

BAB I

PENDAHULUAN

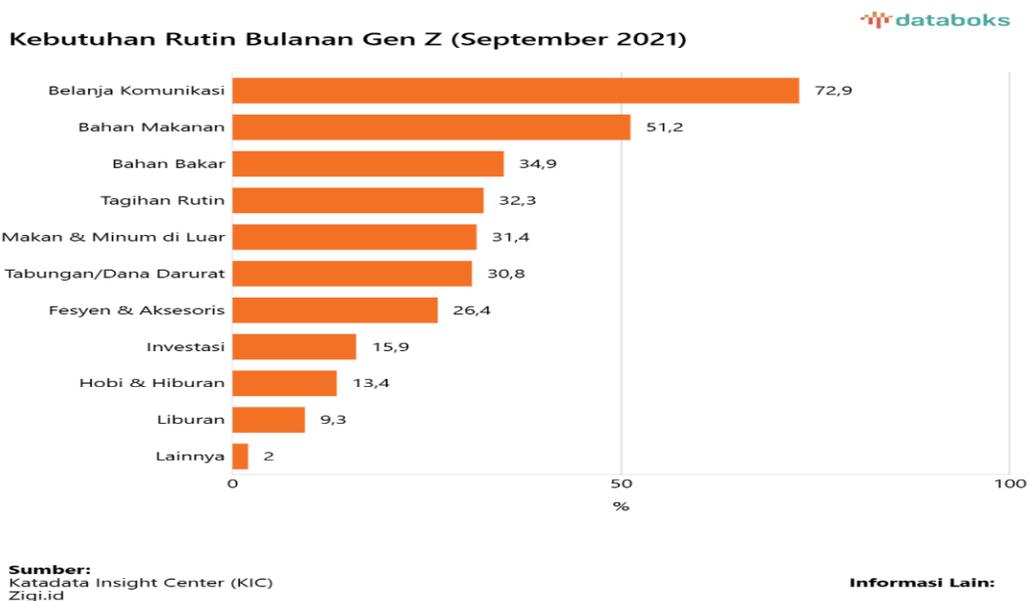
A. Latar Belakang

Indonesia memasuki peringkat ke-3 dengan masyarakat yang memilih tingkat konsumerisme yang tinggi kasus-kasus penyimpangan sosial banyak sekali di temukan di Indonesia. Bukan hanya di Indonesia, tetapi banyak juga di temukan di luar negeri. Salah satu kasus penyimpangan sosial di Indonesia adalah konsumerisme atau perilaku konsumtif itu merupakan penyimpangan gaya hidup yang mengkonsumsi, membeli dan menggunakan suatu barang secara berlebihan, salah satu faktor utama yang menyebabkan Indonesia dianggap sebagai negara konsumtif adalah kultur konsumtif yang berkembang di masyarakat. Budaya konsumtif tercermin dalam kecenderungan masyarakat untuk lebih memprioritaskan pengeluaran untuk barang-barang konsumsi dari pada menginvestasikan uang mereka. Kesadaran mengenai investasi di kalangan masyarakat Indonesia masih relative rendah. Tidak heran jika masih banyak yang lebih memilih untuk menyimpan uangnya di bank atau bahkan menggunakannya untuk konsumsi sehari-hari, dari pada memilih mencari peluang investasi jangka panjang. Dari sudut pandang dunia investasi, identifikasi Indonesia sebagai negara konsumtif membawa konsekuensi dan juga peluang tersendiri dalam menyikapinya, investor cenderung akan lebih berhati-hati terutama Ketika menilai potensi investasi di negara yang cenderung focus pada konsumsi di bandingkan produktivitas. Untuk mengubah citra Indonesia sebagai negara kosnumtif, perlu dilakukan perubahan paradigma secara kolektif. Indonesia merupakan negara ke-5 yang menajdu Presidensi G20 setelah Jepang, Tiongkok, Korea Selatan, dan Arab Saudi. Mengutip pada laman Kementrian Keuangan Indonesia menjadi anggota G20 sejak forum internasional tersebut dibentuk pada tahun 1999. Pada saat itu, Indonesia ada dalam tahap pemulihan setelah krisis ekonomi 1997-1998 dan dinilai *sebagai emerging economy* yang mempunyai ukuran dan potensi ekonomi sangat besar di Kawasan Asia. Sebagai anggota forum G20 Indonesai bisa mendapatkan

manfaat dari informasi dan pengetahuan lebih awal tentang perkembangan ekonomi global, potensi risiko yang dihadapi, serta kebijakan ekonomi yang diterapkan negara lain terutama negara maju.

Perilaku konsumtif merupakan suatu kegiatan berbelanja yang dilakukan secara berlebihan dengan mengeluarkan uang belanja lebih tinggi. Kegiatan konsumtif disini pada dasarnya dilakukan apabila pelajar hanya membeli produk dengan tujuan untuk mencapai kepuasan semata karena Hasrat bukan karena kebutuhannya, Hanum (2023, hlm. 187). Perilaku konsumtif merupakan sifat mengonsumsi, memakai dan menggunakan sesuatu secara berlebihan atau lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan serta menghilangkan skala prioritas dirinya Perilaku konsumtif dapat mempengaruhi perilaku berbelanja pada masyarakat, Konsumtif sering kali diartikan dengan konsumerisme karena pengertian dari keduanya yang tidak terlalu berbeda, bahkan cenderung mirip. Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli yang tidak lagi berdasarkan pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah pada faktor keinginan (*want*), Alma (2022, hlm. 25). Untuk memenuhi perilaku konsumtif memerlukan biaya yang tidak sedikit, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal mampu memberikan kepuasan dan kesenangan bagi orang yang mengikutinya. Perilaku konsumtif dilakukan untuk menunjukkan status sosial, kekayaan, prestige, dan untuk mendapatkan kepuasan bagi penganutnya. Terbentuknya perilaku konsumtif sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup seseorang, aspek perilaku, konsumtif di bagi menjadi tiga yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan. Di sisi lain, pengaruh media sosial yang lebih menonjolkan gaya hidup konsumtif dapat membuat siswa kurang memahami pentingnya perencanaan keuangan Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia konsumtif di artikan dengan bersifat konsumsi (hanya memakai tidak menghasilkan sendiri) dan bergantung pada hasil produksi pihak lain berdasarkan pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi.

Remaja yang umumnya belum memiliki kemampuan penuh dalam mengelola keuangan, akan sangat rentan terhadap pengaruh media sosial dari segi pengeluaran uang. Eksplorasi iklan dan gaya hidup konsumtif dapat memicu remaja untuk menghabiskan uang secara tidak bijaksana. Kurangnya literasi ekonomi atau keuangan bagaimana mengelola keuangan dapat membuat remaja lebih mudah terpengaruh oleh dorongan untuk membeli barang-barang yang dipromosikan di media sosial. Hal ini dapat menyebabkan masalah keuangan di kemudian hari, seperti ketidak mampuan untuk menabung bahkan hutang, Nanang Hunaifi, Dkk, (2024, hlm. 56). Kurangnya pengawasan dan bimbingan dari orang tua maupun guru tentang penggunaan sosial media juga menjadi masalah utama. Banyak orang tua yang tidak sepenuhnya menyadari sejauh mana anak-anak mereka terpenuhi oleh konten konsumtif di media sosial. Tanpa bimbingan yang tepat, remaja dapat dengan mudah terpengaruh oleh tren konsumtif dan membuat keputusan pembelian yang tidak bijaksana, Nanang Hunaifi, Dkk, (2022, hlm. 67).



Gambar 1.1. Kebutuhan Rutin Gen Z

Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi menunjukkan bahwa porsi rutin bulanan gen Z paling banyak sebesar 72,9% untuk komunikasi,

seperti membeli pulsa, internet, dan lain sebagainya. Setelah itu, belanja bahan makanan menjadi kebutuhan rutin terbanyak kedua gen Z. Sebanyak 51,2% gen Z mengaku melakukan belanja bahan makanan secara rutin setiap bulan. Kemudian, 34,9% gen Z membelanjakan uangnya secara rutin untuk bahan bakar. Belanja rutin selanjutnya digunakan untuk bayar tagihan rutin, seperti cicilan rumah, kendaraan, dan lain sebagainya sebesar 32,3%. Kemudian, 31,4% gen Z membelanjakan uangnya secara rutin untuk membeli makan dan minuman di luar. Pengeluaran terendah digunakan untuk hiburan. Hanya sebanyak 9,3% responden gen Z membelanjakan uangnya untuk liburan. Ada pula 13,4% gen Z yang memiliki pengeluaran rutin untuk hobi dan hiburan. Secara demografis, anak-anak yang saat ini berada pada jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) tergolong dalam kelompok Generasi z (sering disingkat Gen Z). Generasi ini umumnya mencakup individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, meskipun batas tahunnya dapat sedikit bervariasi tergantung pada sumber yang digunakan. Anak-anak SMA pada tahun 2025 umumnya berusia antara 15 hingga 18 tahun, yang berarti mereka lahir pada kurun waktu 2007 hingga 2010. Dengan demikian, berdasarkan rentang kelahiran tersebut dalam kategori Generasi Z.

Berdasarkan hasil observasi awal di SMAN 1 Kalapanunggal, ditemukan bahwa perilaku konsumtif di kalangan siswa masih cukup. Hal ini tercermin dari kecenderungan siswa dalam melakukan pembelian barang-barang berdasarkan tren, dorongan emosional, dan pengaruh lingkungan sosial, bukan atas dasar kebutuhan yang rasional. Sebagaimana besar siswa terlihat sering membeli barang-barang bermerek, mengikuti tren fasion terbaru, serta menggunakan media sosial sebagai sumber referensi gaya hidup. Tingkat literasi ekonomi siswa juga di temukan bervariasi, Beberapa siswa memiliki pemahaman dasar yang cukup baik mengenai pengelolaan keungan seperti pentingnya menabung dan membuat skala prioritas. Namun, masih banyak siswa yang kurang memahami konsep dasar ekonomi serta dampak jangka Panjang dari kebiasaan konsumtif. Sumber informasi ekonomi yang mereka dapatkan umumnya berasal dari media sosial seperti Tiktok, dan YouTube, yang tidak selalu menyajikan konten edukatif. Oleh karena itu, di perlukan

penelitian ini untuk mengetahui secara mendalam bagaimana tingkat literasi ekonomi memengaruhi perilaku konsumtif siswa SMAN 1 Kalapanunggal, dan bagaimana upaya peningkatan literasi ekonomi dapat membantu membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijak.

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. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi, literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumsi pada konsumen. Ini merupakan pengetahuan yang di perlukan untuk menguasai tugas-tugas tertentu yang berkaitan dengan masalah ekonomi dan memiliki pemahaman yang baik terkait dengan uang, bisnis, dan masalah ekonomi yang sedang di bahas. Untuk memiliki literasi ekonomi yang memadai mahasiswa perlu memahami ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi merupakan pedoman bagi mahasiswa dalam menentukan barang dan jasa yang akan di beli mahasiswa juga dapat menetapkan skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi. Sjeddie R. Watung (2022, hlm. 18) mengatakan, “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. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi. Seperti yang di ungkapkan Budiwaty, rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen. Ini merupakan pengetahuan yang diperlukan untuk menguasai tugas-tugas tertentu yang berkaitan dengan masalah ekonomi dan memiliki pemahaman yang baik terkait dengan uang, bisnis, dan masalah ekonomi yang di bahas”. Di era globalisasi dan perkembangan ekonomi yang semakin kompleks kompetensi literasi ekonomi menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki oleh generasi muda khususnya peserta didik di tingkat SMA.

Terkait permasalahan di atas, kiranya penelitian mengenai literasi ekonomi pada siswa SMAN 1 Kalapanunggal menarik dan dapat di teliti dengan judul

“Pengaruh Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa.” (*Survey pada Siswa/I Kelas X SMAN 1 Kalapanunggal*).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari masalah yang di kemukakan dalam permasalahan ini dapat di peroleh identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran dalam mengelola keuangan pada siswa/I.
2. Pengaruh pada media dan teknologi yang sudah beragam yang dapat memberikan beberapa dampak pada siswa/I.
3. Dampak dari rendahnya Literasi ekonomi terhadap masa depan siswa/I.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas penulis membuat Batasan masalah dalam upaya pencegahan pembahasan yang lebih spesifik pada aspek nya. Pembahasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Tingkat Literasi dan Perilaku Konsumtif.
2. Penelitian ini di lakukan kepada siswa SMAN 1 Kalapanunggal.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat Literasi ekonomi di SMAN 1 Kalapanunggal?
2. Bagaimana tingkat Perilaku Konsumtif di SMAN 1 Kalapanunggal?
3. Apakah terdapat pengaruh tingkat Literasi ekonomi terhadap perilaku Konsumtif siswa SMAN 1 Kalapanunggal?

3. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat Literasi ekonomi di SMAN 1 Kalapanunggal.
2. Untuk mengetahui tingkat Perilaku konsumtif di SMAN 1 Kalapanunggal.

3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat Literasi ekonomi terhadap Perilaku konsumtif siswa di SMAN 1 Kalapanunggal.

4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai melalui penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan teori pembelajaran khususnya dalam kaitannya dengan Literasi Ekonomi sebagai salah satu pembekelan kepada siswa/I dan juga menambah wawasan dan memperkaya kajian teori. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kurikulum Pendidikan ekonomi yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan dalam meningkatkan literasi ekonomi siswa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Guru

Penelitian ini memberikan manfaat dan memperoleh Paduan untuk guru dapat lebih memahami bagaimana faktor eksternal, seperti lingkungan keluarga, media dan lingkungan sosial, mempengaruhi literasi ekonomi siswa. Dan juga mendorong guru untuk lebih kreatif dalam menyampaikan materi ekonomi dengan mengaitkan informasi dari lingkungan sekitar siswa.

b. Bagi Siswa

Siswa dapat memahami konsep ekonomi seperti pengelolaan keuangan pribadi, investasi, inflasi, dan kebijakan ekonomi yang berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, Dan juga menghindari kebiasaan konsumtif dan lebih sadar akan pentingnya perencanaan keuangan untuk masa depan.

c. Bagi Sekolah

Sekolah dapat memahami sejauh mana faktor eksternal mempengaruhi literasi ekonomi siswa dan menyesuaikan metode pembelajaran efektif,

dapat menjadi model bagi sekolah lain dalam menerapkan pendekatan efektif dalam pembelajaran ekonomi.

5. Definisi Operasional

1. Pengertian Pengaruh

Seseorang atau suatu benda dapat mempengaruhi terhadap orang lain dalam membentuk pandangan, tingkah laku, dan wataknya, sebagaimana yang sudah tercantum di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pengertian tersebut memiliki peran dalam membentuk karakter dan perilaku seseorang berdasarkan apa yang datang dari eksternal seperti orang-orang atau keadaan di sekitarnya, Faktor secara sederhana dapat diartikan sebagai hal-hal yang menyebabkan/mempengaruhi terjadinya sesuatu eksternal berarti di luar (individu).

2. Literasi Ekonomi

Nuraini (2020) mengatakan. “Literasi ekonomi dapat di pahami sebagai pengetahuan dasar yang di miliki oleh seseorang untuk mengambil keputusan dalam aspek kegiatan ekonomi. Upaya menanam dan meningkatkan literasi ekonomi harus di lakukan secara terencana dan sistematis dalam proses pembelajaran normal, informal maupun non formal, proses pembelajaran ekonomi efektif akan berdampak pada penambahan asset, pengelolaan keuangan yang tepat proteksi, peningkatan Tabungan dan kepribadian produktif ekonomi”. Literasi ekonomi adalah kemampuan seseorang untuk memahami, menganalisis, dan mengevaluasi konsep ekonomi serta menerapkannya dalam pengambilan keputusan sehari-hari, baik secara individu maupun dalam kehidupan bermasyarakat.

3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu baik faktor internal maupun eksternal dan faktor-faktor yang lain. Faktor internal yaitu pertama faktor motivasi. motivasi yaitu suatu kekuatan yang digunakan oleh individu untuk memperoleh dan mengarahkan perilaku mereka.

kegiatan mengonsumsi dilakukan seseorang sebagai pemuas keinginan untuk bisa mencapai status tertentu melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan diri menurut Mujahidah (dalam, Alma, 2022, hlm. 26).

4. Pelajar SMA

Alfi Damayanti (2018, hlm 36) mengatakan, “Tujuan penelitian dilakukan adalah untuk mengetahui aktifitas yang dilakukan remaja terutama siswa SMA Sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Tujuan metode deskriptif kuantitatif untuk mendeskripsikan tentang perilaku remaja khususnya siswa SMA”.

6. Sistematika Skripsi

Sesuai dengan buku Panduan Penulisan Proposal dan Skripsi dan Skripsi Mahasiswa FKIP Univesitas Pasundan (2024, hlm 30) menyatakan bahwa, Bagian ini menguraikan kandungan masing-masing Bab,urutan penulisan,serta hubungan antara suatu bab dengan bab lainnya dalam membentuk sebuah kerangka utuh skripsi. Adapun bagian-bagian yang terdapat pada penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari latar belakang identifikasi masalah, Batasan serta rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan skripsi.

2. Bab II Teori

Pada bab ini mencakup penelitian yang memberikan penjelasan mengenai gambaran teoritis, dengan penekanan pada temuan penelitian, peraturan dan kebijakan yang di dasarkan pada temuan-temuan,kerangka konseptual yang menjelaskan keterkaitan variabel penelitian, asumsi, dan hipotesis penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan metodologi desain penelitian subjek dan objek penelitian, Teknik pengumpulan data dan instrument, Teknik analisis data serta prosedur yang akan digunakan.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian

Pada bab ini disajikan temuan penelitian berdasarkan hasil pengelolaan data dan analisis data, pembahasan berisi interpretasi hasil penelitian yang dirumuskan.

5. Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini menguraikan Kesimpulan yang menginterpretasikan hasil penelitian dan memberikan saran untuk pengembangan, kebijakan, penggunaan, atau kepada peneliti selanjutnya.