

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Literasi ekonomi

a. Pengertian Literasi Ekonomi

Mathews (1999) mengatakan, “Literasi ekonomi sebagai kepandaian individu untuk mengenali dan memakai konsep-konsep ekonomi serta cara berpikir ekonomi demi memperbaiki dan memperoleh kesejahteraan”. Dipertegas oleh pendapat Sina (2012, hlm. 135) bahwa Literasi ekonomi ialah alat yang bermanfaat untuk merubah perilaku individu yang tidak cerdas menjadi cerdas. Contohnya bagaimana untuk menggunakan pemasukan pribadi untuk menabung, melakukan investasi, adanya proteksi dan mencukupi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi, mengurangi perilaku konsumtif peserta didik. Seperti yang dicetuskan oleh Budiwaty (2014), “Literasi ekonomi yang rendah juga mempengaruhi perilaku konsumen yang merupakan ilmu esensial dalam menghadapi permasalahan ekonomi”.

b. Indikator literasi ekonomi

Menurut NCEE, ada tiga penanda literasi ekonomi :

1. Dapat menguraikan pengaruh dari lingkungan social

Lingkungan sosial terdiri dari hubungan yang masuk akal antara orang-orang yang memenuhi keinginan mereka dan menemukan solusi untuk tantangan yang mereka hadapi.”.

2. Dapat menguraikan pemanfaatan sumber daya yang terbatas

Literasi Kompetensi ekonomi didefinisikan dengan pengetahuan yang diperoleh selama belajar atau mengkaji terus menerus. Maka, ada hubungannya dengan kapasitas sumber daya yang keberadaannya terbatas dengan penggunaan yang tepat. Oleh karena itu, ekonomi yang baik dapat digunakan seseorang dengan penggunaan sumber daya yang tepat. Marina (2014) mengatakan bahwa literasi ekonomi menunjuk pada keahlian seseorang untuk mengkaji dan melafalkan tentang ekonomi. Pada kedudukan ekonomi

pengetahuan, mengkaji dan melafalkan dipergunakan untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan keberadaan sumber daya produktif untuk dapat memanifestasikan macam-macam barang dan jasa dan menyebarkannya ke sekumpulan warga yang berbeda.

3. Dapat mengkaji dari manfaat dan beban dari transaksi ekonomi

Opini mengenai tanggapan yaitu seseorang sebagai pengguna yang ditawarkan produk memercayai bahwa produk tersebut akan bermanfaat untuk individu tersebut.

c. Pentingnya Literasi Ekonomi

1. Dalam hal aset : kemampuan kognitif menentukan cara melakukan investasi. Literasi ekonomipun dirasa penting dalam hal membuat keputusan ekonomi.
2. Dalam hal utang : wawasan ekonomi memfasilitasi analisis yang cermat ketika mengendalikan utang. Keterampilan dan wawasan ekonomi mempengaruhi pengendalian utang.
3. Dalam hal perlindungan : wawasan dan pemahaman akan diri untuk melindungi diri sendiri dan kekayaan benda individu akan mempengaruhi keputusan untuk mengalihkan resiko.
4. Dalam hal tabungan : literasi ekonomi dan kemauan untuk menabung berkorelasi positif. Pengetahuan ekonomi yang rendah mengakibatkan turun minat akan menabung.
5. Dalam hal pengeluaran : pengelolaan finansial mempengaruhi status keuangan individu/keluarga.

d. Faktor-faktor yang berpengaruh untuk tingkat literasi ekonomi :

Menurut Ramdhan R. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh untuk tingkat literasi ekonomi ialah:

1. Jenis kelamin

Dipaparkan sebagai suatu kelas atau golongan yang terbentuk hasil dari cara-cara seksual di dalam suatu kelas. Proses pemuliaan untuk menjaga kelangsungan hidup spesies (Indrawan, 2012).

2. Umur

Ada tiga jenis perhitungan umur sebagai berikut:

- a. Umur kronologis : Menghitung umur dari saat seseorang lahir hingga umur dihitung.
- b. Usia mental : Perhitungan umur yang diperoleh pada tingkat kemampuan mental seseorang.
- c. Umur biologis : Perhitungan umur menurut kematangan biologis seseorang.

3. Status Perkawinan

Status perkawinan menurut Pasal 1 UU Perkawinan tahun 1974 adalah pasangan suami-istri yang bertujuan membentuk keluarga (rumah tangga) agar bahagia dan kekal berdasar pada Ketuhanan Yang Maha Esa.

4. Hunian atau Tempat Tinggal

Menurut Undang-undang No. 4 Tahun 1992 “Rumah ialah tempat tinggal atau bangunan yang berguna sebagai tempat tinggal, dan cara membesarkan keluarga.”

5. Tingkat Pendidikan

Mengacu Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 1(11) menerangkan bahwa pendidikan formal ialah jalur pendidikan yang terbentuk secara hierarkis terdiri dari pendidikan tingkat mendasar, pendidikan tingkat menengah, dan pendidikan tingkat tinggi.

6. Karir

“Pengalaman kerja ialah tingkat perolehan wawasan dan keterampilan seseorang dalam bidang pekerjaan yang bisa diukur selama kurun waktu kerja” (Rozarie 2017).

2. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian dari Perilaku Konsumtif

Menurut Anggasari dalam Ambarwati (2014), perilaku konsumsi ialah hiperaktif yang sifatnya dengan membeli produk-produk yang tidak terlalu dianggap atau

diperhatikan. Pemaparan lain menurut Sumartono (Triyaningsih, 2011) dalam Ambarwati (2014), perilaku konsumsi dilihat dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan serta akan membuat kepuasan dan rasa nyaman dari fisik yang maksimal dengan menggunakan segala sesuatu yang ditafsir termahal dan tak terkendali yang membuat adanya rasa puas dan nyaman fisik sangat besar serta didorong oleh semua keinginan untuk keinginan dalam bersenang-senang semata.

b. Indikator konsumen berperilaku konsumtif

Sumartono (2002, hlm.119) indikator berperilaku konsumtif ialah :

1. Membeli suatu produk dengan adanya iming-iming hadiah

Ketika seseorang membeli produk tertentu, mereka akan mengadopsi perilaku konsumen karena penawaran hadiah yang menarik.

2. Membeli suatu produk dikarenakan memiliki kemasan produk menarik

Seseorang yang mudah dibujuk untuk membeli suatu produk Dihiasi dengan kemasan bersih serta warna yang menarik. Dimana individu muncul ketertarikan dalam membeli produk tersebut dengan kemasan yang disukainya.

3. Demi menjaga penampilan dan kehormatan

Seseorang yang membeli produk umumnya memiliki ciri khas tersendiri dalam berpakaian, berpakaian, gaya rambut, dll, sehingga memiliki keinginan untuk membeli yang tinggi. Tujuannya adalah untuk memiliki tampilan yang memungkinkan individu untuk selalu mendapatkan perhatian orang lain. Individu menghabiskan sangat banyak uang demi mempertahankan penampilan mereka.

4. Membeli produk dengan mempertimbangkan harga (bukan berdasarkan keuntungan ataupun nilai guna).

Alasan seseorang membeli suatu barang tidak karena kemudahan penggunaan, tetapi karena dari harga yang diajukan.

5. Pembelian suatu produk hanya untuk mempertahankan simbol status.

Seseorang yang bertindak secara konsumtif untuk mempertahankan serta memajukan status sosial mereka. Sering ditemui di golongan atas, yang memiliki pencapaian untuk membeli barang-barang dengan harga mahal dan berinteraksi

dengan kelompok yang pilihan dan golongan atas. Oleh karena itu, pemikiran seperti ini mendukung seseorang dengan daya beli tinggi dalam hal berpakaian, berdandan, gaya rambut, dll, untuk mendukung eksklusif barang mahal dan memberi kesan masyarakat kelas atas.

6. Menggunakan produk karena model yang mempromosikan produk.

Seseorang yang condong untuk meniru idola mereka dengan segala bentuk yang tersedia dan dapat digunakan. Sehingga yang mempunyai produk pasti tau model yang mengiklankan tersebut apakah dapat mempengaruhi konsumen.

7. Muncul evaluasi bahwa jika produk yang dibelinya dengan penawaran harga yang tinggi, akan menimbulkan lebih kepercayaan diri seseorang.

Seseorang yang percaya dengan membeli atau memiliki produk dengan harga tinggi membawa tingkat kepercayaan diri yang tinggi kepada masyarakat. Karena itu, seseorang tersebut mungkin berpikir bahwa membeli produk yang mahal memberi kepercayaan diri.

8. Mencoba membeli dua atau lebih produk serupa (merek lain).

Seseorang yang dapat dengan mudah membeli produk yang sama sangat mudah bagi individu untuk membeli suatu produk yang sama meskipun produk sebelumnya masih ada. Yaitu membandingkan penawaran kualitas dan harga yang lebih baik.

c. Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rasyid (1997) sebagai berikut :

1. Pembelian Impulsif (*Impulse buying*)

Remaja yang melakukan perilaku pembelian secara tiba-tiba hanya karena didasari oleh keinginan di waktu singkat yang dilakukan tanpa melihat resiko apa yang terjadi selanjutnya didasarkan oleh rasa emosi semata.

2. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumen sebagai pemborosan banyak uang yang tak mengenali kebutuhan yang jelas.

3. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Seorang Konsumen membeli sesuatu yang dilakukan hanya demi kesenangan tindakan yang dilakukan. Hal yang dituntut ialah ketidaknyamanan fisik. Oleh karena itu, remaja akan memakainya agar merasa berbeda dari yang lain, dan akan memotivasi karakter remaja untuk menjadi *trendy*.

d. Faktor-faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Suwarman (2015, hlm.5), Penelitian perilaku konsumen terdiri dari tiga perspektif untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memiliki dampak signifikan terhadap pemikiran dan berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Perspektif tersebut ialah :

1. Pengambilan keputusan

Perspektif ini mengandaikan bahwa konsumen melakukan serangkaian kegiatan ketika membuat keputusan pembelian.

2. *Eksperiensial* (pengalaman)

Pandangan yang dimaksud ialah mengisyaratkan bahwa konsumen banyak berkeputusan untuk membeli produk yang belum tentu didasarkan pada keputusan rasional untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.

3. Perspektif Pengaruh *Behavioral* (perilaku)

Pandangan yang dimaksud ialah bahwa konsumen sering membeli produk daripada karena alasan rasional atau emosional yang datang darinya.

e. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Menurut Sunyoto (2015, hlm.124) konsumen usia muda atau remaja mempunyai ciri-ciri seperti :

1. Konsumen muda atau remaja sangat mudah terpengaruh promosi penjualan.
2. Sangat mudah terbujuk oleh iklan, terutama pada keunikan bungkus atau yang sering disebut dengan *packaging*.
3. Tidak sederhana dan berpikir untuk hemat.
4. Kurang realistis, terkesan romantis, dan mudah dibujuk.

f. Dampak Perilaku Konsumtif

Menurut Irmasari (2010) mengatakan bahwa Perilaku konsumtif khususnya bagi remaja sangat merugikan. Antara Lain:

1. Kecemburuan Social
2. Kesempatan Menabung Berkurang
3. Kecenderungan Tidak Memikirkan Kebutuhan Masa Depan

Kecemburuan sosial terjadi atau diperlukannya barang-barang mahal agar orang dapat membeli segala sesuatu yang diinginkannya tanpa memikirkan apakah barang tersebut murah. . Tidak, bagi mereka yang tidak mampu, Anda tidak bisa mengikuti pola hidup seperti itu. Perilaku konsumen cenderung menghabiskan lebih banyak uang daripada yang disisihkan untuk ditabung.

Sedangkan Menurut Wahyudi (dalam Yuliantari & Herdiyanto, 2015, hlm.90) perilaku konsumsi memiliki dampak yang merugikan bagi remaja. Menurutnya, dampaknya adalah:

1. Kebiasaan boros

Dampak buruk yang dapat terjadi jika kita bertindak mencolok adalah sifat kemewahan atau pemborosan uang. Anda mungkin membuang-buang uang masa muda atau bersenang-senang untuk memuaskan hasrat belanja dan kebutuhan sementara.

2. Kesenjangan atau Ketimpangan Sosial

Kecemburuan terjadi apabila orang lain dapat memiliki atau membeli. Ini memberi kesan bahwa individu tidak suka berada di lingkungan tersebut.

3. Kejahatan

Efek ini sering terlihat dengan perilaku seseorang yang belanja saat tidak mempunyai uang. Individu membenarkan segala cara untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Perilaku ini contohnya pencurian dan pencopetan.

4. Tidak Produktif

Kebiasaan perilaku konsumen adalah pribadi yang tidak produktif. Individu dapat memperoleh uang, tetapi menggunakan atau hanya menghabiskan uang untuk berbelanja.

Kesimpulannya bahwa semakin tinggi latar belakang finansial peserta didik akan semakin rasional perilaku konsumsi siswa tersebut. Dengan memiliki literasi ekonomi, seseorang dapat mengatasi faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumsi dan pengaruh perilaku konsumsi.

B. Hasil Penelitian yang Terdahulu

Tabel 2.1
Hasil Penelitian yang Terdahulu

Nomor	Nama peneliti / tahun	Judul	Tempat penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Eva Oktafikasari /2017	PENG ARUH KOFO RMITA S HEDO NIS DAN IITER ASI EKON OMI TERH ADAP	UNIVERI STAS NEGERI SEMARA NG	deskriptif & analisis kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan konformitas hedonis, dan gaya hidup konsumtif terhadap perilaku konsumtif (2) terdaapat pengaruh negatif dan signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif (3) terdapat pengaruh positif dan	Sama-sama meneliti pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif	Beda variabel lainnya , beda subjek dan objeknya

PERJIA KU KONS UMTIF MAHA SISWA BIDIK MISI UNIVE RISTA S NEGE RI SEMA RANG ANGK ATAN TAHU N 2014			signifikan konformitas hedonis terhadap gaya hidup konsumtif (4) tidak ada pengaruh literasi ekonomi terhadap gaya hidup konsumtif (5) gaya hidup konsumtif signifikan menjadi mediator pengaruh konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif (6) gaya hidup konsumtif gagal menjadi mediator pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif		
--	--	--	---	--	--

2.	Ayu Nurfitriah/2020	PENGARUH IITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA	DENGAN GAYA HIDUP KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL	PENGARUH IITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA	SAMA-SAMA MENELITI PENGARUH LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION PADA	BEDA PADA VARIABEL LAINNYA SERTA OBJEK &
----	---------------------	---	--	---	--	--

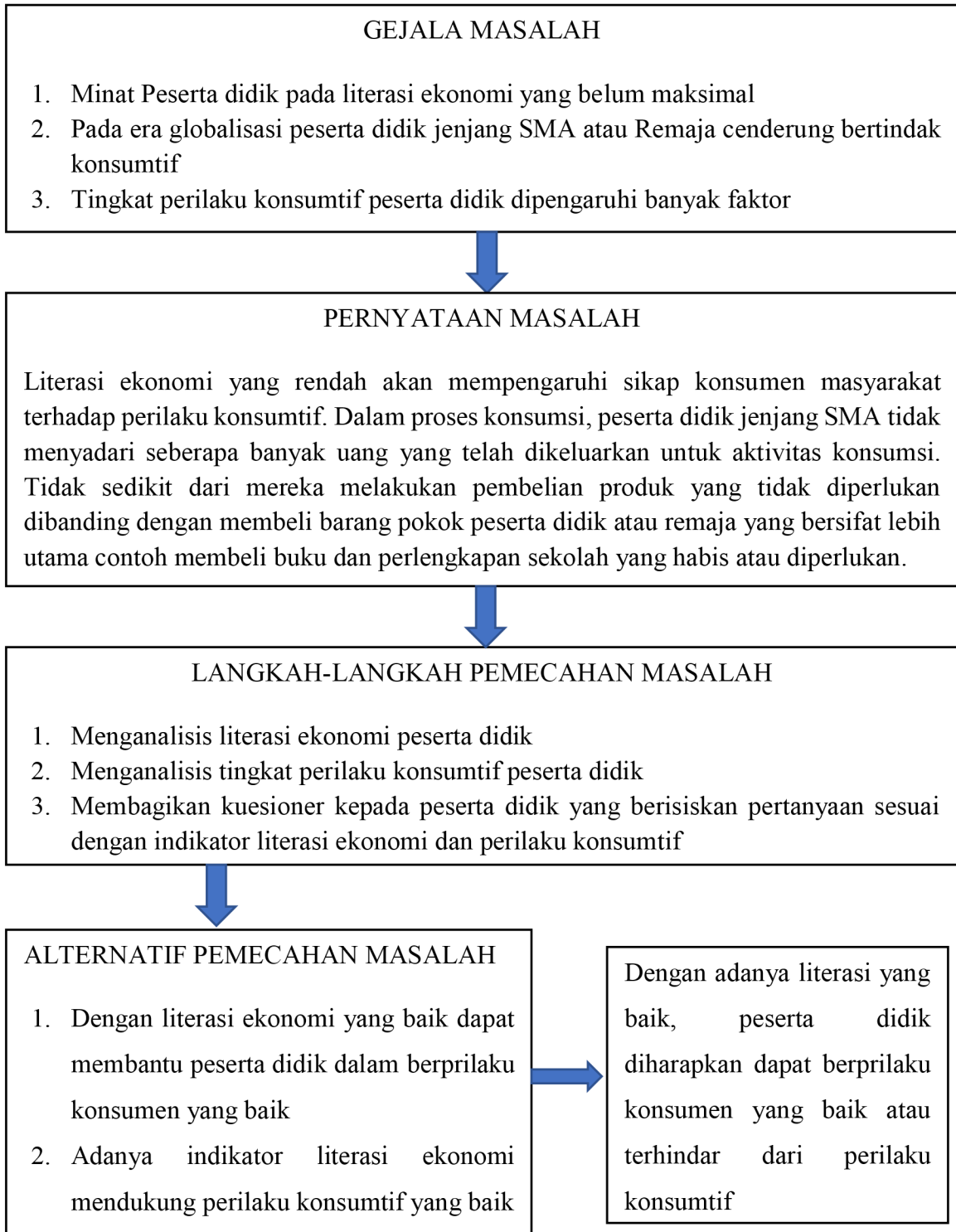
	DAN GAYA HIDUP TERH ADAP PERIIA KU PEMB EIIAN KONS UMTIF UNTU K PROD UK FASHI ON PADA MAHA	JAKARTA A	mahasiswa Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebesar 16,16%. Hal ini berarti tinggi atau rendahnya tingkat literasi ekonomi mahasiswa akan mempengaruhi dalam perilaku pembelian konsumtif. Dengan demikian, semakin tinggi literasi ekonomi mahasiswa, maka semakin rendah perilaku pembelian konsumtif yang dilakukan begitupun sebaliknya semakin	perilaku konsumtif	subjek yang diteliti

		<p>SISWA JURUSAN PENDIDIKAN IPS UIN SYARIF F HIDAYATULLAH ATUTAH AH JAKAR TA</p>		<p>rendah literasi ekonomi mahasiswa , maka semakin tinggi perilaku pembelian konsumtif yang dilakukan . 2. Terdapat pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku pembelian konsumtif untuk produk fashion pada mahasiswa Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebesar 67,6%. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat bermewah-mewahan gaya hidup seseorang akan</p>	
--	--	--	--	---	--

3.	Widiasari/2020	PENG ARUH IITER ASI EKON OMI TERH ADAP TINGK AT PERJIA KU KONS UMTIF SISWA	SMAN 3 PANDEGI ANG	Regresi & analisis kuantit atif	meningkatkan perilaku pembelian konsumtif	Sama-sama meneliti variabel yang sama yaitu perilaku konsumtif dan literasi ekonomi	Beda subjek
					Hasil penelitian menunjukkan rekapitulasi skor rata-rata tanggapan responden mengenai (i) Kondisi literasi ekonomi siswa 3,89 dengan kategori “baik”. (ii) Kondisi perilaku knsumtif siswa 3.15 dengan kategori		

		<p>KEIAS XI IPS DI SMAN 3 PAND EGIAN G</p>		<p>“baik”. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan melalui perhitungan koefisien determinasi, diperoleh hasil penelitian bahwa literasi ekonomi dan pengaruhnya sebesar 19,8% terhadap perilaku konsumtif siswa dan sisanya 80,2% dipengaruhi oleh faktor lain.</p>	
--	--	---	--	--	--

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka berpikir

D. Asumsi dan Hipotesis

Dalam asumsi dan hipotesis peneliti dalam penelitiannya tentang pengaruh literasi ekonomi terhadap tingkat perilaku konsumsi siswa SMA Pasundan 2 Bandung, peneliti mendalilkan:

1. Asumsi

Penulis penelitian ini membuat asumsi sebagai berikut:

- a. Peserta didik Ketika mengevaluasi perilaku konsumsi dalam kehidupan sehari-hari mereka, peserta didik menggunakan keterampilan ekonomi mereka.
- b. Faktor-Faktor yang berhubungan dengan konsumsi, seperti impulsivitas, daya beli, dan lingkungan.
- c. Peserta didik dapat belajar tentang ekonomi di sekolah dan mempraktikkan apa yang telah dipelajari ke dalam kehidupan mereka.

2. Hipotesis

"Literasi ekonomi berdampak pada tingkat perilaku konsumsi siswa," menurut hipotesis penelitian. Hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) memiliki persamaan yaitu.

- a. Adanya pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Pasundan 2 Bandung.
- b. Tidak adanya pengaruh terhadap tingkat perilaku konsumsi dari adanya literasi ekonomi pada siswa SMA Pasundan 2 Bandung.