

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teori

1. Literasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2019) Literasi adalah sesuatu yang memiliki kaitan dengan tulis menulis. Literasi juga dapat di artikan sebagai kemampuan dalam berfikir kritis terhadap segala fenomena melalui huruf dengan bacaan ataupun tulisan secara etimologis istilah literasi berasal dari Bahasa latin “*literatus*” artinya adalah orang yang belajar begitupun menurut Sholeh *et al* (2021). Literasi adalah suatu kemampuan terhadap keaksaraan seperti menulis, membaca, berbicara, maupun memahami maksud dan isi becaan atau perkataan yang berkaitan dengan keterampilan kognitif seseorang. Sedangkan menurut Lestarsi, Dkk (2021). Literasi adalah proses pembelajaran yang di lakukan secara komprehensif untuk mengidentifikasi, memahami informasi, berkomunikasi, dan menghitung menggunakan bahan cetak dan tertulis dengan berbagai situasi Literasi bukan hanya kemampuan baca tulis tetapi literasi adalah kemampuan individu untuk menggunakan seluruh potensi dan keahlian yang dimiliki dalam hidupnya (*Education Development Center (EDC) dalam Mannen et al, 2023*).

Berikut merupakan jenis-jenis Literasi yang:

- a. Literasi baca Tulis: Kemampuan untuk memahami dan menangkap pesan dari teks tertulis ini adalah dasar dari literasi yang lebih kompleks.
- b. Literasi Numerasi: kemampuan untuk menggunakan angka dan simbol dalam memecahkan masalah sehari-hari seperti menghitung dan mengukur.
- c. Literasi Media: Kemampuan untuk memahami dan mengevaluasi infirmasi dari berbagai bentuk media, serta memilih informasi yang baik dan buruk.
- d. Literasi Teknologi: Kemampuan untuk memahami dan menggunakan teknologi termasuk perangkat lunak dan perangkat keras serta etika dalam penggunaan teknologi.
- e. Literasi Visual: Kemampuan untuk menginterpretasikan dan memahami informasi yang di sampaikan dalam bentuk visual seperti gambar dan grafik.

- f. Literasi Finansial: Kecakapan untuk memahami dan mengelola keuangan pribadi termasuk pengelolaan resiko dan investasi.
- g. Literasi Kewargaan: Kemampuan untuk memahami hak dan kewajiban sebagai warga negara serta berpartisipasi dalam kehidupan sosial dan politik.

Dari beberapa literasi dasar tersebut, literasi baca tulis merupakan kompetensi yang bersifat mendasar yang perlu dikuasai oleh peserta didik karena kemampuan berpikir menggunakan Bahasa serta matematika diperlukan dalam berbagai konteks, baik personal, sosial, maupun profesional. Untuk menguatkan pemahaman mengenai literasi baca tulis maka perlu dijelaskan sebagai berikut. Literasi baca adalah:

1. Kemampuan untuk memahami, menggunakan, merefleksikan berbagai jenis teks untuk menyelesaikan masalah dan mengembangkan kapasitas individu sebagai warga Indonesia dan warga dunia agar dapat berkontribusi secara produktif di masyarakat.
2. Pengetahuan dan kecakapan untuk membaca, menulis, mencari, menelusuri, mengolah, dan memahami informasi untuk menganalisis, menanggapi, dan menggunakan teks tertulis untuk mencapai tujuan, mengembangkan pemahaman dan potensi, serta untuk berpartisipasi di lingkungan sosial.

2. Pengertian Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi ekonomi dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Literasi ekonomi mencakup kemampuan untuk:

- a. Membaca dan memahami informasi ekonomi.

Kemampuan ini untuk mengakses, membaca, dan memahami berbagai informasi yang berkaitan dengan ekonomi, seperti berita ekonomi, laporan keuangan, dan analisis pasar. Dengan kemampuan ini individu dapat mengikuti perkembangan ekonomi, memahami isu-isu yang mempengaruhi perekonomian, dan membuat keputusan yang lebih baik. Misalnya, memahami

berita tentang inflasi atau kebijakan moneter yang dapat membantu seseorang dalam merencanakan pengeluaran serta investasi.

b. Menginterpretasikan data dan grafik ekonomi

Data dan grafik ini sering kali digunakan untuk menyampaikan informasi ekonomi secara visual, serta kemampuan untuk menginterpretasikan informasi ini memungkinkan individu ini untuk menarik kesimpulan yang tepat dan membuat prediksi tentang tren ekonomi. Misalnya memahami grafik pertumbuhan PDB dapat membantu seseorang menilai Kesehatan ekonomi suatu negara. Kemampuan ini juga untuk menganalisis dan memahami data statistik serta grafik yang berkaitan dengan ekonomi, seperti grafik pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran dan inflasi.

c. Mengambil keputusan dan berbasis pada pemahaman ekonomi

Hal ini yang baik dalam pengelolaan keuangan, investasi, dan perencanaan masa depan sangat bergantung pada pemahaman ekonomi. Misalnya, seseorang yang memahami konsep bunga majemuk dapat lebih bijak dalam memilih produk Tabungan atau investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan mereka.

d. Literasi ekonomi sangat penting bagi siswa karena membantu isu-isu ekonomi yang mempengaruhi kehidupan mereka, seperti pengelolaan keuangan pribadi investasi dan kebijakan ekonomi.

Literasi ekonomi memberikan siswa pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi isu-isu ekonomi yang mempengaruhi kehidupan mereka. Untuk pengelolaan keuangan pribadi siswa yang memiliki literasi ekonomi yang baik dapat mengelola uang mereka dengan lebih efektif, memahami pentingnya menabung, dan membuat anggaran. Sedangkan investasi membantu siswa memahami berbagai instrument investasi dan risiko yang terlibat, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik di masa depan. Kebijakan ekonomi seperti pajak dan subsidi, memungkinkan siswa untuk menyadari bagaimana kebijakan tersebut mempengaruhi kehidupan sehari-hari mereka dan masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Bahasa latin yakni literasi atau alfabet yang berarti melibatkan penguasaan sistempenulisan dan pedoman-pedoman yang menyertainya. Sosialisasi pertama kali diperkenalkan oleh Dewan Nasional Pendidikan Ekonomi yang lebih dikenal dengan *The National Council on Economic Education* (NCEE), Firawaty dan Hasibuan dalam Puteri Nanda Ferdian (2022). Pemahaman tentang ekonomi membantu individu untuk membantu keputusan yang lebih baik dalam kehidupan sehari-hari baik sebagai konsumen, produsen, maupun warga negara. Dengan literasi ekonomi yang baik, individu, dan membuat keputusan keuangan yang lebih bijak, seperti investasi yang tepat dan pengelolaan utang yang efektif, memahami konsep ekonomi juga dapat membantu mengenali penipuan atau praktik bisnis yang tidak etis. Literasi ekonomi lebih mampu berpartisipasi dalam diskusi dan keputusan ekonomi di tingkat komunitas dan nasional. Istilah ekonomi di perkenalkan pertama kali oleh Aristoteles. Kata ekonomi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *oikonomia*. *Oikonomia* berasal dari dua kata yaitu *oikos*, berarti rumah tangga dan *nomos* berarti aturan. Literasi ekonomi atau yang di sebut *Economic Literacy* berasal dari Bahasa Inggris, jika menurut arti sesungguhnya *economic* berarti ilmu ekonomi dan *literacy* berarti melek yang menurut Bahasa dapat menangkap atau memahami apa yang di maksud oleh sesuatu, bahwa literasi ekonomi adalah suatu kondisi yang menggambarkan seseorang dapat memahami permasalahan dasar ekonomi secara baik sehingga dapat melakukan kegiatan ekonomi dengan benar, bahwa literasi ekonomi merupakan pengetahuan tentang ekonomi yang mana hal ini sangat di perlukan karena setiap kegiatan manusia tidak terlepas dari masalah ekonomi.

Literasi ekonomi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi masalah-masalah ekonomi, penyusunan alternatif, pemecahan dengan mempertimbangkan benefit dan cost. Berdasarkan uraian di atas maka dapat diambil Kesimpulan bahwa literai ekonomi merupakan kemampuan untuk mengerti makna dan arti tentang ilmu ekonomi, yaitu Tindakan manusia untuuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang banyak bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang

ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi yang di wujudkan dengan efisiensi dalam Tindakan berkonsumsi. Membuat keputusan yang cerdas adalah pilihan yang memerlukan upaya, selain upaya maka individu perlu memahami syarat-syarat yang tepat guna membuat keputusan ekonomi sehari-hari, Riyadi dalam Puteri Nanda Ferdian (2022). Memaparkan bahwa dilingkungan kampus pun mahasiswa mampu mengatur kebutuhan dengan baik.

a. Faktor-faktor Literasi Ekonomi

Salah satu faktro yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa yaitu literasi ekonomi sehingga Pendidikan literasi ekonomi memiliki peran yang penting dalam mengambil keputusan, seperti faktor ekonomi dan non ekonomi. Faktor ekonomi terdiri dari pendapatan dan suku bunga faktor non ekonomi terdiri dari sikap, gaya hidup, dan Pendidikan.

a) Faktor ekonomi

➤ Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah di sumbangkan, biasanya berupa upah atau gaji. Makin tinggi pendapatan seseorang makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus di penuhi, dan sebaliknya. Seokartawi (2002:132), Menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyak barang yang di konsumsikan bahwa sering kali di jumpai dengan bertambahnya tapi juga kualitas barang tersebut menjadi ikut perhatian. Seseorang yang pendapatannya tinggi cenderung berperilaku konsumtif sehingga tidak bisa berpikir kritis dalam pembuatan keputusan ekonomi.

➤ Suku Bunga

Faktor yang menarik seseorang untuk menabung atau investasi adalah suku bunga, semakin besar suku bunga Tabungan akan semakin besar pula imbalan jasa yang di berikan oleh bank jadi besar kecilnya suku bunga akan mempengaruhi keputusan konsumsi seseorang.

b) Faktor non ekonomi**➤ Sikap**

Sikap berarti suatu keadaan berfikir yang di saokan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasikan melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung atau tidak langsung pada praktik atau Tindakan (Notoatmodjo, 2003). Seseorang dalam memenuhi kebutuhan akan memprioritaskan yang penting dan mendesak untuk di penuhi (skala prioritas) dan sebaliknya.

➤ Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang akan sangat menentukan jumlah kebutuhannya jika ia mempunyai gaya hidup sederhana tingkat kebutuhannya pun akan sederhana dan tidak terlalu banyak atau kompleks. Akan tetapi seseorang yang memiliki gaya hidup yang mewah tingkat kebutuhannya pun akan semakin banyak dan cenderung perilaku konsumerisme, yaitu pola hidup yang lebih dari apa yang di butuhkan.

➤ Pendidikan

Pendidikan juga turut untuk mempengaruhi keutuhan hidup seseorang yang pendidikannya tinggi memiliki kebutuhan dan keinginan yang beebeda dengan seseorang yang pendidikannya rendah. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat Pendidikan maka semakin banyak dan bervariasi pula kebutuhan dan keinginan seseorang tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

b. Indikator Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi jika memiliki indikator yaitu, pemahaman terhadap keutuhan, pemahaman terhadap kelangkaan, pemahaman terhadap prinsip ekonomi dan pemahaman terhadap motif ekonomi. Teori literasi ekonomi menurut NCEE dalam Puteri Nanda (2022). Menurut Watung & Rahayu (2022), terdapat 7 indikator literasi ekonomi:

1. Kelangkaan

Mengacu pada kemampuan individu dalam memahami bahwa sumber daya yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan manusia bersifat terbatas, sementara kebutuhan manusia tidak terbatas. Hal ini menyebabkan adanya pilihan pengorbanan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Kelangkaan terjadi karena keterbatasan sumber daya (alam, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan) dibandingkan dengan kebutuhan manusia yang tak terbatas, mengenali bahwa tidak semua kebutuhan dapat di penuhi secara bersamaan dan memahami bahwa keterbatasan sumber daya memaksa individu.

2. Sumber Daya Produktif

Kemampuan individu untuk memahami, mengidentifikasi, dan menjelaskan berbagai jenis sumber daya yang digunakan dalam proses produksi barang dan jasa, serta peran masing-masing sumber daya tersebut dalam kegiatan ekonomi. Sumber daya produktif adalah semua unsur yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa, terdiri dari tanah, tenaga kerja, modal, kewirausahaan.

3. Sistem Ekonomi

Sistem ini adalah cara suatu negara mengatur kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dan menjelaskan bagaimana suatu negara mengatur dan menjalankan kegiatan ekonominya melalui sistem tertentu, termasuk peran pelaku ekonomi, mekanisme pengambilan keputusan, serta kelebihan dan kekurangan dari masing-masing sistem ekonomi.

4. Tukar Menukar

Mencakup pemahaman tentang sistem barter yaitu pertukaran langsung tanpa menggunakan uang, adapun manfaat pada sistem ini yaitu meningkatkan kesejahteraan karena setiap pihak mendapatkan barang atau jasa yang lebih di butuhkan. Aktivitas tukar menukar merupakan aktivitas ekonomi dasar yang terjadi Ketika seseorang atau kelompok

menukar barang atau jasa yang dimiliki dengan barang atau jasa yang dibutuhkan.

5. Insentif Ekonomi

Segala bentuk dorongan, imbalan, atau keuntungan yang diberikan untuk memotivasi seseorang agar melakukan atau menghindari suatu tindakan ekonomi.

6. Pasar

Fungsi pasar sebagai sarana distribusi, pembentukan harga, dan promosi, pasar dalam ilmu ekonomi bukan hanya temoat fisik, tetapi juga mencakup mekanisme pertemuan antara permintaan dan penawaran. Pasar juga di bagi menjadi beberapa jenis, yaitu pasar barang, pasar tradisional, pasar modern, dan pasar tenaga kerja.

7. Ekonomi Manajemen

Memahami prinsip-prinsip pebgelolaan sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan usaha atau organisasi, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian kegiatan ekonomi. Ekonomi manajemen merupakan bidang yang menggabungkan ilmu ekonomi dan manajemen untuk membantu pengambilan keputusan yang rasional dalam penggunaan sumber daya.

Ekonomi mikro terdiri atas masalah pokok ekonomi, pasar dan harga, penawaran, peranan pemerintah, distribusi pendapatan *dan comparative adventege*. Sedangkan ekonomi makro terdiri dari pendapatan nasional, inflasi dan kebijakan moneter dan fiskal:

1) Ekonomi mikro:

- a) Masalah pokok ekonomi yang sering terjadi antara lain adalah kelangkaan, kemiskinan, maupun masalah-masalah ekonomi yang lain yang sering terjadi di masyarakat.
- b) Pasar dan harga pasar bukan hanya sekedar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli namun juga sebagai sarana

menentukan kesepakatan harga yang ingin di sepakati antara penjual dengan pembeli.

- c) Penawaran dan permintaan, penawaran merupakan permintaan pasar sesuai dengan harga yang telah disepakati. Sedangkan permintaan merupakan sejumlah barang yang akan di beli atau di minta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu.
 - d) Peranan pemerintah disini diwujudkan melalui kebijakan-kebijakan yang di tetapkan oleh pemerintah.
 - e) Distribusi pendapatan merupakan cerminan ketimpangan atau meratanya Pembangunan suatu daerah atau negara.
 - f) *Comparative advantage* merupakan teori yang di kemukakan oleh David Ricardo yang berpendapatan bahwa keunggulan komperatif akan tercapai jika suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa lebih banyak dengan biaya yang lebih murah di banding negara lainnya.
- 2) Ekonomi makro:
- a) Pendapatan nasional merupakan jumlah keseluruhan pendapatan yang di terima rumah tangga, keluarga pada periode tertentu.
 - b) Inflasi merupakan suatu keadaan Dimana kenaikan harga secara umum dan terus menerus dalam jangka waktu tertentu.
 - c) Kebijakan moneter dan kebijakan fiskal, kebijakan moneter merupakan kebijakan yang di ambil oleh Bank sentral dengan tujuan. memelihara dan mencapai stabilitas nilai mata uang yang dapat di lakukan dengan pengendalian jumlah mata uang yang beredar di masyarakat dengan peningkatan suku bunga. Sedangkan kebijakan fiskal merupakan kebijakan yang di keluarkan oleh pemerintah melalui pengeluaran dan pendapatan pemerintah.

3.Perilaku Konsumtif

Menurut Juniar Alya dalam Raihan Saputra (2024), Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk membelanjakan uang secara berlebihan untuk barang dan jasa sering kali disebabkan oleh keinginan emosional, status sosial, atau kebutuhan untuk memenuhi ekspektasi. Perilaku ini biasanya di pengaruhi oleh elemen eksternal (seperti pengaruh sosial, iklan, tren) dan internal (seperti emosi dan kepribadian), (Nasution dalam raihan Saputra, 2024). Di lingkungan saat ini akses cepat ke produk melalui *e-commerce* yang memberikan kemudahan dan banyak pilihan barang sering kali memperkuat perilaku konsumtif, (Choirudin dalam Raihan Saputra, 2024). Tergantung pada seberapa baik seseorang mengelola konsumsinya, aktivitas ini dapat memberikan dampak positif dan negative, (Komarudin dalam Raihan Saputra, 2024).

a.Pengertian Perilaku Konsumtif

Gaya hidup konsumtif adalah gambaran seseorang yang memiliki perilaku konsumtif. Konsep diri gaya hidup konsumtif seseorang di wujudkan dengan mengonsumsi barang sebagai pemenuhan kebutuhan secara berlebihan ataupun keinginan, mengonsumsi barang yang tidak produktif dan di luar jangkauan, bahkan mengonsumsi barang demi status. Hal ini dapat dikatakan bahwa konsep diri gaya hidup konsumtif diwujudkan dengan perilaku konsumtif. Hal yang mendasari manusia bergaya hidup konsumtif adalah adanya kebebasan yang dimiliki manusia. Kebebasan berfungsi untuk membenarkan manusia sebagai manusia. Manusia kebebasan sebagai alat tau sarana untuk mewujudkan diri sebagai keakuannya. 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 hasratnya bukan karena kebutuhannya.

Perilaku konsumtif menjadi salah satu tren dalam kehidupan sehari-hari yang melanda seluruh lapisan masyarakat. Tidak hanya dilanda oleh orang dewasa yang berpenghasilan sendiri, namun juga pelajar banyak yang terjerat dengan

perilaku tersebut. Bahkan remaja yang belum memiliki kemampuan finansial ikut terlibat membeli barang dengan cara konsumtif. Perilaku yang terjadi pada pelajar adalah belum bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan, semua hanya ingin dikonsumsi sebagai kebutuhan atau disebut konsumtif. Pelajar semakin giat mengonsumsi diluar kebutuhannya dengan suka membeli produk mewah seperti gadget. Memiliki handphone lebih dari satu yang bermerek agar dapat menunjukkan status sosialnya bahwa berasal dari kelas sosial yang berada. Selanjutnya membeli dan mengoleksi *fashion* untuk keperluan penampilan agar terlihat menarik dimata orang lain dan menggunakan aksesoris lainnya yang dapat mendukung penampilannya. Dari sinilah pelajar ingin memiliki barang populer dan kekinian, sehingga para pelajar terpengaruh untuk berperilaku konsumtif.

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam Adiputra dan Moningka ada sejumlah indikator perilaku konsumtif termasuk:

- a) Membeli produk karena penawaran eksklusif.

Meskipun barang tidak diperlukan, penawaran khusus seperti diskon atau promo *buy 1 get 1* dapat membuat konsumen tergiur untuk membeli barang tersebut. Penawaran eksklusif menciptakan rasa urgensi dan nilai tambah bagi konsumen. Hal ini dapat mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif, meskipun mereka mungkin tidak memerlukan produk tersebut strategi pemasaran ini sering di gunakan agar menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai penjualan.

- b) Membeli barang karena tampilannya yang menarik.

Hal ini sering terjadi pada industri *fashion* dan kecantikan, Dimana konsumen akan membeli produk-produk tersebut hanya karena punya kemasan yang menarik. Konsumen sering kali dipengaruhi oleh desain, warna, dan keestetikan produk saat membuat keputusan pembelian, penampilan visual pada produk juga dapat memengaruhi persepsi konsumen

tentang kualitas dan nilai produk secara visual juga dapat menarik perhatian serta meningkatkan keinginan untuk membeli, bahkan jika fungsinya tidak jauh berbeda dari produk lain.

- c) Membeli barang karena kecantikan dan gengsi agar menjaga penampilan diri
Maraknya penggunaan media sosial sebagai tempat pameran dapat membuat konsumen berbelanja atas dasar gengsi dan menjaga penampilan dirinya untuk menarik perhatian orang lain. Pembelian ini sering kali didorong oleh keinginan untuk diterima dalam kelompok sosial atau untuk menunjukkan status. Konsumen merasa bahwa memiliki barang-barang tertentu dapat meningkatkan citra diri mereka dan memberikan rasa percaya diri.
- d) Mengoleksi barang untuk penampilan
Konsumen dapat membeli barang atas pertimbangan harga dan bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya seperti adanya diskon yang menawarkan harga murah ataupun kecenderungan membeli barang mewah untuk menjaga penampilan dan memenuhi gaya hidup mewah. Beberapa dari konsumen memiliki kebiasaan mengoleksi barang-barang tertentu, seperti Sepatu, tas, atau barang-barang fashion lainnya hanya untuk menunjukkan gaya hidup atau status mereka, mengoleksi barang tersebut dapat menjadi bentuk ekspresi diri dan identitas karena hal ini juga dapat menciptakan rasa kepemilikan dan kebanggaan, serta meningkatkan status sosial di mata orang lain.
- e) Membeli berdasarkan harga bukan manfaat dan untuk menjaga status sosial
Konsumen yang memiliki daya beli tinggi dalam berpakaian, berdandan, dan gaya hidup dapat memberi kesan eksklusif dan berasal dari kelas sosial yang tinggi. Hal ini juga sering di dorong oleh norma sosial dan keinginan untuk terlihat sukses, konsumen mungkin merasa bahwa membeli barang mahal akan meningkatkan citra mereka di mata orang lain meskipun produk tersebut tidak memberikan manfaat yang lebih baik di bandingkan produk yang lebih murah.

f) Mencoba berbagai merek produk sejenis

Konsumen cenderung memiliki kebiasaan menggunakan produk dengan jenis yang sama dari merek yang berbeda untuk memenuhi rasa penasarannya. Perilaku ini menunjukkan keinginan untuk mengeksplorasi dan menemukan produk yang paling memuaskan hal ini juga dapat dipengaruhi oleh iklan, rekomendasi teman, atau pengalaman sebelumnya dengan merek tertentu. Konsumen juga cenderung mencoba berbagai merek dari produk yang sama untuk menemukan yang paling sesuai dengan preferensi mereka.

g) Meniru model iklan produk

Hal ini umum terjadi di kalangan penggemar yang cenderung meniru gaya idola atau membeli barang yang diiklan-kan idola sebagai bentuk dukungan, walaupun nyatanya barang tersebut tidak akan di pakai dan hanya mengincar “bonus” yang diberikan seperti *photocard* dan sebagainya. Iklan yang menarik dapat menciptakan aspirasi dan keinginan untuk memiliki produk yang sama konsumen juga mungkin merasa bahwa dengan memiliki produk tersebut, mereka dapat mencapai status atau gaya hidup ditampilkan dalam iklan.

h) Rasa percaya diri akibat pembelian barang mahal

Konsumen membeli barang mahal karena percaya apa yang dikatakan iklan tersebut dapat mempercantik penampilan dan menumbuhkan rasa percaya diri. Rasa percaya diri ini dapat memengaruhi interaksi sosial dan cara konsumen memandang diri mereka sendiri, konsumen mungkin merasa lebih baik tentang diri mereka Ketika menggunakan atau memiliki barang-barang mahal.

i) Rasa takut ketinggalan

Fear of Missing Out (FOMO) alias perasaan takut ketinggalan sesuatu membuat individu menjadi konsumtif, Mereka rela mengeluarkan banyak uang untuk mengikuti apa saja yang sedang tren seperti membeli tiket konser, barang terbaru, atau pergi ke tempat viral meskipun tidak menyukai atau membutuhkan hal tersebut. Konsumen sering kali merasa tertekan untuk

membeli produk tertentu karena takut ketinggalan tren atau tidak memiliki barang yang sama dengan teman atau orang lain. Rasa takut ketinggalan dapat mendingin pembelian impulsive dan meningkatkan perilaku konsumtif karena konsumen merasa perlu untuk selalu mengikuti tren terbaru agar tetap relevan dalam kelompok sosial mereka.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Di antara unsur-unsur yang mempengaruhi perilaku pembelian seseorang adalah:

a) Keinginan untuk tampil beda

Banyak konsumen memiliki dorongan untuk mengekspresikan identitas diri mereka melalui produk yang mereka beli. Mereka cenderung mencari barang-barang yang unik atau langka untuk membedakan diri dari orang lain. Hal ini sering kali mendorong mereka untuk membeli produk yang dianggap “khas” dan “special”, meskipun harganya lebih tinggi.

b) Rasa bangga terhadap penampilan

Penampilan fisik sering kali menjadi cerminan status sosial dan kepribadian seseorang. Konsumen yang merasa bangga terhadap penampilan mereka cenderung berinvestasi lebih banyak dalam produk-produk yang dapat meningkatkan citra diri mereka. Ini bisa mencakup pakaian, aksesoris, atau produk kecantikan yang dianggap dapat meningkatkan daya tarik visual.

c) Ikut-ikutan (Keinginan untuk menarik perhatian)

Perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh norma sosial dan tren yang sedang berlangsung. Ketika seseorang melihat teman, keluarga, atau influencer membeli produk tertentu, mereka mungkin merasa terdorong untuk mengikuti jejak tersebut. Fenomena ini sering kali terjadi dalam konteks mode, teknologi, atau produk lifestyle lainnya, Dimana konsumen merasa perlu untuk memiliki barang yang sama agar tidak ketinggalan zaman atau untuk diterima dalam kelompok sosial mereka.

d. Dampak Perilaku Konsumtif

Kelebihan dan kekurangan perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

1. Dampak Positif

a) Terpenuhinya kebutuhan.

Perilaku konsumtif dapat membantu individu memenuhi kebutuhan dasar dan sekunder mereka, seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, dan barang-barang lainnya. Ketika kebutuhan ini terpenuhi, individu dapat menjalani kehidupan yang lebih stabil dan produktif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

b) Meningkatkan Rasa Puas

Konsumsi barang dan jasa yang diinginkan dapat memberikan kepuasan emosional dan psikologis. Ketika seseorang membeli sesuatu yang mereka inginkan, mereka sering merasakan kebahagiaan dan kepuasan. Ini dapat meningkatkan kesejahteraan mental dan memberikan rasa pencapaian, terutama jika barang tersebut dianggap sebagai simbol status atau prestise.

c) Merasa Kemudahan dan Kenyamanan

Perilaku konsumtif sering kali berhubungan dengan kemudahan dan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, membeli produk yang mempermudah tugas rumah tangga atau menggunakan layanan yang menghemat waktu dapat meningkatkan efisiensi dan kenyamanan. Hal ini memungkinkan individu untuk lebih fokus pada aktivitas lain yang lebih penting atau menyenangkan.

d) Menambah Pengalaman

Konsumsi tidak hanya terbatas pada barang fisik, tetapi juga mencakup pengalaman, seperti perjalanan, acara, atau kegiatan rekreasi. Menghabiskan uang untuk pengalaman dapat memperkaya hidup seseorang, menciptakan kenangan yang bergarha, dan meningkatkan keterhubungan sosial. Pengalaman ini sering kali lebih berarti dan dapat memberikan dampak positif yang lebih besar dibandingkan dengan barang-barang material.

Dampak negatif dari perilaku konsumtif adalah munculnya sikap dan gaya hidup konsumisme. Konsumerisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa memiliki produk atau jasa tertentu dapat meningkatkan harga diri dan menimbulkan kebahagiaan serta kepuasan. Pandangan seperti ini mendorong seseorang untuk membeli barang atau jasa yang tidak diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. (Ade Fahdiya syakhillah, 2025, hlm. 465).

NO	NAMA PENELITIAN/TAHUN	JUDUL	TEMPAT PENELITIAN/ANALISIS	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Tri Indah Wahyuningsih	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk <i>Skincare</i>	Mahasiswa Program Studi Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Penelitian ini di laksanakan di kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi ekonomi seseorang, maka semakin rendah kecendrungan perilaku konsumtifnya, khususnya dalam pembelian produk <i>skincare</i> . Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman teradap konsep ekonomi membantu individu lebih rasional.	Pengaruh literasi ekonomi, perilaku konsumtif dan metode penelitian	Tempat penelitian
2.	Nur Ellyza Ahmad (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif	Mahasiswa FEBI IAIN Parepare	Penelitian ini di laksanakan di kampus FEBI IAIN Parepare dan hasil dari penelitian ini adalah menunnjukan hasil literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare	Perilaku Konsumtif	Literasi Keuangan dan Tempat Penelitian

3.	Ahmad Bacjtiar Firdaus (2021)	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa PIPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Mahasiswa PIPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Penelitian ini di laksanakan di kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki literasi ekonomi yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan perilaku konsumtif. Mereka lebih rasional dalam pengambilan keputusan keuangan dan lebih memahami pentingnya membedakan antara kebutuhan dan keinginan	Pengaruh Literasi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	Tempat Penelitian
----	-------------------------------	--	---	---	--	-------------------

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan di teliti. Jadi secara teoritis perlu di jelaskan hubungan antar variabel moderator dan intervening juga perlu di jelaskan mengapa itu ikut dilibatkan dalam penelitian. Pertautan antar variabel tersebut selanjutnya dirumuskan ke dalam bentuk paradigma penelitian. Oleh karena itu, pada setiap penyusun paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berfikir penelitian ini juga perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih secara mandiri. Maka yang di lakukan penelitian di samping mengemukakan deskripsi teoritis untuk masing-masing variabel juga argumentasi terhadap variasi besaran variabel yang di teliti (Sugiono), penelitian yang berkenaan dengan dua variabel atau lebih biasanya di rumuskan hipotesis yang berbentuk komparasi maupun hubungan. Oleh karena itu, dalam rangka Menyusun hipotesis penelitian yang berbentuk hubungan maupun komparasi maka perlu di kemukakan kerang berfikir Langkah-langkah dalam Menyusun kerangka pemikiran yang selanjutnya membuahkan hipotesis, kriteria utama agar suatu kerangka pemikiran bisa meyakinkan sesama ilmuwan adalah alur-alur pikiran yang logis dalam membangun suatu kerrang berfikir yang membuahkan Kesimpulan yang berupa hipotesis dan juga merupakan sitesa tentang hubungan antar variabel yang di susundari berbagai teori yang telah dideskripsikan tersebut.

Kerangka berfikir disajikan dalam bentuk bagan yang menunjukkan alur piker peneliti serta keterkaitan antar variabel yang di teliti yang biasa di sebut dengan paradigma atau model penelitian. Hal-hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti dalam Menyusun kerangka berfikir yang baik sebagaimana dikemukakan oleh sekaram (1992) sebagai berikut:

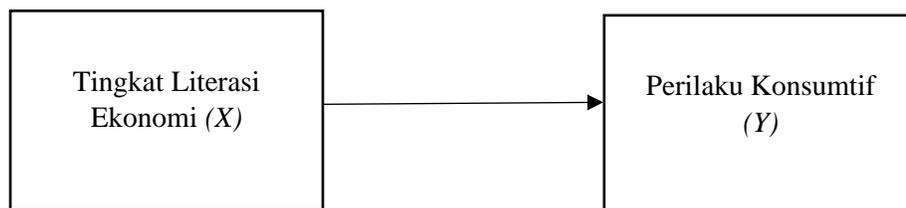
1. Variabel-variabel penelitian seharusnya diidentifikasi secara dan di beri nama.
2. Uraiankerangka berpikir seharusnya menyatakan bagaimana dua atau lebih variabel berhubungan satu dengan lainnya.

Table 2.1

Identifikasi Masalah
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang 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.
Permasalahan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak siswa yang menunjukkan kecenderungan membeli barang berdasarkan dorongan emosi, gengsi, atau tren, bukan kebutuhan yang riil. 2. Tekanan dari lingkungan sosial yang terkadang membuat siswa merasa harus mengikuti gaya hidup konsumtif agar diterima dalam pergaulan. 3. Materi ekonomi belum sepenuhnya dikaitkan dengan kehidupan nyata siswa, sehingga literasi ekonomi belum terbentuk secara kuat.
Solusi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta didik mampu meningkatkan pemahaman siswa terhadap konsep ekonomi dasar dan juga siswa di harapkan mampu membuat keputusan keuangan yang lebih rasional. 2. Pembelajaran ekonomi di sekolah dapat di jadikan sarana edukatif untuk menanamkan kebiasaan keuangan yang sehat sejak dini. 3. Mengarahkan siswa untuk mengikuti konten edukatif yang membahas keuangan pribadi dan perencanaan masa depan juga pentingnya hidup hemat
Hasil Yang di Harapkan
<p>Hasil penelitian ini diharapkan dapat membuktikan apakah tingkat literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa serta menjelaskan arah pengaruh tersebut, dan juga diharapkan dapat mendorong siswa untuk lebih sadar dalam mengelola keuangannya secara bijak dan mampu mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan.</p>

Tingkat Literasi Ekonomi (X), Perilaku Konsumtif (Y), Keterkaitan antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dapat diilustrasikan paradigma pemikiran yakni:

Gambar 2.1



Keterangan:

X : Variabel *Independent*

Y : Variabel *Dependent*

D. Asumsi dan Hipotesis Penelitian

1. Asumsi

Asumsi merupakan titik tolak pemikiran yang kebenarannya di terima peneliti. Asumsi berfungsi sebagai landasan bagi perumusan hipotesis. Oleh karena itu, asumsi penelitian yang diajukan dapat berupa teori-teori, evidensi-evidensi atau dapat pula bersal dari pemikiran penelitian. Rumusan asumsi berbentuk kalimat yang bersifat deklatif bukan kalimat pertanyaan, perintah, pengharapan atau kalimat yang bersifat saran.

1. Literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku siswa.
2. Siswa menggunakan Literasi ekonomi dalam mempertimbangkan perilaku konsumtif di kehidupan sehari-hari.
3. Banyaknya faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi misalnya daya beli, lingkungan sekitar, dan faktor impulsif yang secara tiba-tiba muncul.

2. Hipotesis

Dalam Buku Panduan Karya Tulis Ilmiah FKIP Uninvestitas Pasundan (2024, hlm. 14). Hipotesis adalah jawaban sementara dari masalah atau sub masalah yang secara teori dinyatakan dalam kerang berfikir dan masih harus diuji kebenarannya secara empiris. Perumusan hipotesis penelitian merupakan Langkah ketiga dalam penelitian setelah penelitian mengemukakan landasan teori dan kerangka berfikir. Tetapi perlu di ketahui bahwa tidak setiap penelitian harus

merumuskan hipotesis, penelitian yang bersifat eksploratif sering tidak perlu merumuskan hipotesis. Hipotesis merupakan sementara terhadap rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan dikatakan sementara karena jawaban yang di berikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data hipotesis yang di ajukan pada penelitian: