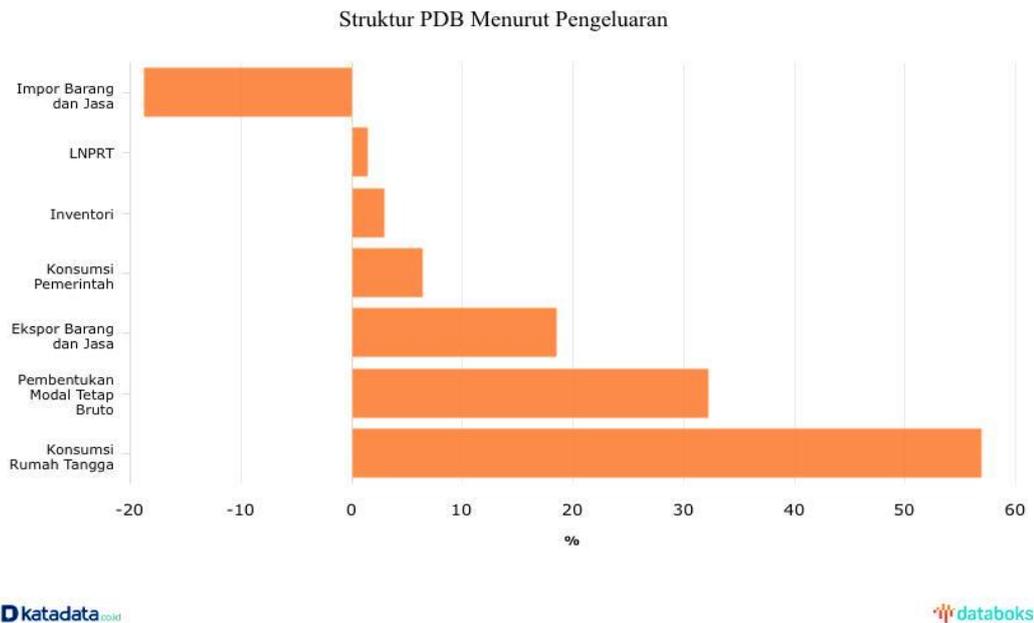


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di negara-negara berkembang pengeluaran terbesar dialokasikan untuk pembangunan infrastruktur yang merupakan barang publik murni yang tidak dapat dihasilkan oleh pihak swasta seperti energi, pertahanan, dan juga untuk membiayai kegiatan sosial seperti pendidikan, kesehatan, dan lain-lain dimana pembiayaannya dilaksanakan dengan prinsip kemampuan membayar (Syamsi dalam Fadilah, 2019, hlm. 17). Selain itu, hal ini pun berkaitan dengan meningkatnya defisit fiskal di negara berkembang, karena keterbatasan kemampuan negara dalam meningkatkan penerimaannya untuk membiayai pengeluaran pemerintah yang semakin tinggi. Terlihat pada struktur PDB berdasarkan dari pengeluarannya supaya lebih jelas dengan memperhatikan grafik dibawah ini.



Gambar 1.1
Struktur PDB

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), Tahun 2019

Ekonomi Indonesia pada triwulan I 2019 mengalami perkembangan 5,07% apabila dibandingkan dengan triwulan I 2018. Jika dilihat dari struktur Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia menurut pengeluaran atas harga berlaku di

triwulan I 2019, tidak adanya perubahan yang signifikan. Perekonomian Indonesia masih didominasi oleh komponen pengeluaran konsumsi rumah tangga (PK-RT) yang mencakup lebih dari separuh PDB Indonesia, yaitu sebesar 56,82%. Komponen selanjutnya diikuti oleh komponen pembentukan modal tetap bruto (PMTB) sebesar 32,17%. Komponen ekspor barang dan jasa berkontribusi sebesar 18,48%. Komponen pengeluaran konsumsi pemerintahan (PK-P) menyumbang sebesar 6,35%. Komponen perubahan inventori berkontribusi 2,89% dan pengeluaran konsumsi lembaga non-profit yang melayani rumah tangga (PK-LNPRT) sebesar 1,36%. Sementara itu, komponen impor barang dan jasa menjadi faktor pengurang dalam PDB dengan peran sebesar 18,74. Menurut Fabrice Carrasco, Managing Director Indonesia-Vietnam-Philippines Kantar WorldPanel (KWP).

Tingginya pertumbuhan konsumsi domestik membuat laju perekonomian Indonesia tetap stabil di tengah kondisi perekonomian dunia yang penuh dengan ketidakpastian. Dijelaskannya, hampir sebagian rakyat Indonesia mempunyai perilaku konsumtif dan menyukai barang-barang baru. Mereka juga rela menghabiskan sebagian pendapatan mereka untuk membeli produk baru yang sedang tren. Sedangkan pada negara lain hanya ditopang kinerja ekspor dan belanja pemerintah, namun pada kenyataannya di Indonesia dominan pada pengeluaran konsumsi rumah tangga atau konsumsi domestik yang dimana perilaku konsumsi masyarakat Indonesia tergolong cukup tinggi (<https://www.jpnn.com>).

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

Konsumtif yaitu suatu perilaku berkonsumsi yang boros atau berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah. Dalam arti lain konsumtif tidak lagi mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu. Definisi konsumtif sendiri adalah suatu perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Maksudnya perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli barang diluar kebutuhan sewajarnya, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*).

Sumartono dalam (Syarifudin, 2018, hlm. 10) mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja, hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Kelompok usia yang sangat konsumtif adalah kelompok usia remaja.

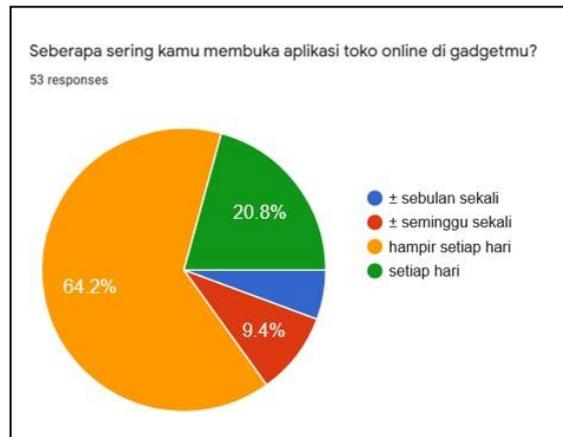
Menurut Monks dalam (Firdaus, 2018, hlm. 7) remaja merupakan masa transisi dari anak-anak hingga dewasa, fase remaja tersebut mencerminkan cara berpikir remaja masih dalam koridor berpikir konkret, kondisi ini disebabkan pada masa ini terjadi suatu proses pendewasaan diri remaja. Remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian tiga masa, yaitu:

- a. Masa remaja awal (*early adolescent*) umur 12-15 tahun.
- b. Masa remaja pertengahan (*middle adolescent*) umur 15-18 tahun.
- c. Masa remaja akhir (*late adolescent*) umur 18-21 tahun.

Pada usia remaja, kematangan emosi individu belum stabil yang akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala perilaku membeli yang tidak wajar. Membeli dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan atau direncanakan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial atau hanya keisengan tersendiri (Sari, 2014, hlm. 49).

Dari hasil survei Indonesia Millennial Report (2019, hlm. 85) sebenarnya milenial cukup konsumtif dalam menggunakan uangnya. Mayoritas pengeluaran milenial sebanyak 51% dihabiskan untuk keperluan konsumsi rutin, sedangkan dana untuk menabung hanya sebesar 10% dan kebutuhan hiburan sebesar 8%.

Adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustine (2021, hlm. 17) untuk mengetahui sejauh mana remaja mengkonsumsi barang yang dilihat dari intensitas waktu belanja *online* dan kebiasaan berbelanja *online*. Berikut disajikan diagram hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustine.



Gambar 1.2

Intensitas Berdasarkan Seberapa Sering Membuka Aplikasi

Sumber: Penelitian Mahasiswa DKV UNIKA tahun 2021

Kuesioner dibagikan untuk mendapatkan data kuantitatif terkait perilaku remaja dalam melakukan kegiatan berbelanja *online*. Dari penyebaran kuesioner ini, didapatkan data bahwa sebanyak 64,2% remaja membuka aplikasi toko *online* hampir setiap hari, dan sebanyak 20,8% membuka aplikasi toko *online* setiap hari, dan sisanya menjawab seminggu sekali sebanyak 9,4%, dan sebulan sekali sebanyak 5,7%.



Gambar 1.3

Intensitas Berdasarkan Seberapa Lama Membuka Aplikasi

Sumber: Penelitian Mahasiswa DKV UNIKA tahun 2021

Data berikutnya yaitu intensitas belanja *online* berdasarkan berapa lamanya membuka aplikasi toko online dalam sehari, intensitas waktu 3-4 jam sebanyak 41,5%, intensitas waktu lebih dari 4 jam sebanyak 24,5%, dan intensitas waktu 1-2 jam sebanyak 34%.



Gambar 1.4
Kebiasaan Belanja Online Remaja

Sumber: Penelitian Mahasiswa DKV UNIKA tahun 2021

Didapatkan juga data bahwa produk yang paling sering dibelanjakan yaitu produk *fashion* dan kecantikan dengan persentase sama yaitu sebanyak 28,3%, yang kebanyakan dipilih oleh remaja wanita. Sedangkan remaja pria lebih memilih belanja otomotif, elektronik, dan peralatan olahraga.

Berdasarkan data hasil penelitian tersebut, perilaku konsumtif remaja termasuk kedalam kategori cukup sering. Dalam proses konsumsi tidak menyadari seberapa banyak uang yang sudah dikeluarkan untuk kegiatan konsumsi. Banyak dari mereka melakukan pembelian barang produksi yang tidak dibutuhkan dibandingkan dengan pembelian barang pokok peserta didik atau remaja yang sifatnya lebih penting seperti pembelian buku dan perlengkapan sekolah lainnya. Hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa siswa kelas XII di SMA Pasundan 8 Bandung bahwa dalam mengkonsumsi suatu barang bukan hanya didasari oleh kebutuhan, melainkan dari keinginan yang lebih besar dan adanya pengaruh oleh lingkungan sekitar membuat siswa merasa konsumtif dalam membeli suatu barang.

Hal ini ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan yang ramai, warkop, distro, aneka jasa dan aneka warung yang ada. Selain itu tersedianya mal, café dan ruko-ruko yang berada di pusat kota yang juga banyak menyediakan barang bermerek yang kekinian. Karena letak sekolah yang berada di pusat kota dari pusat perbelanjaan mengundang siswa untuk datang berbelanja. Kemudahan akses mendukung siswa cepat dalam mendapatkan

barang tren yang ingin mereka miliki. Keinginan untuk mendapatkan barang tersebut menunjang mereka untuk mengaplikasikan perilaku konsumtif. Seperti membeli sepatu yang bermerek all star, vans, nike. Yang tidak kalah menarik adalah memiliki *handphone* dengan merek *Iphone*, *Samsung*, *Xiaomi*, *Vivo*. Penggunaan *handphone* digunakan dengan tujuan agar mereka dapat diterima oleh teman sebayanya. Mereka senang berkumpul untuk membandingkan barang kepemilikannya dengan barang temannya untuk melihat barang siapa yang lebih kekinian. Juga tidak ketinggalan siswa memiliki *fashion* dengan mode baru yang bermerek *distro*, *levis*, *h&m*, *berskha*, *pull&bear*. Mereka menggunakan uang dari orang tuanya demi mendapatkan barang-barang tersebut.

Adanya keinginan untuk memiliki barang yang sedang tren merupakan sensasi para siswa untuk hidup mencari kesenangan. Akibatnya pelajar tidak memperhatikan kebutuhannya ketika membeli dan ingin mencoba sesuatu yang baru. Hal ini dipelopori oleh media, pusat perbelanjaan dan konformitas teman sebaya yang mengikuti mode yang sedang beredar.

Pada kenyataannya peserta didik mengetahui mengenai perilaku konsumtif pada diri masing-masing dan sudah mengetahui skala prioritas yang dimana skala prioritas dapat membatasi perilaku konsumtif tetapi skala prioritas jarang digunakan oleh kebanyakan peserta didik yang dapat mengakibatkan adanya pemborosan. Peserta didik pun memahami mengenai dasar-dasar dari ilmu ekonomi yang sudah didapatkan selama proses pembelajaran di dalam kelas, tetapi pada kenyataannya ilmu ekonomi tersebut sulit untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Hal yang dapat dilakukan dalam mengambil suatu keputusan dan juga keahlian yang tepat, salah satunya yaitu dengan cara meningkatkan literasi ekonomi. Literasi ekonomi menjadi bagian yang sangat penting dalam pengambilan keputusan keuangan yang efektif, dimana adanya literasi keuangan ini merupakan suatu pengetahuan, keterampilan, dan juga keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas seseorang dalam pengambilan keputusan, serta pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017, hlm. 77).

Terkait dengan hal tersebut, pendidikan memiliki peran penting dalam meningkatkan SDM yang berkualitas (Solihat & Arnasik, 2018, hlm. 1). Seseorang diharuskan untuk dapat mengembangkan kemampuannya dalam berbagai bidang untuk meningkatkan kualitas diri, salah satunya seperti kemampuan literasi, sesuai tujuan pendidikan itu sendiri yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 pasal 3 tentang Sistem Pendidikan Nasional, bahwa:

Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga yang demokratis serta bertanggung jawab.

Dalam mewujudkan tujuan dari pendidikan tersebut tentu saja banyak proses yang dibutuhkan. Sesuai survei yang dilakukan oleh OJK mengenai tingkat literasi keuangan yang masih rendah dan juga kesadaran individu yang dinilai kurang efektif, maka salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu meningkatkan kemampuan literasi ekonomi agar peserta didik dapat berpikir kritis serta mengambil keputusan secara rasional.

Dari ulasan di atas peneliti akan melakukan penelitian guna melihat adakah pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XII IPS di SMA Pasundan 8 Bandung. Sehingga berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif di SMA Pasundan 8 (Survei pada Siswa Kelas XII IPS Tahun Ajaran 2022/2023)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Peningkatan uang jajan dari orang tua dapat mendorong pola hidup siswa menjadi konsumtif, karena sesuai data yang diambil dari OJK sebanyak 51% uang milenial dihabiskan untuk keperluan konsumsi, sedangkan dana untuk menabung hanya sebesar 2% saja.

2. Masih rendahnya tingkat pemahaman literasi ekonomi di kalangan masyarakat, khususnya kalangan remaja.
3. Penerapan literasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari siswa masih sulit dilakukan, karena siswa belum sepenuhnya berpikir rasional dalam mengambil suatu keputusan.

C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkungannya agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Serta dalam pengamatan ini adalah : “Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Kelas XII IPS SMA Pasundan 8 Bandung Tahun Ajaran 2022/2023”.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana literasi ekonomi siswa kelas XII IPS di SMA Pasundan 8 Bandung Tahun Ajaran 2022/2023?
2. Bagaimana perilaku konsumtif pada siswa kelas XII IPS di SMA Pasundan 8 Bandung Tahun Ajaran 2022/2023?
3. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII IPS di SMA Pasundan 8 Bandung Tahun Ajaran 2022/2023?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengacu pada permasalahan yang telah disebutkan di atas yaitu mengetahui:

1. Literasi ekonomi pada siswa kelas XII IPS di SMA Pasundan 8 Bandung Tahun Ajaran 2022/2023.
2. Perilaku konsumtif pada siswa kelas XII IPS di SMA Pasundan 8 Bandung Tahun Ajaran 2022/2023.

3. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII IPS di SMA Pasundan 8 Bandung Tahun Ajaran 2022/2023.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan pada pengembangan teori serta pemahaman perilaku konsumtif.

2. Manfaat Dari Segi Kebijakan

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk suatu Lembaga dalam melakukan suatu pengembangan agar bisa meminimalisir perilaku konsumtif.

3. Manfaat Praktis

- a. Bagi siswa kelas XII IPS SMA Pasundan 8 Bandung, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi dalam meningkatkan efisiensi serta efektifitas perilaku konsumsi siswa, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar dapat berpikir secara kritis dan juga sistematis dalam menghadapi permasalahan yang sedang terjadi berkaitan dengan ekonomi.
- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII IPS di SMA Pasundan 8 Bandung.

4. Manfaat Dari Segi Isu

Pada penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh siswa, mahasiswa ataupun peneliti selanjutnya untuk dijadikan sebagai bahan referensi penelitian.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono dalam Korry, (2017, hlm. 37) adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau

kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data”.

Kemudian untuk memperjelas istilah-istilah yang tertera pada judul penulis menjabarkan sebagai berikut:

1. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2016) (<https://kbbi.kemdikbud.go.id>) “Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang”.
2. Menurut Solihat & Arnasik (2018, hlm. 9) “literasi ekonomi atau melek ekonomi adalah pemahaman dan pengetahuan dasar teori ekonomi, konsep dan aplikasi”.
3. Menurut Suminar & Meiyuntari, 2016, hlm. 147) “perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya”.

G. Sistematika Skripsi

Skripsi merupakan bagian yang memuat sistematika penulisan skripsi, yang didalamnya terdapat isi atau kandungan setiap bab nya, urutan penulisan, serta hubungan antara setiap bab dengan sub bab lainnya, dalam membentuk sebuah kerangka skripsi. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas agar tidak keliru mengenai pokok penulisan skripsi dan memudahkan pembaca dalam membaca skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Dalam buku panduan penulisan KTI FKIP UNPAS (2022, hlm. 37) bahwa : Pendahuluan dimaksudkan untuk mengajak pembaca ke dalam pembahasan suatu masalah. Inti dari pendahuluan adalah pernyataan dari masalah penelitian. Alasan dilakukannya penelitian ini adalah karena adanya beberapa hal yang perlu dikaji lebih dalam. Dengan membaca pendahuluan, pembaca dapat memahami arah masalah serta arah pembahasannya.

2. Bab II Kajian Teori dan Kerangka Pemikiran

Dalam buku panduan penulisan KTI FKIP UNPAS (2022, hlm. 39) menjelaskan mengenai kajian teori dan kerangka pemikiran sebagai berikut: Kajian teoritis mencakup deskripsi teoritis yang menitikberatkan pada hasil penelitian teori, kebijakan, dan regulasi yang didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang sejalan dengan pertanyaan penelitian. Melanjutkan penelitian teoritis dan mengembangkan kerangka pemikiran untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Dalam buku panduan penulisan KTI FKIP UNPAS (2022, hlm. 41) bab ini menyampaikan langkah-langkah secara sistematis, terperinci dan metode yang digunakan untuk menjawab pertanyaan dan memperoleh kesimpulannya.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam buku panduan penulisan KTI FKIP UNPAS (2022, hlm. 45) bab ini menyampaikan dua poin utama, yaitu hasil penelitian menurut berbagai hasil pengolahan data dan analisis data dalam bentuk-bentuk sesuai dengan urutan permasalahan, dan membahas hasil penelitian untuk menjawab rumusan penelitian.

5. Bab V Simpulan dan Saran

Dalam buku panduan penulisan KTI FKIP UNPAS (2022, hlm. 47) bab ini berisi berupa simpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, serta pemberian saran untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan dari penelitian yang telah dilakukan sebagai pemaknaan terhadap hasil analisis.