

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teori

1. Literasi Ekonomi

a. Pengertian Literasi Ekonomi

Kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari kegiatan ekonomi yang merupakan aspek penting dalam kehidupan. Oleh karena itu, diperlukan pengetahuan mengenai ekonomi atau yang disebut dengan literasi ekonomi sehingga setiap individu dapat menyelesaikan permasalahan ekonominya. Semakin paham mengenai literasi ekonomi maka akan semakin baik juga perilaku ekonominya sehingga dapat menunjang kesejahteraan hidup yang lebih baik serta mampu menghadapi masalah jangka pendek seperti konsumsi sehari-hari serta pemenuhan kebutuhan lainnya (Murniatiningsih, 2017, hlm. 3).

Menurut Rozaini & Ginting (2019, hlm. 2) literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup”. Sedangkan menurut Lilik (2017, hlm. 234) literasi ekonomi sebagai kemampuan individu untuk mengenali dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan. Misalnya mengetahui bahwa pada saat adanya inflasi uang akan menjadi tidak bernilai. Literasi ekonomi juga dapat membantu individu menjadi inventor, konsumen dan anggota tenaga kerja.

Menurut Suminto dkk (2020, hlm. 31) literasi ekonomi adalah suatu kondisi yang menggambarkan seseorang dapat memahami permasalahan dasar ekonomi secara baik, sehingga dapat melakukan kegiatan ekonomi dengan benar. Apabila dilihat dari kehidupan siswa, masalah ekonomi dapat terjadi dari kesalahan pengambilan keputusan yang cerdas dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti uang yang seharusnya dapat digunakan untuk satu bulan tetapi sudah habis sebelum waktunya. Hal ini bisa diakibatkan

karena tidak adanya perencanaan terlebih dahulu, sehingga banyak melakukan pembelian barang yang tidak diperlukan. Dalam melakukan konsumsi siswa harus berpikir secara rasional dalam bidang ekonomi.

Selain itu menurut Mu'afifah (2018, hlm. 2) literasi ekonomi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi masalah ekonomi, alternatif, biaya, dan manfaat, menganalisis insentif bekerja dalam situasi ekonomi, meneliti konsekuensi dari perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan publik, mengumpulkan dan mengatur bukti ekonomi, dan menimbang biaya melawan manfaat.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa literasi ekonomi merupakan pengetahuan dan kemampuan seseorang yang dijadikan sebagai alat untuk mengidentifikasi masalah ekonomi yang membuat seseorang berperilaku cerdas dalam membuat keputusan ekonomi yang tepat untuk mencapai kesejahteraan dengan mengaplikasikan konsep ekonomi dengan metode berpikir kritis sehingga menghasilkan kebijakan ekonomi sesuai kondisi perkonomian yang terjadi.

b. Manfaat Literasi Ekonomi

Kegiatan literasi akan memberikan banyak manfaat, salah satunya yaitu meningkatkan kualitas masyarakat. Menurut Nunung (2021, hlm. 139) literasi ekonomi penting untuk membuat keputusan tentang bagaimana berinvestasi yang tepat, berapa banyak meminjam yang tepat di pasar uang, dan bagaimana memahami konsekuensi atas stabilitas keseluruhan ekonomi:

1) Segi aset

Segi aset merupakan hal penting dalam literasi ekonomi karena produk-produk keuangan telah menjadi sangat kompleks. Bahkan untuk produk yang sederhana seperti tabungan dan obligasi pemerintah.

2) Segi utang

Kesalahan dalam mengelola utang akan berdampak pada kelebihan utang, sehingga pendapatan akan habis untuk membayar utang. Selain itu juga dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan diri terkait kemampuan mengelola uang.

3) Segi proteksi

Proteksi diri merupakan bagian dari tujuan finansial yang primer yaitu bertujuan untuk melindungi diri dan keluarga dari setiap kemungkinan terburuk yang dapat terjadi seperti sakit, kecelakaan, cacar, atau pun kematian.

4) Segi menabung

Literasi ekonomi berhubungan positif dengan niat menabung karena individu yang tidak memiliki keinginan untuk menabung disebabkan rendahnya pengetahuan ekonomi, maka perlu adanya upaya yang berkesinambungan untuk meningkatkan literasi ekonomi.

5) Segi pengeluaran

Keinginan dan kebutuhan relatif tidak terbatas bahkan keinginan dan kebutuhan akan barang atau jasa dari waktu ke waktu selalu berubah dan cenderung bertambah banyak. Agar pemanfaatan sumber daya uang yang terbatas menjadi optimal maka diperlukan usaha manajemen keuangan yang baik dan efektif.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi memiliki peranan penting untuk pengendalian diri dalam urusan ekonomi mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang sebaiknya dihindari, sehingga mampu membuat pilihan yang cerdas dan efektif. Melalui literasi ekonomi dapat memahami berbagai kondisi diantaranya dalam segi aset, segi utang, segi proteksi, segi menabung dan segi pengeluaran. Dengan adanya literasi ekonomi dapat membuat masyarakat bertahan dalam berbagai macam situasi ekonomi.

c. **Kategori Literasi Ekonomi**

Menurut Filomina (2018, hlm. 5) kategorisasi menunjukkan bahwa gagasan dan benda termasuk dalam kategori untuk tujuan tertentu. Sebuah kategori menjelaskan hubungan antara subjek dan objek pengetahuan. Literasi ekonomi dapat dikategorikan menjadi tiga tingkatan, yaitu :

1. Literasi ekonomi tinggi

Mampu mempertimbangkan antara biaya dan manfaat dalam aktivitas ekonomi, dapat memanfaatkan dengan baik penggunaan sumber daya yang terbatas dalam perilaku konsumsinya, menjadi penabung dan memiliki pemahaman dalam menggali sumber-sumber pendapatan individu.

2. Literasi ekonomi sedang

Memiliki pengetahuan yang relatif masih kurang dibandingkan dengan mahasiswa dengan kategori tinggi. Pengetahuan yang dimilikinya belum mampu diaplikasikan dengan maksimal dalam kegiatan ekonomi sehari-hari.

3. Literasi ekonomi rendah

Dalam perilaku ekonominya tidak rasional, kurang mampu memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki, rendahnya minat untuk menabung dan kebiasaan belanja yang berlebihan sehingga sulit untuk menjadi konsumen yang cerdas.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi dikategorikan menjadi tiga tingkatan, yaitu tingkat literasi ekonomi tinggi dimana memiliki kemampuan untuk perilaku konsumsi yang rasional, tingkat literasi ekonomi sedang yang sudah cukup memiliki pengetahuan mengenai ekonomi dan tingkat literasi ekonomi rendah yaitu tidak memiliki kemampuan untuk berperilaku ekonomi yang rasional.

d. Indikator Literasi Ekonomi

Menurut Oktafikasari & Mahmud (2017, hlm. 686) mengatakan bahwa terdapat lima indikator dalam literasi ekonomi yaitu sebagai berikut:

1. Pemahaman terhadap kebutuhan

Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang diperlukan oleh manusia untuk mendapatkan kesejahteraan hidupnya. Adanya kebutuhan membuat timbulnya rasa kurang puas dalam diri manusia sehingga mempunyai keinginan untuk memenuhi setiap keinginannya tersebut, apabila tidak terpenuhi akan merasa ada yang kurang dalam dirinya.

2. Pemahaman terhadap kelangkaan

Kelangkaan merupakan ketidak seimbangan antara permintaan dengan sumber daya yang ada. Dimana permintaan akan produk barang dan jasa tidak terbatas tetapi sumber daya yang tersedia terbatas jumlahnya.

3. Pemahaman terhadap prinsip ekonomi

Prinsip ekonomi merupakan pedoman agar para pelaku ekonomi dapat mendapatkan hasil yang maksimal dan kerugian yang minimal dari pengorbanan tertentu.

a. Pemahaman terhadap motif ekonomi

Motif ekonomi merupakan alasan, dorongan, dan kegiatan yang dilakukan seseorang atau badan untuk melakukan suatu tindakan ekonomi.

b. Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi

Kegiatan konsumsi berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan hidup. Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan indikator literasi ekonomi di atas dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut berdasarkan kesesuaian terhadap penelitian dengan objek penelitian siswa dan indikator tersebut memiliki cakupan yang cukup luas untuk mengetahui tinggi rendahnya literasi ekonomi siswa

2. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Menurut Dias (2019, hlm. 4). Gaya hidup juga menggambarkan “keseluruhan dari seseorang” yang sedang berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Gaya hidup cenderung mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup pada siswa dapat berubah-ubah, namun perubahan yang ada ini tidak disebabkan oleh adanya perubahan dalam kebutuhannya. Melainkan disebabkan karena adanya hasrat yang besar untuk memiliki barang-barang mewah yang berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal serta didorong oleh

semua rasa keinginan untuk memiliki dan memenuhi hasrat kesenangan yang hanya semata-mata saja.

b. Indikator Gaya Hidup

Gaya hidup memiliki pengukuran indikator yang mencakup AIO (*Activity, Interest, Opinion*). Adapun jenis pengukuran AIO atau pengukuran psikografik dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2. 1

Dimensi AIO

Aktivitas	Minat	Opini
Bekerja	Keluarga	Diri sendiri
Hobi	Rumah	Isu sosial
Kegiatan sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Masyarakat	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Anggota club	Fashion	Pendidikan
Masyarakat	Makanan	Produk
Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Keberhasilan	Budaya

Dari 3 dimensi diatas dijelaskan oleh Sunarto dalam Kamaluddin (2018, hlm. 3) yaitu sebagai berikut:

- a. Aktivitas (*Activity*) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- b. Minat (*Interest*) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
- c. Opini (*Opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi,

seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif

c. Faktor Pembentuk Gaya Hidup

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup menurut Kotler dalam Lia dkk (2022, hlm. 100) mengemukakan bahwa gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Menurut Amstrong bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal tersebut antara lain meliputi:

1) Sikap,

Sikap yaitu suatu keadaan pikiran dan jiwa yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang dibentuk melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku, seperti tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan juga lingkungan sosialnya.

2) Pengalaman dan pengamatan,

Pengalaman bisa mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku seseorang. Pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakan di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan membentuk pandangan terhadap suatu objek.

3) Kepribadian,

Kepribadian merupakan suatu bentuk karakter individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku setiap individu.

4) Konsep diri,

Konsep diri menjadi pendekatan yang dikenal untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan *brand image*. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi

minat terhadap suatu objek dan akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya

5) Motif ,

Individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

6) Persepsi.

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar mengenai keadaan disekitarnya.

Sedangkan faktor eksternal meliputi:

1) Kelompok referensi,

Kelompok acuan merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.

2) Keluarga,

Keluarga memegang peran yang besar dan memiliki jangka waktu yang lama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu, karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidup seseorang.

3) Kelas sosial,

Kelas sosial merupakan sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

4) Kebudayaan.

Kebudayaan dapat meliputi kepercayaan, moral, pengetahuan, hukum, kebiasaan-kebiasaan, dan adat istiadat yang diperoleh individu.

d. Jenis-Jenis Gaya Hidup

Menurut Manalu dalam Febriana dan Dhiah (2022, hlm. 468) ada 3 jenis gaya hidup yaitu;

1) Gaya Hidup Konsumtif,

Menurut Jamaluddin dkk (2023, hlm.78) gaya hidup konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi Hasrat kesenangan semata-mata.

2) Gaya Hidup Hedonisme

Menurut Muslim (2017, hlm.193) Gaya hidup hedonisme adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

3) Gaya Hidup dalam Pemanfaatan Waktu Luang

Menurut Annerita (2017, hlm.3) gaya hidup dapat berupa hal atau kebiasaan seseorang untuk mengisi waktu luangnya dan dapat dibagi menjadi tiga yaitu bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya (opini). Bagi remaja perkotaan gaya hidup adalah sesuatu yang dibutuhkan salah satunya yang terkait ialah menghabiskan waktu luang (aktivitas) karena dengan waktu luang tersebut remaja dapat mengisi kualitas dirinya dengan baik.

3. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Khairinal dkk (2022, hlm. 925) “Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi beberapa barang yang sesungguhnya kurang ataupun tidak dibutuhkan (khususnya yang berkaitan dengan reaksi terhadap konsumsi beberapa barang sekunder, yakni beberapa

barang yang tidak sangat diperlukan)”. Perilaku konsumtif terjadi dikarenakan masyarakat memiliki kecenderungan materialistic, hasrat yang begitu besar untuk mempunyai barang-barang tanpa memikirkan dengan baik kebutuhannya serta sebagian besar pembelian dilakukan berdasarkan kemauan untuk terpenuhinya hasrat kesenangan semata.

Menurut Endang Dwi Astuti (2018, hlm. 80) mengatakan bahwa Perilaku konsumtif sebagai tindakan menggunakan produk secara tidak tuntas, seperti sebelum produk habis dipakai seseorang sudah melakukan pembelian produk yang sejenis dari merek yang lain, membeli produk karena ditawarkan suatu hadiah, dan membeli barang karena mengikuti orang lain.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli, mengkonsumsi atau menggunakan barang-barang yang kurang bermanfaat secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan serta hidup secara mewah dan berlebihan.

a. Faktor Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif tidak muncul dengan sendirinya, tetapi adanya beberapa faktor yang menyebabkan individu berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga dapat didekati dengan pendekatan teori perilaku konsumen. Menurut Dian & Sri Muliati (2017, hlm. 23) faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain:

1) Faktor Internal, terdiri dari:

a) Motivasi

Motivasi merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya. Proses-proses ini dipacu oleh aktifnya suatu kebutuhan yang menimbulkan dorongan pada individu untuk berusaha menekan atau mengurangi tekanan.

b) Proses Belajar dan Pengalaman

Dalam proses pembelian terdapat proses pengamatan belajar. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

c) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu. Strategi pemasaran harus berfokus pada pencocokan kepribadian konsumen dengan kepribadian produk.

d) Keadaan Ekonomi

Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan orang yang berekonomi tinggi.

e) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang.

f) Sikap

Sikap sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang menanggapi dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang diberikan.

2) Faktor Eksternal yaitu faktor yang ada di luar individu, terdiri dari:

a) Faktor Kebudayaan

Budaya mengacu pada nilai, gagasan, artefak, dan simbol-simbol lain yang bermakna yang membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat.

b) Faktor Kelas sosial

Kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang

sama. Mereka dibedakan oleh perbedaan status sosial ekonomi yang berjarak dari yang rendah hingga yang tinggi.

c) Faktor Keluarga

Keluarga mempunyai peranan terbesar, terutama dalam pembentukan seseorang.

d) Kelompok Acuan

Merupakan suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor internal yang ada dalam diri individu dan faktor eksternal yang ada di luar diri individu.

b. Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Kategorisasi merupakan suatu proses yang mana suatu gagasan dan benda dibedakan, dikenal dan dimengerti. Menurut Dian & Sri Muliati (2017, hlm. 26) perilaku konsumtif dapat kategorikan menjadi tiga, yaitu:

1) Perilaku konsumtif tinggi

Melakukan pembelian barang karena emosi sesaat bukan karena kebutuhannya namun karena berkeinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial atau menjaga status sosial.

2) Perilaku konsumtif sedang

Melakukan pembelian suatu barang pada saat ada potongan harga atau diskon, namun mempertimbangkan barang yang akan dibeli tersebut sesuai dengan kebutuhannya atau tidak.

3) Perilaku konsumtif rendah

Melakukan pembelian barang berdasarkan kebutuhannya, bukan untuk menjaga simbol sosial, bukan membeli karena model yang mengiklankan barang tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan perilaku konsumtif dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu perilaku konsumtif tinggi, perilaku konsumtif sedang dan perilaku konsumtif rendah.

c. Dampak Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat mengakibatkan seseorang lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan dan tidak mengetahui manfaat dari produk yang dikonsumsinya karena lebih mementingkan rasa puas. Hal seperti ini seharusnya dapat dibatasi, karena perilaku konsumtif yang berlebihan akan mengakibatkan hal yang negatif. Menurut Wahyudi dalam Hidayah (2018, hlm. 17) dampak negatif perilaku konsumtif yaitu:

- 1) Sifat boros, yang hanya menghambur hamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata.
- 2) Kesenjangan atau ketimpangan sosial, artinya di kalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka di dalam lingkungannya dia berada.
- 3) Tindakan kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya.
- 4) Akan memunculkan orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan.

Perilaku konsumtif tidak hanya menimbulkan dampak negatif, perilaku konsumtif juga memiliki dampak positif, diantaranya:

- 1) Membuka lapangan pekerjaan, karena dengan banyaknya permintaan maka membutuhkan tenaga kerja yang banyak juga.
- 2) Meningkatnya motivasi konsumen untuk berusaha menambah penghasilannya.
- 3) Kebutuhan manusia dapat terpenuhi.
- 4) Para distributor atau penjual mendapatkan keuntungan yang semakin banyak.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif memiliki dampak negatif yang dapat merugikan seseorang seperti pemborosan, ketimpangan sosial dan maraknya terjadi kejahatan. Namun tidak hanya itu, perilaku konsumtif juga memiliki dampak positif untuk orang lain seperti dapat membuka lapangan pekerjaan. Jadi dalam melakukan kegiatan konsumsi sebaiknya mengutamakan terlebih dahulu kebutuhan daripada keinginan.

d. Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator dapat dijadikan alat untuk mengukur apakah individu berperilaku konsumtif atau tidak. Menurut Sumartono dalam Dikria, (2018, hlm. 41) indikator perilaku konsumtif yaitu:

1) Membeli produk karena iming-iming hadiah

Orang membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan ketika membeli barang tersebut.

2) Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.

3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

4) 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.

5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang di idolakannya 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.

- 7) 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.

- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum dia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakai.

Sedangkan menurut Lina dan Rasyid dalam Hidayah (2015, hlm. 28) terdapat tiga aspek seseorang atau kelompok dikatakan konsumtif yaitu:

- 1) Pembelian (*Impulsif Buying*)

Pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba atau tidak direncanakan sebelumnya, biasanya karena terpengaruh promosi yang ada pada produk yang ditawarkan oleh penjual.

- 2) Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Melakukan pembelian secara berlebihan dan kurang bermanfaat sehingga menghamburkan uang untuk pembelian yang tidak jelas.

- 3) Mencari kesenangan (*Non Rational Buying*)

Melakukan pembelian bukan karena kebutuhan melainkan mencari kesenangan semata. Kesenangan di sini yaitu menggunakan waktu luang untuk bersenang-senang yang menimbulkan *Non-rational buying* atau kegiatan konsumsi yang sifatnya tidak rasional dan dianggap tidak ada manfaatnya.

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa individu dapat dikatakan melakukan perilaku konsumtif apabila membeli produk karena

adanya iming – iming hadiah bukan karena kegunaannya, mudah tertarik dengan produk yang dikemas secara menarik sehingga muncul keinginan untuk membelinya dan membeli produk untuk menjaga penampilan diri agar bisa diterima oleh lingkungannya dan untuk menunjukkan eksistensi diri, merasa lebih percaya diri saat menggunakan produk dengan harga mahal sehingga melakukan pembelian bukan lagi berdasarkan pada manfaat atau kegunaannya. Selain itu juga terdapat tiga aspek seseorang atau kelompok dikatakan konsumtif yaitu Pembelian (*Implusif Buying*), pemborosan (*Wasteful Buying*) dan Mencari kesenangan (*Non Rational Buying*).

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pulungan dan Febriaty/2018	Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Universitas Muhamadiyah Sumatera Barat	Pendekatan Kuantitatif	Hasil regresi/estimasi menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sebesar 49,2%. Artinya gaya hidup dan literasi keuangan memiliki proporsi pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sebesar 49,2%	Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.	Penelitian Pulungan dan Febriaty tidak memasukkan variabel literasi ekonomi, sedangkan penelitian memasukkan variabel literasi ekonomi.

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					sedangkan sisanya 50,80% (100% - 49,2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam model regresi. Secara Simultan (bersama-sama) gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.		
2	Marganingsih dan Pelipa/ 2019.	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stkip Persada Khatulistiwa Sintang	Stkip Persada Khatulistiwa Sintang	Pendekatan Kuantitatif	Literasi Ekonomi Mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang rata-rata 46,77 yang berarti Cukup memiliki ilmu pengetahuan ekonomi; Perilaku konsumtif Mahasiswa di	Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh literasi Ekonomi terhadap perilaku konsumtif.	Dalam penelitian Marganingsih dan Pelipa tidak ada Variable independen gaya hidup seperti dalam penelitian ini, dalam penelitian Marganingsih dan

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					STKIP Persada Khatulistiwa Sintang rata-rata 43, 94 yang berarti Cukup Konsumtif; Literasi Ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan nilai t hitung $-3,400 > t \text{ tabel} - 1,998$ (Two Tailed) pada $dk = n - 2 = 65 - 2 = 63$ dan tingkat kesalahan ($\alpha = 5\%$) atau signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.		Pelipa metode kuantitatif dengan bentuk ekspos fakto. Sedangkan dalam penelitian ini tidak ada digunakan.
3	Roikhatul Jannah/2019	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan	Universitas Negeri Surabaya/UNESA	Pendekatan Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis, : (1) Literasi ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Unesa, hal tersebut menunjukkan tinggi rendahnya literasi	Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap	Dalam penelitian Roikhatul Jannah tempat pelaksanaan di lakukan di UNESA sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini di SMA Pasundan 1

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Pendidikan Ekonomi UNESA			ekonomi yang dimiliki mahasiswa tidak mempengaruhi perilaku konsumtif; (2) Gaya hidup berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Unesa, hal tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup yang cenderung tinggi akan mengakibatkan mahasiswa berperilaku konsumtif ; (3) Literasi ekonomi dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Unesa, hal tersebut menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan gaya hidup mempengaruhi	perilaku konsumtif.	Bandung dan juga terdapat perbedaan subjek dimana dalam penelitian Roikhatul Jannah subjek nya yaitu mahasiswa sedangkan pada penelitian ini subjek nya yaitu siswa

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					dalam berperilaku konsumtif		
4	Rika Agustina dkk/2020	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Tingkat Pendapatan Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa	SMA Negeri 1 Dander.	Pendekatan Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian bahwa Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X IPS SMA Negeri 1 Dander. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 23,038 lebih besar dari ttabel sebesar 2.010 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Tingkat pendapatan orang tua tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X IPS SMA Negeri 1 Dander. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dengan nilai thitung sebesar -1,966 kurang dari ttabel sebesar 2.010 dan nilai signifikansi sebesar 0,055	Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif	Pada peneltiian Rika Agustina dkk terdapat variable X2 yaitu Tingkat Pendapatan Orang Tua sedangkan pada penelitian ini variable X2 nya yaitu Gaya Hidup.

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					lebih besar dari 0,05 (0,055>0,05) Literasi ekonomi dan tingkat pendapatan orang tua secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X IPS SMA Negeri 1 Dander. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dengan nilai Fhitung sebesar 276,715 lebih besar dari F tabel sebesar 3,20 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05(0,000<0,05).		
5	Suci Oktavia dan Sri Arita/2023	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa	Universitas Negeri Padang	Pendekatan Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang dilakukan yaitu Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas	Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap	Dalam penelitian Suci Oktavia dan Sri Arita tempat pelaksanaan dilakukan di Universitas Negeri Padang sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang			<p>Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang</p> <p>Ini artinya makin tinggi literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa, makasemakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi Ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Apabila tingkat Literasi Ekonomi meningkat maka akan meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Gaya hidup mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Berdasarkan dari teori</p>	perilaku konsumtif.	di SMA Pasundan 1 Bandung dan juga terdapat perbedaan subjek Dimana dalam penelitian Suci Oktavia dan Sri Arita subjek nya yaitu mahasiswa sedangkan pada penelitian ini subjek nya yaitu siswa

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					perilaku konsumen yang diterangkan oleh Kotler bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan atau perilaku konsumtif.		
6	Flora Puspitaningsih dan Dio Yan Admoko/2020	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS di SMA Negeri 2 Trenggalek	SMA Negeri 2 Trenggalek	Pendekatan Kuantitatif	Secara parsial pada variabel literasi ekonomi (X1) menunjukkan nilai t hitung > t table (2,134 > 1,99346) dengan nilai sig. < 0,05 (0,036 < 0,05) sehingga ditarik kesimpulan adanya pengaruh yang signifikan antara variable literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Kemudian pada variabel gaya hidup (X2) t hitung > t tabel (10,152 > 1,99346) dan nilai sig. < 0,05 (0,000 < 0,05) dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara gaya	Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.	Pada penelitian Flora Puspitaningsih dan Dio Yan Admoko menggunakan metode kuantitatif dengan bentuk <i>ex post facto</i> , Sedangkan dalam penelitian ini tidak digunakan.

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					<p>hidup terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan berdasarkan nilai F hitung > F tabel ($72,747 > 3,97$) dan nilai sig < 0,05 ($0,000 < 0,05$) dapat ditarik kesimpulan bahwa adapengaruh antara Literasi Ekonomi siswa dan Gaya Hidup siswa Terhadap Perilaku Konsumtif siswa di kelas XI IPS di SMA Negeri 2 Trenggalek tahun pelajaran 2019/2020. Hal tersebut juga menandakan bahwa koefisien determinasi (Adjust R Square) sebesar 0,663 atau sebesar 66,3%. Jadi kesimpulanya dalam penelitian ini 66,3% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel literasi ekonomi (X1) dan variabel gaya hidup (X2). Untuk sisanya yang</p>		

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					sebesar 33,7% dipengaruhi adanya variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.		
7	Mona Mutiara Armalia dkk/2022	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 3 Palembang	SMA Negeri 3 Palembang	Pendekatan Kuantitatif	Berdasarkan temuan dan analisis bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 3 Palembang. Perilaku Konsumtif menurun sekitar -0,583 dengan menggunakan rumus $Y = 132,915 - 0,583X$, yang menunjukkan bahwa setiap siswa mengalami kenaikan 1% pada literasi ekonomi. Hasil R Square (Koefisien Determinan) sebesar 0,492, dengan kemungkinan peningkatan 49,2% hubungan antara literasi ekonomi dan perilaku konsumtif.	Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif	Penelitian Mona Mutiara Armalia dkk tidak memasukkan variabel gaya hidup sedangkan penelitian ini memasukkan variabel gaya hidup.

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
8	Vani Yuliarti dkk/2023	Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik SMA Kemala Bhayangkari Kubu Raya	SMA Kemala Bhayangkari Kubu Raya	Pendekatan Kuantitatif	Berdasarkan pengujian dan analisis data penelitian menunjukkan bahwa peserta didik yang memiliki tingkat literasi ekonomi yang lebih tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih bijak. Selain itu, gaya hidup juga berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif, dengan peserta didik pola gaya hidup yang lebih sederhana cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih hemat. Temuan ini memiliki makna penting dalam pendidikan dan pengembangan kebijakan. Pendidikan mengenai literasi ekonomi seharusnya ditingkatkan agar peserta didik dapat lebih memahami konsep	Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif	Pada penelitian Vani Yuliarti dkk menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan penelitian korelasi. Sedangkan dalam penelitian ini tidak digunakan.

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul	Tempat Penelitian	Pendekatan & Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					keuangan dan pengelolaan uang dengan baik. Selain itu, pendidikan juga harus mengedukasi peserta didik mengenai pentingnya gaya hidup yang sederhana dan hemat, sehingga mereka dapat menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.		

C. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2019, hlm 25) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu sebagai konsumen yang melakukan kegiatan pembelian, mengkonsumsi atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan atau tidak rasional sehingga menimbulkan sifat boros. Bahkan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi lebih mendahulukan keinginan atau kesenangan daripada kebutuhan, seperti hanya untuk mendapatkan pengakuan sosial, kepuasan pribadi dan mengikuti mode.

Salah satu grand theory yang mendasari perilaku konsumtif adalah teori post modern yaitu teori masyarakat konsumen dari Jean Paul Baudrillard dalam Pratiwi (2019, hlm. 35) yang menjelaskan bahwa individu dalam melakukan kegiatan konsumsi tidak hanya berdasarkan nilai tukar dan kegunaan saja melainkan atas dasar nilai tanda dan nilai simbolik yang sifatnya abstrak. Konsumsi yang terjadi sekarang ini telah menjadi konsumsi tanda. Nilai tanda ini telah menjadi salah satu elemen yang penting dalam masyarakat konsumsi dimana nilai tanda dapat di lihat dari cara konsumsi yang dilakukan untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang kini tidak lagi berdasarkan kegunaannya tetapi lebih mengutamakan tanda dan simbol yang ada pada barang dan jasa itu sendiri bukan berdasarkan fungsi asli dari barang dan jasa yang dikonsumsi.

Hal ini menyebabkan masyarakat tidak akan merasa puas dengan apa yang mereka konsumsi sehingga dapat mengakibatkan kegiatan konsumsi secara terus menerus karena kehidupan masyarakat dapat di lihat dari kegiatan konsumsinya, komoditas yang digunakan dan berdasarkan citra yang ada pada suatu komoditas tertentu. Selain itu, masyarakat konsumeris memiliki keinginan untuk terus melakukan pembedaan dengan orang lain sehingga masyarakat akan terus melakukan konsumsi komoditas yang dianggap akan menaikkan status sosialnya tanpa mempertimbangkan produk tersebut diperlukan atau tidak.

Perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pilihan rasional saja, akan tetapi terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pilihan individu

atas suatu komoditas. Maka dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Dalam penelitian ini yang menjadi faktor internal adalah pengetahuan yaitu literasi ekonomi dan gaya hidup, sedangkan yang menjadi faktor eksternal adalah media sosial.

Gaya hidup merupakan salah satu bentuk dari budaya konsumeris, karena gaya hidup individu dapat dilihat dari apa yang dikonsumsinya, baik konsumsi barang atau jasa. Kegiatan konsumsi masyarakat modern saat ini ditandai dengan berubahnya pola konsumsi yang sebelumnya sebagai kebutuhan hidup kini menjadi gaya hidup. Adanya perubahan zaman ini membuat pola konsumsi masyarakat ikut mengalami perubahan menjadi pola konsumsi yang menjadi tidak wajar, sehingga menyebabkan perubahan pada gaya hidup salah satunya sikap boros yang melakukan pembelian secara tidak rasional untuk memenuhi gaya hidup dengan berbagai cara. Perubahan pola konsumsi yang menjadi konsumtif ini rentan dilakukan oleh siswa yang tergolong sebagai remaja. Dimana masa remaja ini merupakan masa peralihan dan pencarian jati diri sehingga mudah terpengaruh atau terbujuk oleh lingkungan yang ada disekitarnya, sering tidak realistis dan suka boros dalam membelanjakan uang sakunya. Oleh karena itu, siswa rentan sekali untuk berperilaku konsumtif.

Remaja dapat berperilaku konsumtif karena adanya perkembangan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari yang berperan sangat penting, khususnya media sosial. Melalui media sosial, memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi seperti melihat informasi atas produk dan dapat dengan mudah mengetahui trend atau model-model melalui media sosial. Dengan seringnya mengakses media sosial kemungkinan besar akan terpengaruh untuk melakukan pembelian secara online, karena banyaknya iklan menarik yang tersebar diberbagai media sosial akan membuat para remaja mudah terbujuk. Produsen produk apapun dapat mengiklankan berbagai macam produknya melalui media sosial. Saat ini konsumen dalam masyarakat konsumeris melakukan kegiatan konsumsi komoditas dijadikan sebagai tanda dari suatu produk. Tanda itu berupa pesan dan citra yang disampaikan melalui iklan. Iklan dengan berbagai bentuk publikasinya dalam media sosial menjadi tempat untuk mengomunikasikan tanda kepada masyarakat sebagai konsumen. Iklan juga

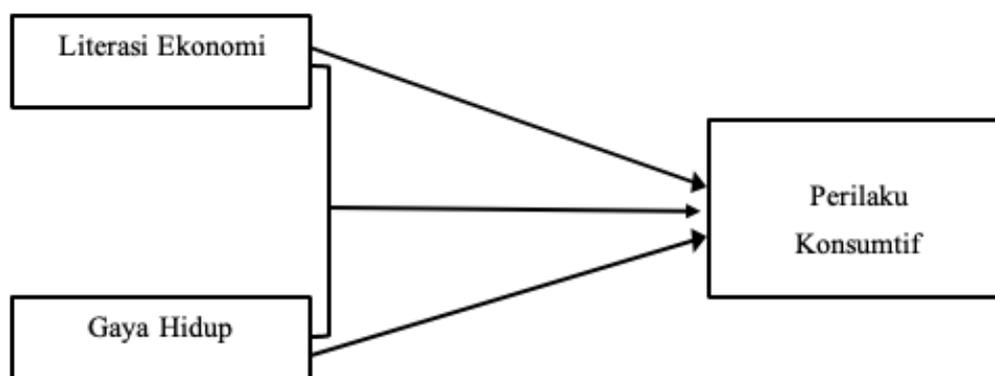
berfungsi untuk menghilangkan nilai guna dari suatu objek, sehingga konsumen tidak lagi mengonsumsi suatu produk dari nilai kegunaannya melainkan mengonsumsi berdasarkan citra produk tersebut.

Peran media terutama iklan sangat mempengaruhi perubahan gaya hidup masyarakat, karena melalui iklan sebuah produk diperkenalkan kepada masyarakat dengan bahasa yang sangat persuasif agar masyarakat membeli produk tersebut. Hal ini akan menjadi suatu permasalahan jika siswa menjadi boros karena membeli barang yang sebenarnya tidak mereka perlukan dan hanya untuk meningkatkan gaya hidup. Penggunaan media sosial berperan dalam membentuk pola konsumsi, sehingga dapat mempengaruhi pola konsumtif siswa. Berkaitan dengan perilaku konsumtif siswa, pendidikan memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan sumber daya yang berkualitas karena dengan adanya pendidikan akan meningkatkan pengetahuan. Pembelajaran di perguruan tinggi sangat berperan penting dalam proses pembentukan literasi ekonomi siswa. Tinggi rendahnya tingkat literasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, karena literasi ekonomi merupakan pengetahuan dan pemahaman dalam menentukan barang dan jasa yang akan dibeli dengan kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan yang tepat dan efektif dalam masalah ekonomi. Maka penting bagi siswa untuk mengetahui bagaimana menjadi siswa yang baik dengan memanfaatkan ilmu ekonomi yang mengutamakan kebutuhan daripada keinginan semata.

Literasi ekonomi dapat digunakan untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas sehingga siswa dapat menjadi konsumen yang cerdas, dapat memilih barang karena memiliki prioritas dalam proses memenuhi kebutuhannya, dapat mengatur keuangannya dan merencanakan masa depan. Individu yang memiliki tingkat literasi tinggi akan mudah dalam menetapkan skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi, sedangkan individu yang memiliki tingkat literasinya rendah akan lebih kecil kemungkinannya untuk dapat mengumpulkan dan mengelola keuangannya secara efektif dan cenderung memiliki permasalahan dengan utang. Dengan demikian, dapat dikatakan literasi ekonomi memiliki peranan penting dalam menetapkan skala prioritas agar

individu terbebas dari pembelian yang tidak diperlukan sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumtif. Apabila dilihat dari kehidupan siswa, maka mereka akan terhindar dari kesalahan pengelolaan uang bulanan, uang mereka dapat digunakan untuk satu bulan pas atau tidak habis sebelum waktunya karena melakukan pembelian sesuai dengan yang diperlukan.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

D. Asumsi dan Hipotesis

1. Asumsi

Menurut Husaini dan Purnomo (2017, hlm. 54) asumsi atau anggapan dasar ialah anggapan yang menjadi titik tolak penelitian, asumsi secara implisit terkandung dalam paradigma, perspektif dan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian, asumsi umumnya diterima begitu saja sebagai suatu yang benar dengan sendirinya, asumsi biasa berasal dari postulat, yaitu kebenaran (dalil-dalil) apriori yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya. Penelitian ini mengenai Pengaruh Tingkat Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Pasundan 1 Bandung dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) Siswa SMA Pasundan 1 Bandung umumnya telah mengenal e-commerce.
- b) Siswa SMA Pasundan 1 Bandung ber perilaku konsumtif, karena mengikuti *trend*.
- c) Letak sekolah berada di perkotaan.

2. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019, hlm 27) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Pasundan 1 Bandung.
2. Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Pasundan 1 Bandung.
3. Terdapat pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Pasundan 1 Bandung.