan lainnya yang pendanaannya didasarkan pada kemampuan membayar. Pembangunan infrastruktur juga mencakup energi dan pertahanan, produksi yang tidak dapat dilakukan oleh sector swasta yaitu barang publik murni. (Syamsi dalam Fadilah, 2019, hlm. 17). Hal ini juga berkaitan dengan terbatasnya kapasitas negara untuk menaikkan pajak guna mendukung peningkatan pengeluaran pemerintah, yang berkontribusi pada ketidakseimbangan fiskal negara-negara berkembang. Pertumbuhan konsumsi domestik yang kuat, menjaga Indonesia tetap pada jalurnya dalam menghadapi prospek ekonomi global yang tidak pasti. Dikatakannya, sebagian besar masyarakat Indonesia adalah konsumtif dan menikmati pengalaman baru. Mereka juga mengasosiasikan sebagian uang mereka dengan membeli barang-barang baru yang trendi. Sementara di negara lain hanya ditopang oleh kinerja ekspor dan pengeluaran pemerintah, di Indonesia menonjol pada konsumsi rumah tangga atau konsumsi

kosmetik, dimana masyarakat Indonesia memiliki daya beli yang tinggi (<https://www.jpnn.com>).

Kebiasaan dan gaya hidup masyarakat dalam berbelanja telah berubah dengan cepat sebagai akibat dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kebiasaan konsumsi masyarakat saat ini semakin berubah dan semakin bervariasi, meliputi segala hal mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan pelengkap. Siapa pun yang memiliki sarana untuk membeli barang dapat terlibat dalam kegiatan konsumsi. Konsumen akan menghabiskan uang mereka untuk kebutuhan seperti makanan, pakaian, perumahan, kesehatan, dan pendidikan. Namun, jika kita melihat situasi kontemporer, kita menemukan bahwa konsumsi masyarakat telah bergeser dari sekadar memenuhi kebutuhan dan menjadi cara untuk menyalurkan hobi dan, khususnya, mobilitas sosial vertikal melalui penggunaan komoditas pendukung. Ini mungkin memiliki peran dalam pengembangan perilaku kompulsif. Konsumsi yang berlebihan dapat dipicu oleh penawaran yang diberikan oleh produsen atau penjual dengan berbagai promosi yang menggiurkan selain disebabkan oleh variabel-variabel tersebut. Mayoritas kebiasaan konsumsi masyarakat Indonesia telah berubah akibat era globalisasi. Di kota-kota besar, pengaruh globalisasi terlihat jelas. Pertumbuhan pusat perbelanjaan dan ketersediaan berbagai barang dan jasa telah meningkatkan dampak globalisasi. Ini menunjukkan betapa sederhananya menemukan berbagai hal dan betapa nyamannya tempat-tempat lain.

Indonesia termasuk dalam kawasan Maritim Asia Tenggara dan memiliki tingkat konsumsi yang lebih besar dibandingkan negara ASEAN lainnya termasuk Brunei Darussalam, Filipina, Malaysia, dan Singapura, menurut Mulya (2019, hlm. 7). Karena hal ini telah terjadi selama empat tahun berturut-turut, dari tahun 2013 hingga 2017, perilaku konsumen Indonesia tertentu dapat dikatakan aktif dalam hal membeli produk dan jasa.

Berdasarkan hasil observasi awal yaitu dengan wawancara dari beberapa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan menunjukkan bahwa mahasiswa melakukan pembelian bukan hanya didasari oleh kepentingan tetapi karena kemauan baik dari segi makanan maupun fashion, adapun faktor dari area sekitar dan penempatan utama kampus di tengah perkotaan menimbulkan mahasiswa berperilaku konsumtif dalam membeli suatu barang. Mahasiswa percaya bahwa mereka sudah memahami dasar-dasar ekonomi karena mereka telah menggunakannya di kelas, tetapi tidak selalu demikian mahasiswa ini masih belum menerapkan ilmu ekonomi tersebut di kehidupan sehari-hari bagaimana cara mengelola keuangan dengan baik sehingga perilaku konsumtif tidak terjadi.

Sembiring dalam Nurachma & Arief, (2017, hlm. 4) mengartikan konsumtif sebagai berikut:

Konsumtif yaitu pengeluaran yang boros atau berlebihan yang menempatkan keinginan di atas persyaratan dan tidak memiliki skala prioritas atau mungkin dipandang sebagai gaya hidup mewah. Dalam arti lain, konsumen tidak lagi peduli dengan status barang tersebut. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku yang tidak lagi didasarkan pada alasan yang masuk akal, melainkan pada dorongan yang tidak rasional. Perilaku konsumtif terikat pada seseorang ketika individu memperoleh produk di atas kebutuhan realistiknya, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada elemen kebutuhan tetapi pada faktor keinginan.

Sumartono dalam (Syarifudin, 2018, hlm. 10) berpendapat bahwa perilaku konsumsi begitu lazim di kalangan remaja karena, secara psikologis, remaja masih membangun identitas mereka dan sangat rentan terhadap pengaruh luar. Kelompok usia remaja adalah yang paling konsumtif.

Meningkatkan literasi ekonomi merupakan salah satu pilihan yang tersedia dalam suatu pilihan, serta sesuai dengan bakatnya. Pengambilan keputusan keuangan yang memerlukan literasi ekonomi, yaitu informasi, keterampilan, dan keyakinan yang berdampak pada sikap dan perilaku dalam rangka meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai tujuan tertentu. (Otoritas Jasa Keuangan, 2017, hlm. 77). Dalam hal ini, pendidikan memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. (Solihat & Arnasik, 2018, hlm. 1). Menurut Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, seseorang dapat meningkatkan kemampuannya dalam berbagai bidang untuk meningkatkan kualitas dirinya, salah satunya adalah kemampuan membaca, yaitu:

Pendidikan nasional berfungsi membentuk kapasitas, watak, dan peradaban suatu bangsa dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Bercita-cita membantu peserta didik mewujudkan potensi dirinya sebagai manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, dan mandiri, serta menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab. Tentu saja, ada beberapa metode yang terlibat dalam mencapai tujuan pendidikan ini. Menurut polling yang dilakukan OJK, Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan mengembangkan kemampuan literasi ekonomi anak sehingga mereka dapat berpikir kritis dan membuat penilaian yang matang. Literasi keuangan masih rendah, dan pengetahuan individu dirasa kurang efektif.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ Pengaruh Pemahaman Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNPAS “(Survei pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNPAS)”

## **LANDASAN TEORI**

### **1. Pengertian Literasi Ekonomi**

Setiap manusia memiliki keinginan yang hampir tak terbatas untuk menikmati berbagai bentuk komoditas dan jasa yang mungkin sesuai dengan tuntutan yang beragam. Manusia, sebagai hewan ekonomi dengan sifat fundamental, tidak pernah puas dengan apa yang mereka miliki dan ingin terus memenuhi tuntutan mereka, namun instrumen untuk melakukannya pada umumnya terbatas atau langka. Akibatnya, pendidikan diperlukan untuk mengatasi kesulitan ekonomi tersebut.

Wulandari dalam Thorir, dkk (2016, hlm. 153) mengatakan “Literasi ekonomi adalah keterampilan hidup yang harus dimiliki setiap orang untuk membuat penilaian ekonomi yang baik. Akibatnya, literasi ekonomi dapat diterapkan pada situasi individu dan rumah tangga”.

Menurut Mathews dalam Aslamiah (2019, hlm. 43) menjelaskan bahwa “Kemampuan untuk memahami atau menggunakan prinsip-prinsip ekonomi dan metode berpikir ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan disebut sebagai literasi ekonomi”. Sedangkan menurut Jappelli dalam Solihat & Arnasik (2018, hlm. 10) Secara teori, literasi ekonomi adalah alat untuk mencapai tujuan; namun, dalam praktiknya, tidak semua orang memiliki tingkat literasi ekonomi yang tinggi, sehingga mengurangi kesempatan untuk sejahtera. Menjadi pengelola sumber daya keuangan yang bijak untuk mencapai kemakmuran adalah salah satu tandanya.

Dari pengertian di atas, maka bisa diambil kesimpulan bahwa literasi ekonomi adalah ilmu atau pengetahuan serta kemampuan seseorang untuk menggunakan ide-ide fundamental ekonomi dan pemikiran kritis dalam membuat

penilaian sehingga mereka lebih bijaksana dalam mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan ekonomi. penerapan gagasan ekonomi, kesejahteraan hidup.

Indikator untuk mengukur literasi ekonomi menurut Juliana dalam Kusniawati & Kurniawan (2016, hlm. 3) yaitu orang yang memahami kebutuhan, kelangkaan, konsep ekonomi, alasan ekonomi, dan motif konsumsi. Indikator literasi ekonomi dijelaskan sebagai berikut:

1) Pemahaman terhadap kebutuhan

Ismayanti (2021, hlm. 13) menegaskan bahwa derajat yang berbeda dari keinginan untuk produk dan jasa terpenuhi dalam dunia ekonomi. Level-level ini mengambil bentuk persyaratan dan keinginan. Mengutamakan keinginan terhadap penyediaan barang dan jasa yang dirasa kurang. Kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, oleh karena itu lebih merupakan tambahan setelah dipuaskan dan tidak menuntut perhatian segera.

2) Pemahaman terhadap kelangkaan

Bagaimana seseorang dapat memenuhi banyak, persyaratan yang beragam dengan sedikit sumber daya adalah apa yang dimaksud dengan kelangkaan. Literasi ekonomi mungkin sangat membantu dalam mengatasi masalah kelangkaan karena membantu kita mencapai keseimbangan antara keinginan kita yang tak ada batas dan sumber daya kita yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan kita. (Ismayanti, 2021, hlm. 14).

3) Pemahaman terhadap prinsip ekonomi

Ismayanti (2021, hlm. 14) menyatakan bahwa ada tiga kategori prinsip ekonomi yang berbeda: prinsip ekonomi penjual, prinsip ekonomi produsen, dan prinsip ekonomi konsumen. Setiap transaksi dalam kehidupan sehari-hari melibatkan konsep ekonomi; karenanya, penting untuk memahami prinsip-prinsip ini untuk membuat penilaian yang logis dan benar.

4) Pemahaman terhadap motif ekonomi

Motivasi ekonomi adalah pembenaran, bujukan, dan upaya yang dilakukan seseorang untuk melakukan tindakan ekonomi. Masing masing orang mempunyai kebutuhan untuk memenuhi keinginannya semaksimal mungkin sesuai dengan preferensinya. Aspirasi tersebut harus dipenuhi melalui langkah-langkah dalam bentuk tindakan. Tindakan ekonomi ialah yang dilakukan setiap orang untuk melengkapi keinginan mereka. Akibat kebutuhan yang kuat untuk menuntut tindakan ekonomi, maka kegiatan seseorang harus memiliki motivasi yang jelas. (Ismayanti, 2021, hlm. 14).

5) Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi

Ismayanti (2021, hlm. 15) menyatakan bahwa tindakan mengkonsumsi adalah salah satu yang berusaha untuk menurunkan atau menurunkan nilai barang atau jasa untuk memuaskan keinginan. Setiap orang memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi, seperti halnya masyarakat pada umumnya. Pola konsumsi adalah kecenderungan untuk mengkonsumsi. pola konsumsi yang menjelaskan keputusan seseorang tentang bagaimana memanfaatkan waktu dan uangnya dengan bijak.

2. Perilaku Konsumtif

Seorang konsumen akan sering terlibat dalam perilaku konsumtif saat terlibat dalam kegiatan berbasis tidak dibutuhkan. Wahyudi (2013, hlm. 30) Dengan demikian, perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku yang tidak lagi dimotivasi oleh pertimbangan rasional, kecenderungan materialistis, keinginan yang kuat untuk barang mewah dan boros, penggunaan barang-barang mahal, atau keinginan untuk memuaskan hasrat.

Astuti (2013, hlm. 150) Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak berlebihan, mengutamakan keinginan di atas kebutuhan, dan melakukan pembelian impulsif. Menurut definisi tersebut, jelas bahwa perilaku

konsumtif adalah pola konsumsi yang sehat, dimana konsumen tidak membeli kebutuhan, yang dapat mengakibatkan konsumen tidak logis.

Perilaku konsumtif adalah ketika keinginan untuk membeli barang tidak diperlukan untuk mencapai pemenuhan pribadi (Kompas, 2014). Pada kenyataannya, tidak semua aktivitas pembelian harian dipikirkan dengan matang. Tujuan berbelanja sebagai aktivitas konsumsi telah berubah akhir-akhir ini. Dahulu, berbelanja hanya dilakukan untuk membeli kebutuhan hidup, namun saat ini juga telah menjadi gaya hidup, dan dapat digunakan untuk menunjukkan status sosial seseorang selain sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan dasar. Gaya pembelian yang lebih impulsif juga diharapkan dapat muncul setiap saat, misalnya ketika keinginan untuk membeli begitu besar sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

Dari beberapa sudut pandang di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen yang melakukan perilaku konsumtif cenderung lebih memfokuskan keputusan pembelian dan konsumsinya pada keinginan daripada kebutuhan daripada kebutuhan dan pertimbangan yang wajar.

Menurut Mangkunegara dalam Fithri (2018, hlm. 18) mengatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

1) Faktor Eksternal/Lingkungan

Latar tempat ia dilahirkan dan dibesarkan berdampak pada kebiasaan konsumsinya. Budaya, kelas sosial ekonomi, kelompok sosial, dan keluarga adalah contoh pengaruh eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumsi.

a) Kebudayaan

Kebudayaan dapat digambarkan sebagai hasil dari kecerdikan manusia yang diturunkan dari generasi ke generasi, yang secara substansial mempengaruhi perilaku seseorang dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat. Budaya adalah pengaruh yang paling mendasar dan diinginkan dari perilaku manusia.

b) Kelas Sosial

Masyarakat Indonesia terbagi menjadi tiga kelas: kelas atas, menengah, dan bawah. Perilaku konsumtif akan berbeda di antara kelompok-kelompok sosial dalam hal perilaku konsumtif.

c) Keluarga

Sangat penting dalam perilaku pembelian karena keluarga mempengaruhi pembelian banyak hal. Selain itu, keluarga mungkin merupakan unit komunal, yang dicirikan oleh perilakunya, yang sangat memengaruhi dan mendikte keputusan pembelian.

2) Faktor Internal

Dua komponen elemen internal ini adalah variabel psikologis dan pertimbangan pribadi.

a) Beberapa factor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu:

o Motivasi

Ketika seseorang sangat termotivasi untuk membeli suatu barang dan jasa, mereka cenderung melakukannya tanpa mempertimbangkan pertimbangan yang masuk akal.

o Persepsi

Motivasi dan persepsi saling terkait erat. Dengan perspektif positif, individu akan lebih termotivasi untuk mengambil tindakan, yang mengarahkan mereka untuk membuat keputusan yang bijaksana.

o Sikap pendirian dan kepercayaan

Dengan adanya seseorang membangun keyakinan ataupun kepercayaan melalui melakukan dan belajar. Kepercayaan yang berlebihan dapat menyebabkan perilaku konsumtif terhadap pemasok yang tidak stabil.

b) Aspek pribadi membuat pembelian menjadi sulit karena kualitas pribadi, yaitu:

- Usia  
Remaja cenderung berperilaku lebih konsumtif daripada orang dewasa karena mereka mudah terpengaruh oleh iklan, teman sebaya, harapan yang berlebihan, dan boros dengan uang mereka.
- Pekerjaan  
Pekerjaan dapat mempengaruhi kebiasaan konsumsi seseorang. Orang dengan berbagai pekerjaan akan memiliki persyaratan yang bervariasi. Untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaan, seseorang mungkin berperilaku konsumtif.
- Keadaan Ekonomi  
Orang dengan banyak uang lebih cenderung membelanjakannya untuk barang-barang, sementara orang dengan sedikit uang lebih cenderung berhemat.
- Kepribadian  
Kepribadian dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang, dan konsumerisme dapat terlihat pada tipe kepribadian tersebut.
- Jenis Kelamin  
Gaya hidup seseorang dapat dipengaruhi oleh kepribadian, dan konsumerisme dapat terlihat pada tipe kepribadian tersebut.

### **HIPOTESIS**

Pengertian hipotesis menurut sugiyono (2010, hlmn 96), “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan”. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Pasundan.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:203), menyebutkan bahwa “metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Adapun metode kuantitatif menurut Sugiyono (2018, hlm. 8) mengatakan “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Berdasarkan penjelasan diatas penelitian ini menggunakan penelitian non-eksperimen dengan metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menentukan populasi yang akan diteliti dengan Teknik pemngambilan data secara random.

#### **Subjek Dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah mahasiswa pendidikan ekonomi universitas pasundan angkatan 2020 dan 2021 . Adapun dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah perilaku konsumtif (Y) mahasiswa pendidikan ekonomi universitas Pasundan. Adapun variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah pemahaman literasi ekonomi (X).

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan angket yang akan disebarakan kepada mahasiswa pendidikan ekonomi universitas pasundan.

#### **Analisis Data**

Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis terhadap data penelitian. Adapun langkah analisis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas
2. Uji Regresi Linier Sederhana
3. Uji Koefisien Determinasi

## HASIL PENELITIAN

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk apakah data terdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan grafik. Normal tidaknya data dapat dideteksi juga level plot grafik histogram. Uji normalitas dengan menggunakan alat uji analisis metode Kolmogorov Smirnov. Berikut tabel hasil uji metode Kolmogorov Smirnov.

#### *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84254517
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.42
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>.097<sup>c</sup></b>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

*Sumber: Hasil Pengolahan Data Program SPSS 26.0 for windows*

Nilai Kolmogorov-Smirnov pada nilai signifikansi 0,097 didasarkan pada temuan pengolahan data yang dilaporkan pada tabel 4.32 di atas. Angka ini lebih besar dari 0,05 (5%), menunjukkan bahwa data dari variabel X dan Y berdistribusi normal.

### 2) Uji Regresi Linier Sederhana

Temuan uji regresi linier dasar ini dimaksudkan untuk mengetahui kecenderungan pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hasil uji regresi linier dasar ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	3.651	1.833		1.992	.048
Literasi Ekonomi	-.105	.052	-.080	-2.018	.045

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

*Sumber: Hasil Pengolahan Data Program SPSS 26.0 for windows*

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linier sederhana di atas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,651 + (-105)X$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa apabila tidak ada variabel X, maka variabel Y dinyatakan sebesar 3.651 dan setiap ada peningkatan atau penambahan pada literasi ekonomi (variabel X) sebesar 1 poin maka akan menyebabkan kecenderungan perilaku konsumtif siswa (variabel Y) sebesar -.015.

Variabel literasi ekonomi memiliki nilai t hitung sebesar -2.018 dan nilai signifikansi sebesar 0,045. Koefisien literasi ekonomi bernilai negatif, menunjukkan bahwa perubahan literasi ekonomi berbanding terbalik dengan perubahan perilaku konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar tingkat literasi ekonomi siswa maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif siswa; sebaliknya semakin rendah tingkat literasi ekonomi siswa maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif siswa.

3) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dari uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa efektif faktor-faktor independen dalam menjelaskan variabel dependen.

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.606 <sup>a</sup>	.487	.462	4.546

a. Predictors: (Constant), Literasi Ekonomi

Sumber: Hasil Pengolahan Data Program SPSS 26.0 for windows

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa R sebesar 0,606, dan kontribusi variabel X dibuktikan dengan R Square sebesar 0,487. Hal ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku konsumen dengan mempengaruhi 48,7%; sisanya 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

**PEMBAHASAN**

1. Pemahaman Literasi Ekonomi pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan

Literasi ekonomi adalah pemahaman dan kemampuan seseorang untuk menerapkan teori inti ekonomi, serta berpikir kritis dalam mengambil keputusan ekonomi, agar lebih cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi dan hidup berkelimpahan. Hal ini juga diperkuat oleh Melina & Wulandari (2018, hlm. 142) Ia berpendapat bahwa literasi ekonomi adalah suatu kondisi yang menggambarkan kemampuan seseorang untuk memahami masalah ekonomi dasar dan melakukan tugas ekonomi yang dapat diterima. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan angket literasi ekonomi kepada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan, dengan hasil rata-rata kesepuluh indikator tersebut adalah 3,64 dan proporsi 72,8%. Nilai rata-rata berkisar antara 3,01 – 4,00 menunjukkan bahwa pemahaman literasi ekonomi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan dalam kategori baik ditinjau dari teori.

Hal ini dapat dilihat dari sepuluh indikator literasi ekonomi, dimana sepuluh indikator sudah memiliki kategori baik. Indikator yang termasuk dalam kategori

baik yang pertama yaitu kemampuan pemahaman dalam membedakan kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kedua, kemampuan pemahaman mengenai kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Ketiga, kemampuan pemahaman tentang sumber daya alam yang terbatas. Keempat, kemampuan pemahaman mengenai Banyak persyaratan hidup, dengan sarana terbatas untuk memenuhinya Kelima, kemampuan pemahaman mengenai penggunaan prinsip cost and benefit (biaya dan manfaat). Keenam, kemampuan pemahaman dalam berbelanja menerapkan prinsip hemat dan ekonomis. Ketujuh, kemampuan pemahaman mengenai pembuatan skala prioritas dalam melakukan kegiatan ekonomi. Kedelapan, kemampuan pemahaman dalam membeli barang sesuai dengan apa yang dibutuhkan bukan yang diinginkan. Kesembilan, kemampuan pemahaman dalam menyisihkan sebagian uang untuk menabung ketika hendak membeli suatu barang dan kesepuluh, kemampuan pengertian untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dengan menggunakan meningkatkannya manfaat dari produk tersebut.

2. Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan

Konsumtif mengacu pada kecenderungan pelanggan untuk memperoleh atau menggunakan sesuatu yang tidak didasarkan pada persyaratan atau pertimbangan logis, karena mereka lebih mementingkan perilaku daripada kebutuhan. Hal ini diperkuat oleh Astuti (2013, hlm. 150) Perilaku konsumtif didefinisikan oleh kecenderungan individu untuk membeli sesuatu secara berlebihan dan memprioritaskan keinginan di atas kebutuhan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan penyebaran angket mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan rata-rata dari instrumen yang terdiri atas tiga belas indikator adalah sebesar 3,09 dengan persentase 61,8% yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan dikategorikan tinggi. Hasil rata-rata tersebut termasuk ke dalam rentang skor 3,01 – 4,00 yang artinya mahasiswa cukup memiliki tingkat perilaku konsumtif, sehingga dapat mengendalikan diri terhindar dari indikator yang menunjukkan bahwa seseorang melakukan perilaku konsumtif, khususnya 1) membeli barang untuk mendapatkan hadiah 2) Membeli barang karena kemasannya menarik 3) Membeli barang untuk menjaga reputasinya 4) Membeli barang berdasarkan faktor biaya (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya) 5) Membeli barang hanya demi mempertahankan simbol status 6) Menggunakan barang karena kesesuaiannya dengan model yang diiklankan 7) Pembentukan pendapat bahwa membeli sesuatu dengan harga tinggi akan menghasilkan keuntungan yang besar. percaya diri. 8) Bereksperimen dengan lebih dari dua item identik). (Sumartono dalam Nurjanah, 2021, hlm. 35). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan dapat dikategorikan konsumtif yaitu sebesar 3,09 yang termasuk kategori tinggi.

3. pengaruh pemahaman literasi ekonomi terhadap tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan

Berdasarkan hasil penelitian pengumpulan data, maka dilakukan penyebaran angket penelitian, dimana angket tersebut telah disesuaikan dengan indikator-indikator yang ada dalam operasionalisasi variabel, kepada responden yaitu mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan, dilakukan melalui Google Formulir. Untuk pengolahan data digunakan IBM SPSS v.26.0 for Windows dan Microsoft Excel 2019. Setelah penyebaran kuesioner dan perhitungan, para peneliti menemukan bahwa hasil literasi ekonomi memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pembelian mahasiswa. Berdasarkan

hasil pengujian hipotesis, terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada 48,7% kasus, sedangkan sisanya 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti; dengan demikian hipotesis yang diterima adalah  $H_a$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif, dan  $H_0$  ditolak.

Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurfitriya (2020, hlm. 129) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa pada 48,7% kasus, sedangkan sisanya 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti; dengan demikian hipotesis yang diterima adalah  $H_a$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif, dan  $H_0$  ditolak. Sependapat juga dengan Sina, (2012, hlm. 135) bahwa literasi ekonomi adalah alat yang berguna untuk mengubah perilaku bodoh menjadi perilaku cerdas Misalnya, bagaimana menggunakan uang untuk menabung, berinvestasi, melestarikan, dan memenuhi kebutuhan hidup. Perlunya literasi ekonomi akan mengurangi konsumsi. Masyarakat sebagai pelanggan yang membutuhkan pemahaman ekonomi yang mendasar untuk mengalokasikan pendapatannya. Sebagai konsumen, masyarakat harus menyadari dan memahami literasi ekonomi agar dapat menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi tuntutan yang tidak ada habisnya.

Melina dan Wulandari (2018, hlm. 3) mengatakan bahwa dua elemen mempengaruhi kepuasan seseorang saat melakukan pembelian. Aspek pertama adalah sikap orang lain, dan yang kedua adalah kejadian yang tidak terduga. Mengambil aktivitas konsumen adalah salah satu sikap seseorang terhadap melakukan hal-hal yang terkait dengan ekonomi. Secara umum, aktivitas seorang konsumen selalu merupakan konsumsi yang masuk akal. Akibatnya, literasi ekonomi dalam perilaku konsumen harus dipahami dan digunakan agar pelanggan dapat berpikir secara bijaksana dan tidak bertindak konsumtif dalam situasi yang tidak terduga.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi ekonomi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan, hasil rata-ratanya adalah 3,64 dengan proporsi 72,8%, menunjukkan bahwa pengetahuan literasi ekonomi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan dalam kategori baik.
2. Perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan diperoleh hasil rata-rata sebesar 3,09 dengan prosentase 61,8% menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan tergolong tinggi.
3. Literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 Universitas Pasundan sebesar 48,7% pada tahun ajaran 2022/2023, sedangkan sisanya sebesar 51,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Demikian pula hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79–83. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3285>
- Arikunto, Suharsimi, (2010), *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Fadilah. (2019). Pengaruh Investasi, Konsumsi Pemerintah Dan Pendidikan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara. *Jurnal Panca Budi*, 1(1), 94. <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalfasosa/article/view/2885>
- Fithri, F. N. (2018). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Negeri 1 Jetis Bantul Yogyakarta. Universitas Mercu Buana Yogyakarta. <https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/2580>
- Ismayanti. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. <http://repository.uin-suska.ac.id/35122>
- M Kusniawati, M., & Kurniawan, R. Y. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS Di SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 1–9. <https://core.ac.uk/download/pdf/230753028.pdf>
- fulya, D. H. (2019). Pengaruh Ekspor Impor Konsumsi dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di 5 Negara ASEAN. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/17492>
- Nurachma, A., & Arief, S. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas Xi Ips Sma Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 489–500. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/16438>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). Otoritas Jasa Keuangan, 1–99. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dankegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-LiterasiKeuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)-/SNLKI \(Revisit 2017\). Diakses pada 8 April pukul 10.27](https://www.ojk.go.id/id/berita-dankegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-LiterasiKeuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-/SNLKI%20(Revisit%202017).Diakses%20pada%208%20April%20pukul%2010.27)
- Solihat, N. A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 141–152. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/oikos/article/view/915>
- Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2015), *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* Cetakan ke-11, Bandung: Alfabeta
- Syaifudin, A. B. (2018). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. Universitas Mercu Buana Yogyakarta. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/3553>
- Thorir, M., Soesatyo, Y., & Harti. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi ekonomi Dan Percaya Diri Terhadap Minat Wirausaha Siswa SMP Negeri Di Kecamatan Tenggilis Mejoyo Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 149–163. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jepk/article/view/771>
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *EJournal Sosiologi*, 1(4), 26–36. [http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/Jurnalwahyudi PDF \(11-07-13-07-45-39\).pdf](http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/Jurnalwahyudi%20PDF%20(11-07-13-07-45-39).pdf)