

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teori

1. Literasi Ekonomi

a. Pengertian Literasi Ekonomi

Menurut Musthafa dalam Puryasari (2019, hlm. 11) menjelaskan bahwa literasi merupakan kemampuan membaca, menulis dan berpikir kritis. Melalui literasi diharapkan tumbuh kesadaran kritis untuk mempelajari sesuatu yang baru atau mengasimilasikannya dengan pengetahuan sebelumnya. Literasi memiliki arti yang luas, sehingga ada berbagai jenis literasi, seperti literasi ekonomi, literasi media, literasi teknologi, literasi ekonomi, literasi moral, dan juga literasi informasi. Literasi dalam perekonomian suatu negara menjadi sangat penting, karena dapat menunjukkan bahwa masyarakat dalam suatu negara tersebut merupakan konsumen atau produsen yang cerdas dalam mengelola keuangan, dan mampu menggunakan uangnya secara cerdas, serta memilih produk yang dapat mendorong perekonomian negara.

Menurut Mathews dalam Aslamiah (2019, hlm. 43) menjelaskan bahwa “literasi ekonomi merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan individu agar dapat mengenali atau menggunakan konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan”.

Sedangkan menurut Jappelli dalam Solihat & Arnasik (2018, hlm. 10) pada prinsipnya literasi ekonomi merupakan alat untuk mencapai tujuan, hanya saja pada kenyataannya tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang tinggi sehingga mengkerutkan peluang mencapai kesejahteraan. Salah satu indikatornya adalah menjadi orang yang cerdas dalam mengelola sumber daya ekonominya guna mencapai kesejahteraan.

Sebagaimana yang telah diungkapkan 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.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi adalah suatu pengetahuan dan kemampuan individu dalam memahami teori dan konsep dasar ekonomi, serta cara berpikir kritis dalam pembuatan keputusan ekonomi, agar lebih cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai suatu kesejahteraan hidup, dengan mengaplikasikan konsep-konsep ekonomi tersebut.

b. Manfaat Literasi Ekonomi

Menurut Ismayanti dalam Puryasari (2019, hlm. 13) mengatakan bahwa “manfaat literasi ekonomi dapat menjadikan seseorang cerdas dalam mengelola keuangannya. Tidak menunda-nunda untuk membangun aset dan manajemen keuangan, tepatnya penerimaan dan pengeluaran per periode waktu tertentu.

Menurut Peter Garlans Sina dalam Muzakki (2018, hlm. 135) menjelaskan bahwa kondisi yang terjadi karena kurangnya pemahaman literasi ekonomi akibat dari pemahaman literasi ekonomi yang tidak memadai akan muncul dari bagaimana seseorang mengalami kesalahan ketika membuat keputusan pembelanjaan, fenomena lain adalah rendahnya jiwa masyarakat Indonesia untuk menabung dan kebiasaan belanja yang berlebihan sehingga sulit untuk menjadi konsumen yang cerdas.

Jika seseorang memiliki pemahaman dasar ekonomi yang baik, maka perilakunya pun akan sejalan dengan demikian akan semakin rasional pula pola konsumsinya seperti dalam membelanjakan uang yang dimilikinya.

c. Tujuan Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi secara eksplisit dapat dipelajari dan dikembangkan demi mencapai tujuannya itu kesejahteraan Sina (2012, hlm. 137). Pendidikan yang terfokus pada sosialisasi kemampuan membaca tidak sebatas membuat literasi sebagai program tetapi harus menjadi gerakan di masyarakat. Hal ini juga bertujuan dalam memberantas buta aksara atau

ketidakmampuan mengenali kata bukan sekadar baca tulis akan tetapi itu menjadi dasar untuk mengembangkan literasi ditengah melimpahnya informasi yang tersedia. Sosialisasi yang dilakukan dapat berupa himbauan pentingnya pemahaman tentang kondisi perekonomian yang sedang terjadi dan dampak luas yang dirasakan sehingga diharapkan dapat menjadi solusi bagi masyarakat dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Menurut Matsuura (*Director-General of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation*) bahwa literasi bukan hanya saja menyangkut keahlian berpikir dan membaca melainkan menyangkut proses pembelajaran (*learning*) dan keahlian hidup (*life skill*) yang akan digunakan manusia, komunitas ataupun suatu bangsa untuk bertahan dan secara berkelanjutan mengalami perubahan. Dengan kata lain, tanpa literasi maka suatu bangsa, komunitas ataupun manusia akan kesulitan memastikan untuk tetap bertahan hidup selayaknya sebagai manusia.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari Literasi Ekonomi itu untuk membantu seseorang dalam memahami kondisi perekonomian dan bagaimana cara agar bisa mengelola keuangan dengan baik. Hal ini dikarenakan ilmu ekonomi selalu bersentuhan dengan aktivitas sehari-hari. Contohnya adalah bagaimana seseorang akan membuat keputusan terkait membeli suatu barang atau produk dalam jumlah besar dengan mengeluarkan sejumlah uang ataukah akan dikombinasi dengan beberapa pilihan lainnya.

d. Indikator Literasi Ekonomi

Indikator literasi ekonomi menurut Juliana dalam Widiyanti (2020, hlm. 13) menjelaskan bahwa “seseorang yang memiliki literasi ekonomi jika memiliki pemahaman terhadap kebutuhan, kelangkaan, prinsip ekonomi dan motif ekonomi serta motif konsumsi”.

1). Pemahaman terhadap kebutuhan. Kebutuhan manusia pada hakikatnya digolongkan menjadi tiga bagian berdasarkan kepentingan

yaitu: kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan utama yang berkaitan dengan upaya mempertahankan hidup secara layak, yang terdiri dari sandang, pangan dan papan. Kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan usaha menciptakan kebahagiaan hidup, kebutuhan ini bisa ditunda jika pemenuhan kebutuhan primer belum terpenuhi. Sedangkan kebutuhan tersier atau kebutuhan mewah adalah kebutuhan yang berkaitan dengan usaha menciptakan atau meningkatkan harga diri, biasanya seperti kendaraan mewah, pakaian mewah dan lainnya.

2). Pemahaman terhadap kelangkaan. Kelangkaan merupakan kondisi saat alat pemuas kebutuhan jumlahnya tidak seimbang dengan kebutuhan yang harus dipenuhi dan untuk mendapatkan kebutuhan ini diperlukan pengorbanan yang lain. Masalah kelangkaan ini selalu dihadapkan bagaimana seseorang dapat memenuhi kebutuhan hidup yang beraneka ragam, dengan alat pemuas kebutuhan yang terbatas.

3). Pemahaman terhadap prinsip ekonomi. Prinsip ekonomi merupakan panduan untuk melakukan kegiatan ekonomi untuk mencapai perbandingan antara pengorbanan yang dikeluarkan dan hasil yang diperoleh. Prinsip ekonomi dalam kegiatan produksi adalah menghasilkan barang sebanyak-banyaknya dengan biaya produksi sekecil-kecilnya. Prinsip ekonomi memberikan kita keuntungan, yaitu dapat memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir kerugian. Ciri-ciri orang yang menerapkan prinsip ekonomi biasanya bertindak rasional, ekonomis, hemat, membuat skala prioritas dan memakai prinsip biaya dan keuntungan.

4). Pemahaman terhadap motif ekonomi, Setiap manusia saat melakukan tindakan selalu didorong oleh sebab tertentu. Motif ekonomi merupakan alasan, dorongan dan kegiatan yang dilakukan manusia untuk melakukan tindakan ekonomi, karena setiap orang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang memerlukan langkah-langkah tindakan.

5). Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi. Konsumsi merupakan suatu kegiatan yang dimana manusia biasanya menggunakan manfaat dari barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya.

e. Pentingnya Literasi Ekonomi

Pendidikan yang terfokus pada sosialisasi kemampuan membaca tidak sebatas membuat literasi sebagai program tetapi harus menjadi gerakan di masyarakat. Hal ini juga bertujuan dalam memberantas buta aksara atau ketidakmampuan mengenali kata bukan sekadar baca tulis akan tetapi itu menjadi dasar untuk mengembangkan literasi ditengah melimpahnya informasi yang tersedia. Sosialisasi yang dilakukan dapat berupa himbauan pentingnya pemahaman tentang kondisi perekonomian yang sedang terjadi dan dampak luas yang dirasakan sehingga diharapkan dapat menjadi solusi bagi masyarakat dalam pengambilan keputusan ekonomi. Agar kegiatan ini dapat berhasil, maka perlu dibangun lingkungan yang mendukung terciptanya gerakan literasi ini.

Menurut Japelli dalam Muzakki (2018, hlm 6) “literasi ekonomi semakin penting bagi rumah tangga untuk membuat keputusan tentang bagaimana menginvestasikan kekakayaan dan berapa banyak yang harus dipinjam. Literasi ekonomi juga memiliki konsekuensi yang luas bagi stabilitas ekonomi secara keseluruhan.”

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

Menurut Ramdhan R. (2017, hlm. 10) Faktor-faktor yang berpengaruh untuk tingkat literasi ekonomi ialah:

1. Jenis Kelamin
2. Umur
3. Status Perkawinan
4. Hunian atau Tempat Tinggal
5. Tingkat Pendidikan

1. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Wayhudi dalam Puryasari (2019, hlm. 28) mengartikan bahwa perilaku konsumtif sebagai perilaku seseorang yang sudah tidak lagi berdasarkan kepada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, adanya hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan juga berlebihan, serta penggunaan sesuatu yang dianggap sangat mahal dan didorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Astuti (2013, hlm.150) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan juga lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif bukanlah suatu pola konsumsi yang baik, dimana konsumen tidak mengkonsumsi atas dasar kebutuhan, sehingga dapat menyebabkan konsumen yang tidak rasional.

Menurut Dahlan dalam Nurhayu Larasati (2019, hlm. 12) menerangkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar- besarnya, serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan manfaatnya sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi (kompas, 2014). Pada kenyataannya banyak kegiatan belanja sehari-hari yang tidak didasari oleh pertimbangan yang matang. Kegiatan belanja sebagai salah satu bentuk konsumsi, saat ini telah mengalami pergesaran fungsi. Dulu berbelanja hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi saat ini belanja juga sudah menjadi gaya hidup, sehingga belanja tidak

hanya untuk membeli kebutuhan pokok yang diperlukan, namun belanja dapat pula menunjukkan status sosial seseorang, karena belanja berarti memiliki materi Gaya belanja yang lebih spontan juga dapat diantisipasi untuk sewaktu waktu muncul, misalnya saat hasrat untuk membeli terasa begitu kuat sehingga menjadi pemicu timbulnya perilaku konsumtif.

Menurut Rama dan Makhani dalam Annisa (2018, hlm. 8) menjelaskan bahwa Islam melarang umatnya untuk tidak berbuat dzalim untuk meraup keuntungan sendiri tanpa memperhatikan lingkungan sosialnya. Instrumen religius seperti zakat, infak dan sedekah diperkenalkan oleh Islam bertujuan membentuk masyarakat yang memiliki solidaritas sosial seperti tolong-menolong dan tidak memikirkan diri sendiri. Selain itu, membelanjakan uang secara berlebihan juga dapat menyebabkan kemubaziran. Sebagaimana Allah berfirman dalam surah Al-isra ayat 26-27 tentang buruknya pemborosan dan anjuran saling berbagi:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

{26} Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

{27} Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan, bahwa perilaku konsumtif merupakan sifat konsumen yang pada saat membeli atau mengkonsumsi produk cenderung tidak didasarkan atas kebutuhan dan pertimbangan yang rasional, karena lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

b. Aspek perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid dalam Nurfitri (2020, hlm. 18) mengemukakan beberapa aspek-aspek perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1) Pembelian Impulsif (*impulsive buying*) Aspek ini menunjukkan bahwa seorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tiba-tiba/keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

2) Pemborosan (*wasteful buying*) Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Aspek ini adalah berlebih-lebihan, selain itu menjelaskan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli yang menghamburkan banyak dana sehingga menimbulkan pemborosan.

3) Mencari kesenangan (*non rational buying*) Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.

c. Ciri- ciri Perilaku Konsumtif

Menurut Sunyoto dalam Nurhayu Larasati (2019, hlm. 28) mengklasifikasikan ciri-ciri konsumtif menjadi enam konsumen, yaitu konsumen pria, konsumen wanita, konsumen remaja, konsumen lanjut usia, konsumen pendiam, dan konsumen suka bicara. Dan konsumen remaja memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Konsumen remaja amat mudah untuk dipengaruhi oleh rayuan penjual.
2. Sangat mudah terbujuk iklan terutama pada kerapian kertas bungkus.
3. Tidak berpikir hemat.
4. Kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk.

d. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam Nurhayu Larasati (2019, hlm.20) terdapat delapan indikator perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu melakukan tindakan konsumtif karena adanya tawaran hadiah yang menarik apabila membeli produk tertentu.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warnawarna menarik. Sehingga konsumen membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas pada penampilannya seperti cara berpakaian, berdandan, gaya rambut. Hal itu dilakukan dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen yang memiliki kemampuan membeli yang tinggi terutama dalam hal penampilan, maka hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan kepemilikan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang

diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis digunakan.

e. Faktor – Faktor Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, menurut Kotler dalam Engel (2014, hlm. 15-17) menjelaskan beberapa faktor perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

a. Faktor budaya

Faktor budaya merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian yang mana faktor budaya ini terdiri dari budaya dan kelas sosial. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Kelas social adalah pembagian dalam masyarakat yang relatif homogen dan permanen.

b. Faktor sosial

Dipengaruhi oleh kelompok acuan, keluarga, dan status sosial. Kelompok acuan adalah seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut.

c. Faktor pribadi

Usia dan tahap siklus hidup, orang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya. Adapun yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa, yaitu pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya, serta kepribadian dan konsep diri.

d. Faktor psikologis

Dimana didalamnya terdapat motivasi, persepsi, dan sikap. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen, kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidak nyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Artinya, motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.

f. Dampak Perilaku Konsumtif

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.

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.

g. Keterkaitan antara Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Dari banyaknya faktor-faktor perilaku konsumen, seorang konsumen dapat menjadi konsumen yang cerdas namun seorang konsumen juga dapat menjadi cenderung berperilaku konsumtif. Kotler dalam Ayu (2020, hlm.13) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu 1) faktor kebudayaan: kebudayaan, subbudaya, kelas sosial 2) faktor pribadi : umur, pekerjaan. keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian 3) faktor psikologis : motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan diri dan sikap, 4) faktor sosial : kelompok referensi, keluarga, peran dan juga status.

Peneliti dapat terfokus pada dua hal yaitu literasi ekonomi dan perilaku konsumtif literasi ekonomi sebagai variabel independen kedua (X1). Literasi ekonomi dapat dikatakan sebagai salah satu dari proses belajar konsumen secara kognitif dimana literasi adalah pemahaman atau pengetahuan konsumen mengenai konsep dasar ekonomi yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pembelian. Literasi ekonomi semakin penting untuk membuat keputusan konsumsi, konsumen yang memiliki literasi ekonomi yang dapat cenderung kepada perilaku konsumtif. Tingkat literasi ekonomi atau pemahaman mahasiswa terhadap ekonomi merupakan faktor penting dalam kegiatan pengambilan keputusan dan merupakan salah satu pengaplikasian dari konsep dasar ekonomi yang telah dipelajari dalam perkuliahan, dengan literasi ekonomi, diharapkan perilaku ekonomi mahasiswa khususnya perilaku konsumsi akan mengikuti konsep ekonomi yang telah dipelajari. Literasi ekonomi atau pemahaman terhadap ekonomi akan membentuk perilaku konsumsi yang rasional.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu merupakan informasi dasar rujukan yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan referensi yang penulis baca, ada beberapa penelitian yang memiliki relevansi dengan yang peneliti lakukan, Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

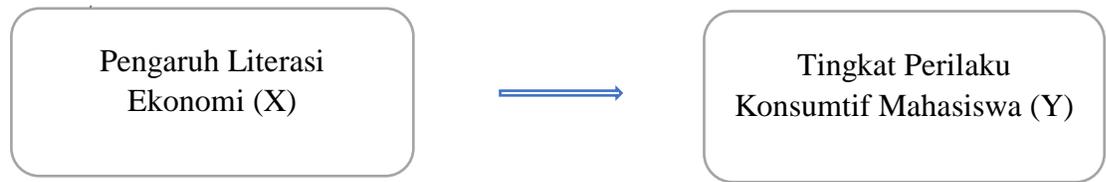
No	Nama Penelitian/ Tahun Penelitian	Judul Penelitian Terdahulu	Tempat Penelitian	Pendekatan/ Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ai Nur Solihat & Syamsudin Arnasi,2018	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi	Universitas Siliwangi	Sampel, regresi linear sederhana	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 9,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh seberapa tinggi tingkat literasi ekonomi, semakin tinggi tingkat literasi ekonomi maka akan semakin rasional	<ul style="list-style-type: none"> a. Membahas literasi ekonomi b. Subjek penelitian mahasiswa c. Pendekatan kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> a. Subjek penelitian berbeda b. Teori yang digunakan

					perilaku konsumtif mahasiswa, begitupun sebaliknya.		
2.	Ismayanti,2021	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sulan Syarif Kasim Riau	Universitas Islam Negeri Sulan Syarif Kasim Riau	Analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sulan Syarif Kasim Riau	<ul style="list-style-type: none"> a. Membahas literasi ekonomi b. Subjek penelitian c. Pendekatan kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> a. Subjek penelitian berbeda b. Teori yang digunakan
3.	Angra Melina, M.Pd.E, & Saftia Wulandari (2018)	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan	STKIP YPM Bangko.	Pendekatan kuantitatif, metode survey, analisa regresi berganda.	a. Literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> a. Pendekatan Analisis. b. Variabel yang digunakan. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Subjek b. Tempat dan waktu penelitian

		Ekonomi STKIP YPM Bangko.			ekonomi STKIP YPM Bangko. b. Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko dan c. Literasi ekonomi dan Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko.		
--	--	------------------------------	--	--	--	--	--

C. Kerangka Pemikiran

Era globalisasi mengakibatkan terjadinya pergeseran pola konsumsi pada masyarakat Indonesia. Konsumsi dilakukan secara terus menerus dapat mengakibatkan terciptanya perilaku konsumtif, tentu akan berpengaruh terhadap pengeluaran seseorang apabila hal ini terjadi tanpa diimbangi dengan pemasukan yang memadai, artinya akan lebih banyak pengeluaran yang tanpa di sadari pertimbangan yang baik sesuai dengan urutan kebutuhan didalam skala prioritas. Upaya kesadaran masayarat terkait mengelola keuangan, yakni mampu menyeimbangkan pendapatan dana yang ada dengan pengeluaran. Dalam hal ini pengetahuan dasar tentang hal yang berkaitan dengan konsep ekonomi merupakan bekal yang harus dimiliki individu dalam menganalisis kebutuhan mendasar dalam membuat skala prioritas keuangan, sehingga bermanfaat dalam rangka pengambilan keputusan yang tepat. Terkait dengan pengambilan keputusan literasi ekonomi sangat dibutuhkan dalam hal ini, pada prinsipnya literasi ekonomi merupakan alat untuk mencapai tujuan yang cerdas. Pengetahuan dasar tentang hal yang berkaitan dengan konsep ekonomi menjadi bekal dalam menganalisis mengenai perkembangan keadaan perekonomian yang aktual saat ini, sehingga bermanfaat dalam rangka pengambilan keputusan yang tepat guna menekan tingkat konsumtifitas yang terjadi akibat kurangnya pengetahuan berkenaan dengan literasi ekonomi. Pembelajaran tentang ekonomi sedianya telah dipelajari secara personal di kampus khususnya mahasiswa pendidikan ekonomi karena menjadi suatu kewajiban dalam perkuliahan. mahasiswa dituntut agar dapat mengetahui dan mengidentifikasi sebagai masalah dan faktor apa saja yang memengaruhi literasi ekonomi terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi merupakan gambaran umum mengenai kemampuan seseorang dalam memahami konsep ekonomi yang digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi.



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

Keterangan :

1. Variabel Independen (bebas) merupakan rangsangan untuk mempengaruhi variabel yang lain. Disini yang menjadi variabel bebasnya adalah variabel (X) pengaruh literasi ekonomi.
2. Variabel Dependen (terikat) merupakan hasil dari perilaku yang dirangsang. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terkaitnya adalah variabel (Y) tingkat Perilaku konsumtif mahasiswa.
3. \implies Garis yang mempengaruhi antara literasi ekonomi terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa

D. Asumsi dan Hipotesis

1. Asumsi

Dalam buku Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Mahasiswa (2022, hlm 23) menjelaskan “Asumsi merupakan titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima peneliti. Asumsi berfungsi sebagai landasan bagi perumusan hipotesis. Oleh karena itu, asumsi penelitian yang diajukan dapat berupa teori-teori, evidensi-evidensi, atau dapat pula berasal dari pemikiran peneliti. Rumusan asumsi berbentuk kalimat yang bersifat deklaratif, bukan kalimat pertanyaan, perintah, pengharapan, atau kalimat yang bersifat saran” Adapun dalam penelitian ini penulis berasumsi bahwa:

1. Mahasiswa menggunakan literasi ekonomi dalam hal pertimbangan perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.
2. Faktor – faktor yang memengaruhi tingkat konsumsi misalnya daya beli, lingkungan, faktor impulsif yang secara tiba-tiba muncul.
3. Mahasiswa mempelajari ruang lingkup ekonomi di kampus sehingga dapat di terapkan dalam kegiatan konsumsi mahasiswa.

2. Hipotesis

Dalam buku Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Mahasiswa (2021, hlm. 23) menjelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara dari masalah atau submasalah yang secara teori telah dinyatakan dalam kerangka pemikiran dan masih harus diuji kebenarannya secara empiris. Melalui uji hipotesis, peneliti dapat menerima atau menolak hipotesis yang diajukan. Hipotesis dirumuskan dalam bentuk kalimat yang bersifat afirmatif, bukan dalam bentuk kalimat tanya, suruhan, saran, dan atau kalimat harapan. Pada penelitian yang tidak menggunakan hipotesis, kedudukan hipotesis diganti dengan pertanyaan penelitian.

Adapun perumusan yaitu terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan.