

Mengkaji Dampak Literasi Ekonomi Terhadap Pola Konsumsi Remaja Akhir

Kusbandiyah Putri ¹, Sri Astuti ², Camelia Safitri ³

Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka ^{1,2,3}

*Corresponding author, e-mail: kusbandiyah.@uhamka.ac.id

ARTICLE INFO

Received 30 Juni 2024

Accepted 10 Oktober 2024

Published 14 Oktober 2024

Keywords Consumptive Behavior;
Economic Literacy; Late Teens.

DOI :

<http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v7i3.16226>

ABSTRACT

This consumptive behavior is often found in the lives of teenagers who live in urban areas. Because teenagers in urban areas live a complex social life, individuals compete to consume things to gain identity through what they consume. Economic literacy can suppress someone's consumerist behavior. This research aims to determine whether economic literacy can influence late adolescents in consuming consumer behavior. This research includes associative quantitative research with non-probability sampling or purposive sampling methods. The research sample consisted of one hundred and fifteen respondents. This research collected data by distributing online questionnaires or Google Forms and then managing it to find the research results. Statistical testing in this study used SPSS twenty-six zero-point software. The research results show that in testing the hypothesis, H₀ is accepted and H_a is rejected, and there is no significant influence between economic literacy and consumer behavior in Rawalumbu. The level of economic literacy in the late teens in Rawalumbu does not affect consumer behavior.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2024 by author.

PENDAHULUAN

Saat ini manusia berada pada era globalisasi, kemajuan akan teknologi semakin berkembang, hal ini tentu berdampak pada kehidupan. Dampak yang muncul tentu ada positif dan negatif. positifnya terlihat pada kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Terlihat kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan saat ini memberikan kemudahan untuk mengatasi masalah di kehidupan ini, termasuk teknologi digital. Kemudian, negatif yang muncul antara lain perubahan perilaku masyarakat yang cenderung bersifat praktis dan berlebihan. Menurut Desmita, pelaku konsumsi berlebihan terjadi pada usia remaja akhir, yaitu sekitar usia 18 – 21 tahun (Fuadi, 2018).

Fenomena seseorang mengonsumsi suatu produk atau jasa secara berlebihan atau konsumtif sering jumpai dalam kehidupan remaja perkotaan. Hal tersebut lantaran remaja di perkotaan menjalani kehidupan sosial yang kompleks, dan individu berlomba-lomba dalam

mengonsumsi sesuatu untuk mendapatkan identitas melalui apa yang dikonsumsi. Perilaku konsumtif biasanya terjadi di kalangan mahasiswa atau siswa, sebab dikalangan tersebut berada diusia remaja, yang mana pengendalian diri masih belum stabil sehingga sedikit sulit untuk mengendaliakannya (Armelia & Irianto, 2021). Lalu, dari penelitian terdahulu menyatakan bahwa remaja cenderung ingin memiliki suatu produk yang mereka anggap bernilai tinggi, sehingga mengakibatkan konsumsi berlebihan saat berbelanja atau terlibat dalam perilaku konsumen (A. Nooriah Mujahidah, 2020; Lestarina et al., 2017).

Realitas di kalangan remaja menjadi penunjang popularitas dan pengakuan di masyarakat, seperti tren fashion yang sedang *booming* ditatanan remaja. Dengan adanya tren di kalangan remaja membuat generasi muda tersebut membeli barang-barang yang tidak dibutuhkannya sehingga membuat mereka berperilaku impulsif. Mengenai ini sesuai dengan pendapatnya Hurlock, yang menyatakan bahwa pada kalangan remaja penampilan itu hal yang penting untuk daya tarik fisik, upaya penunjang sosial dan popularitas. Saat ini, salah satu aktivitas yang sedang ramai dikalangan remaja yaitu aktivitas menjual dan membeli secara online. Hal tersebut sesuai dengan saat ini munculnya platform yang mempromosikan produk (Yanti et al., 2023). Oleh karena itu, untuk meminimalisir perilaku konsumen diperlukan pemahaman dan pengetahuan mengenai perekonomian yaitu literasi ekonomi di kalangan remaja masa kini. Apabila perilaku konsumen terjadi secara terus-menerus pada usia remaja akhir dan tidak diperbaiki maka hal-hal negatif seperti pola pengelolaan keuangan yang buruk dapat muncul. Hal ini sejalan dengan penelitian Erika, dimana perilaku negatif yang tidak diubah menjadi lebih baik dapat mengakibatkan pola pengelolaan keuangan yang buruk karena dari cara seseorang mengelola keuangannya dapat dilihat bagaimana individu tersebut menyelesaikan permasalahan perekonomiannya (Putri et al., 2023).

Rendahnya kemampuan literasi remaja di Indonesia cukup mengkhawatirkan, perlu ditemukan penyebabnya. Diantara penyebabnya yaitu kurangnya keinginan akan literasi dan kurangnya kebiasaan membaca ditatanan remaja (Sinaga et al., 2021). Berdasarkan data kajian Bank Indonesia mengenai indeks literasi ekonomi masyarakat di Indonesia pada tahun 2022 sebesar 23,3%, dapat diasumsikan bahwa 23 orang dari 100 penduduk di Indonesia memiliki literasi ekonomi yang tergolong "well literate" (Ahmad Zaky Darmawan, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi ekonomi masih rendah. Dengan itu pentingnya untuk mempelajari literasi ekonomi, dapat membantu remaja akhir dalam melakukan keputusan ekonomi dan mengelola keuangan. Literasi ekonomi sangat diperlukan untuk memahami tentang biaya suatu produk dan manfaatnya. Jika tingkat keinginan literasi ekonomi pada remaja akhir rendah, hal tersebut berdampak pada pola perilaku konsumen pada remaja akhir. Manfaat literasi ekonomi bagi generasi muda adalah mereka dapat mengelola keuangannya dengan baik dan mengalokasikan kebutuhan yang terbatas untuk melengkapi kebutuhan tidak terbatas. Jika generasi muda memahami literasi ekonomi, mereka dapat mengubah setiap permasalahan kebutuhan menjadi sebuah peluang yang dapat memberikan manfaat demi kelangsungan hidupnya, Menurut Aditya manfaat dari literasi ekonomi yaitu untuk menekan tindakan konsumtif individu yang akan berdampak negatif (Aditya, 2023).

Berdasarkan data hasil pra-observasi yang dilakukan oleh peneliti untuk lebih mengetahui perilaku konsumtif kalangan remaja akhir dapat dilihat pada gambar 1 :



Gambar 1. Presentase alasan melakukan pembelian produk yang tidak direncanakan dalam jangka waktu sebulan remaja akhir di Rawalumbu

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2024

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa dari 10 responden, tidak ada responden dalam jangka waktu 1 bulan melakukan pembelian yang tidak direncanakan tidak sama sekali (0%), 3 responden dalam jangka waktu 1 bulan melakukan pembelian yang tidak direncanakan 1-3 kali (30%), 5 responden dalam jangka waktu 1 bulan melakukan pembelian yang tidak direncanakan 4-6 kali (50%), 2 responden dalam jangka waktu 1 bulan melakukan pembelian yang tidak direncanakan lebih dari (20%). Berdasarkan data yang sudah peneliti lakukan melalui pra observasi para remaja akhir di wilayah Rawalumbu membawakan hasil rata-rata para remaja akhir ini melakukan pembelian produk yang tidak direncanakan (konsumtif) 4-6 kali dalam kurun waktu 1 bulan. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya pola perilaku konsumtif kalangan remaja akhir di Rawalumbu. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif remaja akhir di Rawalumbu, Kota Bekasi. Total jiwa remaja akhir di Rawalumbu Kota Bekasi berjumlah kurang lebih sekitar 13.470 jiwa (Dukcapil kota bekasi, 2023)

Perilaku konsumtif adalah tindakan atau perilaku seseorang dalam mengonsumsi atau membeli barang atau jasa secara berlebihan dan tidak didasari atas pertimbangan yang rasional, hal ini cenderung tidak didasarkan pada faktor kebutuhan melainkan faktor keinginan, kesenangan dan terpengaruh oleh rayuan diskon daripada kebutuhan. Perilaku individu biasanya dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, seperti kebutuhan, kepuasan semata dan gengsi (Dr. Alfonsitus, 2023). Tindakan konsumtif merupakan sifat individu dalam mengonsumsi atau membeli sesuatu yang cenderung tidak didasari akan *needs* dan tidak didasari atas pertimbangan yang rasional karena lebih mengutamakan keinginan dibandingkan *needs* (Nurfitria, 2020; Nurjanah et al., 2024; Rifdani & Cerya, 2022). Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumen yang mudah terpengaruh oleh rayuan promosi dari sebuah barang atau jasa tanpa melihat kebutuhan yang bersifat penting (Putri Nugraha et al., 2021). Menurut Dela perilaku konsumtif ialah individu yang tidak didasari akan pertimbangan rasional atau irasional, tetapi dimaksudkan untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebih, sehingga dapat menimbulkan pemborosan, selain itu mengutamakan kepuasan

dibandingkan kebutuhan yang penting dan secara psikologis hal tersebut dapat menimbulkan kekhawatiran (Safitri et al. ., 2020; Septiansari & Handayani, 2021).

Dimensi perilaku konsumen adalah terpenuhinya *wants, item out of reach, unproductive goods*, dan status. Dari dimensi tersebut diturunkan indikator perilaku konsumen yaitu iklan promosi, produk bermerek, dan produk bukan karena kebutuhan tetapi karena gengsi dan ingin mencobanya. Perilaku konsumtif umumnya lebih sering terjadi di kalangan remaja, dan masa remaja inilah yang membuat seseorang mampu melakukan perilaku konsumtif. Pada usia ini remaja mempunyai keinginan yang berlebihan untuk dapat membeli dan mengkonsumsi barang-barang konsumsi, salah satunya pakaian atau barang-barang bermerek dengan merek-merek terkenal, sehingga hal ini berdampak pada tingkat kepercayaan diri remaja terhadap barang tersebut. mereka membeli dan menggunakannya untuk kebutuhan mereka. seseorang dengan perilaku konsumtif diperkirakan akibat dari seseorang yang kurang akan literasi ekonomi. Hal tersebut sejalan yang dikemukakan oleh Budiwati minimnya minat literasi ekonomi akan memberikan dampak pada pola perilaku konsumtif. (Novianti & Anasulloh, 2023) .

Menurut *The National Council on Economic Education* (NCEE) literasi ekonomi merupakan suatu keadaan yang memvisualkan individu yang mampu menyelesaikan problematik fundamental perekonomian dengan bijak, mampu menjalankan aktivitas perekonomian dengan baik. (Ferdian dkk., 2022) . Literasi ekonomi adalah kemampuan dan wawasan seorang dalam pengimplikasian konsep-konsep dasar perekonomian serta berpikir secara kritis untuk menentukan keputusan. Literasi ekonomi juga membantu individu yang melek akan ekonomi mengatur *resource* ekonomi baik yang terbatas atau tidak terbatas untuk memperoleh kesejahteraan dengan mengimplikasikan konsep-konsep ekonomi dalam kehidupannya (Nurfitria, 2020). Menurut Sina (Watung, 2022) , Literasi ekonomi sebagai instrumen berharga dalam merubah perilaku dari kurang cendekia menjadi cendekia. Seperti halnya menggunakan pendapatan dengan baik untuk berinvestasi, menabung, dan mencukupi kebutuhan saat ini dan yang akan datang.

Dimensi literasi ekonomi meliputi sikap, keterampilan praktis yang berkorelasi dengan kehidupan sehari-hari dan pengetahuan ekonomi (Aslam, 2023) . Selain itu, literasi ekonomi dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan dan perilaku konsumen (Salsabila, 2019) . Dari dimensi tersebut, Menurut *The National Council on Economic Education* (NCEE) indikator literasi ekonomi dapat dilihat, antara lain mengalokasikan pendapatan individu, mendefinisikan pemakaian *resources* yang terbatas, dan analisa pembiayaan dan kebermanfaatn transaksi ekonomi. (Novityawati, 2020) .

Literasi ekonomi berfungsi untuk memecahkan permasalahan perekonomian dengan mengambil tindakan yang tepat, seperti menjadi individu yang cerdas dalam menentukan pilihan, produsen yang bijaksana, penabung dan investor, pekerja yang produktif dan individu yang bertanggung jawab. (Murniatiningsih, 2020). Selain itu, menurut Ibid, manfaat literasi ekonomi membuat individu dapat mengelola keuangannya secara bijak dan kemudian tidak menunda untuk memulai pengelolaan kekayaan dan pengelolaan keuangan khususnya pendapatan dan pengeluaran dalam jangka waktu tertentu (Ismayanti, 2021).

Dalam penelitian Firdaus, literasi ekonomi mempengaruhi pola perilaku konsumtif individu, artinya bila individu mempunyai tingkat literasi ekonomi yang baik maka tindakan konsumtif individu tersebut rendah (B. A. Firdaus, 2021). Literasi ekonomi dapat mempengaruhi tindakan dari yang semula tidak efektif menjadi praktis. Contohnya adalah

menggunakan pendapatan untuk menabung dan menggunakan asuransi. Literasi ekonomi akan mengurangi perilaku konsumtif individu dalam melakukan tindakan konsumsi berlebihan.

Berdasarkan kajian empiris di atas, literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja akhir. Literasi ekonomi terdiri dari pengalokasian pendapatan individu, penggunaan *resources* yang terbatas, dan memanfaatkan biaya dari transaksi ekonomi. Kemudian perilaku konsumen terdiri dari 4 indikator yaitu periklanan, promosi, branded, gengsi dan ingin mencoba. Tingkat literasi ekonomi diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumen, sehingga hipotesis alternatif yang diajukan adalah $\beta_{xy} \neq 0$. Sedangkan hipotesis alternatif dapat ditolak jika $\beta_{xy} = 0$; Literasi Ekonomi tidak berpengaruh terhadap tindakan konsumtif

Pada hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif, yaitu ditemukan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, artinya jika Literasi Ekonomi ditingkatkan per satuan akan menurunkan Perilaku Konsumtif (A. B. Firdaus & Pusposari, 2022; Indriyani et al., 2022; Marganingsih & Pelipa, 2019; Nurfitriana, 2020). Namun beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa literasi ekonomi tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Literasi ekonomi tidak berpengaruh pada perilaku konsumtif atau tidak memberikan gambaran mengenai perilaku konsumen (Jannah, 2019; Muttaqin dkk., 2022; Puryasari, 2019). Dari adanya GAP atau perbedaan hasil penelitian maka peneliti melakukan penelitian dengan variabel tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi seberapa berpengaruh dari literasi ekonomi ini terhadap perilaku konsumtif remaja akhir. Dari hasil penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan edukasi mengenai urgensi literasi ekonomi dalam menekan perilaku konsumen di kalangan remaja akhir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Rawalumbu, Kota Bekasi. penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2024. Dengan munculnya *marketplace* dan media sosial yang semakin beragam, remaja akhir mengalami perubahan fisik dan psikologis, dimana tren saat ini mempengaruhi perubahan tersebut di berbagai media sosial, semakin mudah bagi generasi muda untuk membeli produk atau layanan. Dengan mudahnya berbelanja, remaja tidak sadar akan konsumsi berlebihan atau yang bisa disebut dengan perilaku konsumtif. Populasi penelitian ini terdiri dari remaja akhir berusia 18-21 tahun dengan jenjang SMA/SMK/MA, studi S1 /D3, bekerja dan lain-lain. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja akhir di Rawalumbu.

Penelitian adalah penelitian kuantitatif asosiatif yang meneliti pengaruh antara dua variabel. Kuantitatif asosiatif meneliti hubungan antara dua variabel (Abdullah et al., 2021). Penelitian ini juga termasuk penelitian korelasional, artinya hanya mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Literasi Ekonomi (X) merupakan variabel bebas dan variabel terikat Perilaku Konsumen (Y).

Populasi penelitian ini yaitu remaja akhir di wilayah Rawalumbu yang ber-umur 18-21 tahun yang berjumlah 12.976 jiwa. Sampel merupakan sebagian dari banyaknya responden dan karakteristik populasi. Jumlah populasinya cukup banyak, dan peneliti hanya mungkin mengambil beberapa hal pada populasi tersebut karena adanya keterbatasan materi, waktu dan fisik. Dengan demikian peneliti dapat memilih sampel yang diambil dari populasi yang representatif. (Abdullah et al., 2021). Penelitian ini melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan *non-probability sampling* atau *purposive sampling*, memilih sampel sesuai dengan kriteria tujuan peneliti (Amruddin et al., 2022). Penyebaran kuesioner menggunakan aplikasi Google Form dan dengan bantuan Studi Literatur. Penentuan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus slovin (Darwin et al., 2021). Peneliti telah menghitung jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan signifikansi yang diinginkan (10%) berjumlah 100 responden.

Skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert ini menguji pendapat, sikap dan pandangan seseorang terhadap fenomena sosial yang ada atau disebut dengan variabel penelitian. (Amruddin et al., 2022). Dalam penelitian ini pernyataan mempunyai dua ciri instrument yaitu positif dan negatif. Pernyataan positif dimulai dari poin *one* dengan pernyataan sangat tidak setuju hingga poin *five* dengan sangat setuju. Sebaliknya jika pernyataan negatif dimulai dari poin *one* dengan pernyataan sangat setuju hingga poin *five* dengan sangat tidak setuju (Abdullah et al., 2021).

Pengambil data dengan menyebarkan kuesioner. Peneliti membuat kuesioner online menggunakan Google form yang dibagikan melalui WhatsApp. Peneliti memberikan informasi pengisian kuesioner sesuai dengan kriteria tertentu dan keadaan sebenarnya sebelum responden mulai mengisi kuesioner. Item pernyataan telah disesuaikan dengan indikator masing-masing variabel dan disajikan dengan bahasa yang mudah dipahami. Adapun kriteria responden yang boleh mengisi yaitu berdomisili di kelurahan Rawalumbu, berusia 18-21 tahun.

Teknik analisis data merupakan suatu cara pengolahan data menjadi informasi sedemikian rupa sehingga memudahkan dalam memahami hakikat data dan membantu mencari solusi permasalahan khususnya permasalahan yang berkaitan dengan penelitian. (Abdullah et al., 2021). Teknik Analisa statistik penelitian ini *supported by* software SPSS 26.0. peneliti menggunakan teknik analisis data berdasarkan *descriptive statistics*, dimana *descriptive statistics* menurut Sugiyono 2014 (Abdullah et al., 2021) adalah metode menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul, tanpa membuat kesimpulan yang sifatnya general.

Pengujian Persyaratan Analisis menggunakan uji asumsi klasik. Uji normalitas adalah pengujian yang cukup mudah dengan membuat pendistribusi frekuensi dari skor yang ada. Uji normalitas menggunakan modifikasi Kolmogorov-Smirnov, sangat cocok untuk melakukan uji normalitas ketika mean dan varians tidak diketahui tetapi merupakan estimasi terhadap data (sampel). Pengujian hipotesis menggunakan uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik dalam model regresi. *Testing hypotheses* dilakukan dengan uji R^2 dan uji t (*t – test*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data angket identitas responden dengan menggunakan uji *frequency*, diketahui bahwa hasil analisis sampel pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, usia, dan jenjang. Berdasarkan tabel 1, hasil uji *frequency* identitas responden memberitahukan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin bahwa laki-laki 34% dan perempuan sebanyak 66%. Kemudian berdasarkan usia responden, usia 18 tahun memiliki frekuensi sebesar 32%, usia 19 tahun memiliki frekuensi sebesar 16%, usia 20 tahun memiliki frekuensi sebesar 9%, dan usia 21 tahun memiliki frekuensi sebesar 9%. -usia tua memiliki frekuensi 43%. Kemudian berdasarkan tingkat responden yaitu jenjang SMA/SMK/MA mempunyai frekuensi sebesar 42,61%, S1 memiliki frekuensi sebesar 46,09%, D3 memiliki frekuensi sebesar 9,57%, dan bekerja memiliki frekuensi sebesar 1,74%. Jumlah keseluruhan responden 115 responden.

Tabel 1. Hasil Uji Frekuensi Identitas Responden

Uraian Identitas Responden	
Kategori	Persentase
Jenis kelamin	
Pria	34%
Wanita	66%
Usia	
18 tahun	32%
19 tahun	16%
20 tahun	9%
21 tahun	43%
Jenjang	
SMA/SMK/MA	42,61%
S1	46,09%
D3	9,57%
Bekerja	1,74%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2024

Uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* Test dilakukan untuk mengetahui data *distributed* normal atau tidak normal. Residu *distributed* normal jika mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$ (5%). Hasil analisa asumsi normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* terhadap nilai residu dari persamaan regresi. Hasil uji normalitas pada Tabel 2 di bawah dengan menggunakan metode *one-sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai residu variabel terikat dan bebas untuk ukuran sampel (N) sebesar 115 yaitu 0,064. Artinya hasil dari data tersebut terdistribusi secara normal karena nilai residu $> 0,05$ atau $0,064 > 0,05$, sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

Tabel 2. Hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residuals
N			115
Normal Parameters, b	Mean	0.0000000	
	Std. Deviation	15.87855374	
Most Extreme Differences	Didistribusikan	0.081	
	Positif	0.059	
	Negatif	-0.081	
Statistical Tests			0.081
Asymp. Sig. (2-tailed)c			0.064
Monte Carlo Sig. (2-tailed) d	Sig.	0.060	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.054
		Upper Bound	0.067

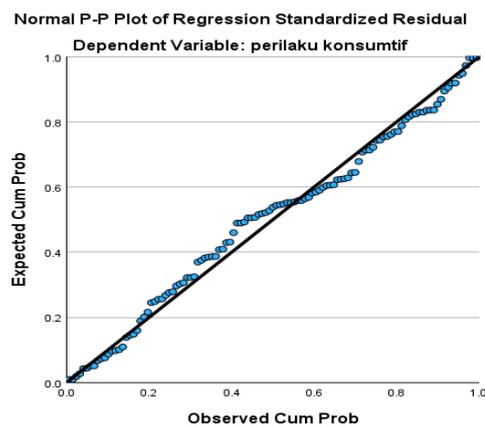
a. Distribusi tes Normal.

b. Dihitung dari data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Tahun 2024

Selain itu, untuk memperkuat analisis Kolmogorov-Smirnov, terlihat pada Gambar 2 bahwa kurva normal lot PP menunjukkan titik-titik mengikuti garis diagonal atau tidak menjauh dari garis diagonal. Maka dapat disimpulkan data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.



Gambar 2. Hasil uji normalitas dengan kurva normal pp lot

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Tahun 2024

Persamaan regresi dirumuskan sebagai $y = a + bx$. Jadi pada tabel 3 hasilnya $y = 58,989 (\alpha) + 0,177 (x)$, artinya konstanta bernilai positif 58,989, artinya jika literasi ekonomi (X) bernilai 0 maka perilaku konsumen (Y) bernilai positif yaitu 58,989. Koefisien regresi variabel literasi ekonomi (X) bernilai positif 0,177. Jika literasi ekonomi (X) naik sebesar 1, maka pola konsumsi

(Y) meningkat sebesar 0,177. Koefisiennya bernilai + (positif), artinya adanya hubungan + antara literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif.

Tabel 3. Hasil uji regresi sederhana

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	58,989	7,653		7,708	0,000
	Literasi Ekonomi	0,177	0,133	0,124	1,329	0,187

a. Dependent Variable: PK

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Tahun 2024

Setelah dilakukannya pengujian *descriptive statistics* serta uji asumsi klasik pada *regression model*, lalu menguji hipotesis dengan pengujian koefisien determinasi yang disesuaikan dan uji statistik t-s (t – test). Dari tabel 4 diketahui nilai R Square sebesar 0,015 atau sama dengan 1,5% artinya jika hanya variabel literasi ekonomi (X) saja yang mempengaruhi perilaku konsumen (Y) maka besarnya hanya 1,5%. Selebihnya dari nilai tersebut berarti dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Tabel 4. Hasil uji koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,124 ^a	0,015	0,007	15,949

a. Predictors: (Constant), Literasi Ekonomi

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Tahun 2024

Berdasarkan hasil uji t tabel 5 terlihat variabel Literasi Ekonomi (X) mempunyai nilai sig 0,187. Nilai sig \geq 0,05. Dan terlihat nilai thitung sebesar 1,329 < ttabel 1,658. Apabila t-hitung < t-tabel maka *H₀ is accepted, H_a is rejected*. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif.

Tabel 5. Hasil Uji T

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	58,989	7,653		7,708	0,000
	Literasi Ekonomi	0,177	0,133	0,124	1,329	0,187

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Tahun 2024

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Akhir Di Wilayah Rawalumbu

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti sudah olah dan analisis dengan menggunakan SPSS 26.0, hasil dalam pengolahan data yaitu nilai residu variabel bebas dan

variabel terikat untuk ukuran sampel (N) sebesar 115 yaitu sebesar 0,064. Artinya data penelitian ini terdistribusi normal karena nilai residu $> 0,05$ atau $0,064 > 0,05$, sehingga *regression model* dapat digunakan untuk pengujian hipotesis, Maka dapat disimpulkan data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Selain itu diperoleh persamaan regresi $Y = 58,989 (\alpha) + 0,177 (X)$, artinya α = konstanta (jika literasi ekonomi konstan maka perilaku konsumtif sebesar 58,989, Dalam pengujian hipotesis diketahui nilai t-hitung sebesar 1,329 dan nilai t-tabel sebesar 1,658 sehingga $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ yaitu $1,329 < 1,658$ Data tersebut menyatakan H_0 di terima dan H_a di tolak Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (X) literasi ekonomi terhadap variabel (Y) perilaku konsumtif di wilayah Rawalumbu. Sehingga menghasilkan hipotesis maka literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif tidak terbukti. Jadi baik tinggi maupun rendah literasi ekonomi yang dimiliki remaja akhir di Rawalumbu tidak mempengaruhi perilaku konsumtif.

Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Jannah, 2019; Muttaqin et al., 2022; Puryasari, 2019), tidak ada pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Dari hasil pengujian responden menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat literasi ekonomi yang baik namun wawasan mereka mengenai ekonomi ini belum secara maksimal di implikasikan untuk kehidupan sehari-hari mereka. sehingga walaupun mereka memiliki literasi ekonomi yang baik mereka tetap bertindak konsumtif. Namun hasil penelitian tersebut tidak mendukung penelitian yang dilakukan (Abdurrohman, 2023; Bobi, 2023; Ismayanti, 2021), terlihat bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Faktor terpenting dalam mengantisipasi perilaku konsumtif adalah dengan mempunyai minat dan kemampuan dalam literasi ekonomi yang bijak, karena literasi ekonomi akan memperkaya wawasan tentang pengelolaan pendapatan untuk keperluan konsumsi, dan literasi ekonomi diperlukan agar dapat memutuskan pilihan yang cerdas dan tepat serta literasi ekonomi membantu dalam memahami pemilihan keputusan ekonomi, Namun literasi ekonomi yang dimiliki oleh remaja akhir di wilayah rawalumbu ini tidak mempengaruhi perilaku konsumtif. Pada realitanya literasi ekonomi pasti sudah tidak asing lagi dikalangan remaja akhir karena di sekolah pun pasti mereka sudah mempelajarinya namun hanya saja pengimplikasiannya belum mereka terapkan secara maksimal dikarenakan masih ada yang membiayainya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan pembahasan yang tertera diatas, penelitian tentang pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif remaja akhir di Kelurahan Rawalumbu telah memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang diteliti dapat ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan remaja akhir khususnya di wilayah Kelurahan Rawalumbu. Uji ini menunjukkan bahwa H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa peran literasi ekonomi tidak dapat mengubah perilaku konsumen secara signifikan, dan jika dilihat dari R Square pengaruhnya hanya sebesar 1,5%. Sedangkan untuk sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan ada beberapa masukan atau saran yang dapat dipertimbangkan untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti variabel tersebut, antara lain peneliti mencari target responden yang berusia 21 tahun ke atas atau yang sudah bekerja karena dari hasil penelitian ini responden berada di pada usia remaja akhir (usia 18-21 tahun) tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Padahal jika dilihat dari segi pendidikan mereka pasti pernah mendapatkan pembelajaran tentang literasi ekonomi di sekolah, namun terlihat dari hasil penelitian ini mereka tidak mengimplikasinya dalam kehidupan sehari-hari karena rata-rata pada usia tersebut, responden masih mendapat nafkah dari orang tuanya atau tidak mempunyai penghasilan. Oleh karena itu, faktor literasi ekonomi tidak mempengaruhi pola perilaku konsumen. Selain itu, pengetahuan mereka mengenai literasi ekonomi diwujudkan melalui pencapaian dan perencanaan visi dan misi mereka ke depan. Secara mendasar perilaku konsumtif dipengaruhi oleh banyak aspek, salah satunya adalah literasi ekonomi, namun ada banyak aspek lain yang berkemungkinan mempengaruhinya, oleh sebab itu, patut diteliti faktor lain yang mempengaruhi tinggi rendahnya perilaku konsumtif selain literasi ekonomi.

REFERENSI

- A. Noorah Mujahidah. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 1–18. [Http://Eprints.Unm.Ac.Id/Id/Eprint/18970%0a](http://Eprints.Unm.Ac.Id/Id/Eprint/18970%0a)
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2). [Https://Www.Infodesign.Org.Br/Infodesign/Article/View/355%0ahttp://Www.Abergo.Org.Br/Revista/Index.Php/Ae/Article/View/731%0ahttp://Www.Abergo.Org.Br/Revista/Index.Php/Ae/Article/View/269%0ahttp://Www.Abergo.Org.Br/Revista/Index.Php/Ae/Article/View/106](https://Www.Infodesign.Org.Br/Infodesign/Article/View/355%0ahttp://Www.Abergo.Org.Br/Revista/Index.Php/Ae/Article/View/731%0ahttp://Www.Abergo.Org.Br/Revista/Index.Php/Ae/Article/View/269%0ahttp://Www.Abergo.Org.Br/Revista/Index.Php/Ae/Article/View/106)
- Abdurrohman. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Ekonomi Syariah*, 2, 098–105.
- Aditya, A. R. (2023). Efektivitas Media Sosial Dan Teknologi Informasi Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Operasional Transaksi Jual Beli Online. *Journal Of Information Systems And Management ...*, 02(03), 65–70. [Https://Jisma.Org/Index.Php/Jisma/Article/View/385%0ahttps://Jisma.Org/Index.Php/Jisma/Article/Download/385/85](https://Jisma.Org/Index.Php/Jisma/Article/View/385%0ahttps://Jisma.Org/Index.Php/Jisma/Article/Download/385/85)
- Ahmad Zaky Darmawan, A. D. N. A. (2022). *Kajian Ekonomi & Keuangan Syariah Sinergi Dan Inovasi: Meningkatkan Kontribusi Ekonomi Dan Keuangan Syariah 2022* (I. R. Prijono & Koordinator (Eds.)). [Https://Www.Bi.Go.Id/Id/Publikasi/Laporan/Documents/Keksi_2022.Pdf](https://Www.Bi.Go.Id/Id/Publikasi/Laporan/Documents/Keksi_2022.Pdf)
- Amruddin, Priyannda, R., Agustina, T. S., & Ariantini, N. S. (2022). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*.
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418. [Https://Doi.Org/10.24036/Jmpe.V4i3.11509](https://Doi.Org/10.24036/Jmpe.V4i3.11509)
- Aslam, A. P. (2023). Do Economic Literacy And Digital Literacy Among Business Actors Registered In The Grab Application Contribute To Entrepreneurial Behavior? *Pinisi*

- Journal Of Entrepreneurship Review*, 1(2), 99–108.
<https://Journal.Unm.Ac.Id/Index.Php/Pjer/Article/View/285%0ahttps://Journal.Unm.Ac.Id/Index.Php/Pjer/Article/Download/285/288>
- Bobi, Y. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 2 No.2 Juli, Tahun 2008*, 8(2). File:///C:/Users/Hp/Downloads/2742-9117-1-Pb.Pdf
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Toman Sony Tambunan (Ed.)). Cv. Media Sains Indonesia. File:///C:/Users/Hp/Downloads/Bukudigital-Metodepenelitianpendekatankuantitatif.Pdf
- Dr. Alfonsitus. (2023). *Perilaku Konsumen* (Nofrizal (Ed.)). Pt.Penamuda Media. <https://Online.Anyflip.Com/Tdezn/Ydzc/Mobile/Index.Html>
- Dukcapil Kota Bekasi. (2023). *Jumlah Penduduk Kota Bekasi Berdasarkan Umur Tunggal Dkb Semester 1 Tahun 2021*. <https://Disdukcapil.Bekasikota.Go.Id/Assets/Images/Download/65-05092021-Download.Pdf>
- Ferdian, P. N., Ellyawati, N., & Riyadi, R. (2022). Literasi Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. *Educational Studies: Conference Series*, 2(1), 40–45. <https://doi.org/10.30872/escs.v2i1.1188>
- Firdaus, A. B., & Pusposari, L. F. (2022). The Influence Of Economic Literacy And Lifestyle On The Consumptive Behavior Of Students. *J-Pips (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 8(2), 172–182. <https://doi.org/10.18860/jpips.v8i2.15260>
- Firdaus, B. A. (2021). *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pips Uin Maulana Malik Ibrahim Malang* (Vol. 3, Issue 2). <http://etheses.uin-malang.ac.id/27512/1/17130134.Pdf>
- Fuadi, A. I. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/I Psikologi Di Universitas Medan Area. *Uma*, 2, 1–11. [http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/9718/1/Ali Imron Fuadi - Fulltext.Pdf](http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/9718/1/Ali%20Imron%20Fuadi%20-%20Fulltext.Pdf)
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. <https://drive.google.com/file/d/1qyiwnczcrib5ijiebxlchs6nekgb2tdzr/view>
- Indriyani, A. ., Suparuddin, & Wiralaga, K. . (2022). The Effect Of Economic Literacy , Lifestyle And Self Control On Consumptive Behavior Of Students Of The Faculty Of Economics State University Of Jakarta. *Review Of Multidisciplinary Education, Culture And Pedagogy*, 1(3), 37–52.
- Ismayanti. (2021). *Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Jannah, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Unesa. *Jpeka: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 3(2), 117–124. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n2.p117-124>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). *Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja*. 24–161.
- Marganingsih, A., & Pelipa, E. D. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stkip Persada Khatulistiwa Sintang. *Jurkami : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.31932/jpe.v4i1.433>
- Murniatiningsih, E. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Smp Negeri Di Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5(1), 127.

- <https://doi.org/10.26740/jepk.v5n1.p127-156>
- Muttaqin, F. N., Noviani, L., & Sudarno, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 10(3), 237–246. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p237-246>
- Novianti, A. K., & Anasulloh, M. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Semester Viii Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022 / 2023. 2(September), 2386–2398.
- Novityawati, T. (2020). Peran Konsep Diri Dalam Memoderasi Pengaruh Literasi Ekonomi, Status Ekonomi Orang Tua, Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Siswa Kelas Xi Ips Sma Negeri Di Kota Semarang) (Issue 1). Unnes. <https://www.e-ir.info/2018/01/14/Securitisasi-Theory-An-Introduction/>
- Nurfitri, A. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta. In *Institutional Repository Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50126>
- Nurjanah, R., Yahya, A., Kosim, M., Putri, N. K., & Ningamah, H. (2024). Implikasi Penggunaan E-Money, Literasi Keuangan, Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ecogen*, 7(1), 64. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v7i1.15646>
- Puryasari, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stkip PGRI Tulungagung. *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.30599/utility.v3i1.520>
- Putri, E., Eliza, M. S., Qudsi, L. J., Khamidah, L., & Susanti, E. N. (2023). Efektivitas Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Digital Pada Mahasiswa Erika. *Jpe (Jurnal Pendidikan Edutama)*, 10(1), 209–222. <https://ejournal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/jpe/article/view/3135>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, Husnilfatima Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. File:///C:/Users/Hp/Appdata/Local/Microsoft/Windows/Inetcache/Ie/8hhctqz7/7750_Book+Teori+Perilaku+Konsumen[1].Pdf
- Rifdani, R., & Cerya, E. (2022). Bagaimana Literasi Keuangan Mempengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi ? *Jurnal Ecogen*, 5(1), 102. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i1.12779>
- Safitri, C. M. P., Gunawan, S.Pd.I, M.A., Murtopo, S.E., M. S., Adi Sofyana Latif, S.Si., M.M., Cma. C.Mp. Cprm., Henni Noviasari, Se., M., Agnes Alvionita, Se., Sh., Mm., Sri Wahyuni Wildah, S.Ip., M., Dr. Fauzi, S.E., M. Kom., Me., Akt. Ca., Cma., Ida Ayu Putu Megawati, S.E., M. M., Edy Anas Ahmadi, S.E., M.M., Astika Ayuningtyas, S.Kom., M. C., & Dan Dr. Gatot Wijayanto, Se., M.Si., Ciar., C. (2020). *Digital Marketing: Menembus Market Meningkatkan Omset* (M. P. Kodri (Ed.); 1st Ed.). Cv. Adanu Abimata, Indramayu Jawa Barat. File:///C:/Users/Hp/Appdata/Local/Microsoft/Windows/Inetcache/Ie/6itsxw6n/Digital_Marketing[1].Pdf
- Salsabila, F. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner Yang Terdaftar Pada Aplikasi Go Food Di Pasar Segar Kota Makassar.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 5(1), 53–65. <http://journal.lembagakita.org>

- Sinaga, A. B., Sebayang, A. A., & Limbong, W. S. Br. (2021). Peningkatan Literasi Melalui Penerapan Dear Di Panti Asuhan Rahpia Simalingkar B Medan. *Jurnal Abdimas Mutiara*, Volume 2. [Http://E-Journal.Sari-Mutiara.Ac.Id/Index.Php/Jam/Article/View/2144/1490](http://E-Journal.Sari-Mutiara.Ac.Id/Index.Php/Jam/Article/View/2144/1490)
- Watung, S. R. W. (2022). *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Prilaku Komsumtif Mahasiswa* (1st Ed.). Cv. Bintang Semesta Media. File:///C:/Users/Hp/Downloads/Literasi Ekonomi Fulltext.Pdf
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal Emt Kita*, 7(1), 47–61. [Https://Doi.Org/10.35870/Emt.V7i1.728](https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728)