

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teori

1. Literasi Ekonomi

a. Pengertian Literasi Ekonomi

Pada umumnya literasi diartikan sebagai keaksaraan atau huruf dalam memahami suatu bacaan dalam hal membaca dan menulis. Menurut Solihat (2018), literasi adalah kemampuan membaca, menulis, yang ditandai dengan kemampuan memahami pernyataan singkat yang ada hubungannya dengan kehidupannya. Dalam hal pemahaman, literasi bukan hanya sebatas pembahasan mengenai aksara melainkan sudah berkembang menjadi ke ranah yang lebih luas. Literasi bukan hanya melek huruf, melainkan melek teknologi, politik, ekonomi, berpikir kritis dan peka terhadap lingkungan sekitar. Dengan pengertian literasi yang semakin meluas, tentunya bagi siswa ataupun keluarga pada umumnya literasi harus dimiliki setiap orang. Salah satunya yaitu dengan literasi ekonomi, dimana literasi ekonomi merupakan pengetahuan atau pendidikan yang didapat untuk merubah pola dalam memenuhi kebutuhan hidupnya

Ekonomi menjadi salah satu ilmu sosial yang mempelajari kegiatan manusia dengan berbagai perilakunya. Perilaku atau kegiatan ekonomi manusia terdiri atas perilaku produksi, konsumsi, dan distribusi. Bagi sebagian orang, kegiatan konsumsi menjadi kegiatan yang penting dikarenakan konsumsi merupakan menghabiskan nilai guna barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Secara etimologi ekonomi berasal dari bahasa Yunani yaitu *oikos* yang berarti keluarga, dan *nomos* yang berarti peraturan. Secara umum, ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga atau manajemen keluarga. Selain itu, ahli ekonomi yang disebut dengan ekonom ialah seseorang yang menggunakan konsep dan data yang dibutuhkan dalam mengkaji ilmu ekonomi.

Literasi ekonomi menurut Irawan (2023), literasi ekonomi adalah alat yang digunakan untuk mengubah perilaku tidak cerdas menjadi cerdas. Misalnya, bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk berinvestasi, menabung, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Rendahnya literasi ekonomi akan menghasilkan sikap konsumtif. Pengetahuan ini diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang terkait dengan masalah ekonomi, serta mendapatkan pemahaman secara jelas mengenai masalah moneter, bisnis, dan ekonomi yang sedang dibahas. Literasi ekonomi yang tinggi hendaknya dimiliki oleh para pelaku ekonomi baik konsumen maupun produsen dengan tujuan untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas guna memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas. Dengan begitu jika literasi ekonomi yang tinggi dimiliki oleh para pelaku ekonomi maka akan mengubah setiap tantangan dan ancaman menjadi sebuah peluang sehingga mendatangkan keuntungan serta manfaat guna keberlangsungan perekonomian yang seimbang karena tantangan demi tantangan akan terus muncul dengan perkembangan teknologi saat ini Ferdian & dkk (2022).

Salah satu aspek penting dalam literasi adalah literasi ekonomi, yang berperan dalam membantu individu memahami prinsip ekonomi untuk mengelola keuangan dengan bijak, termasuk dalam hal konsumsi, investasi, dan tabungan. Rendahnya literasi ekonomi dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang tidak terkontrol. Oleh karena itu, pemahaman ekonomi sangat penting agar setiap individu dapat mengambil keputusan finansial yang cerdas dan meningkatkan kesejahteraan hidup. Menurut Nurjanah (2019), literasi ekonomi merupakan pemahaman yang berguna untuk dapat berfikir rasional dalam berperilaku menghasilkan keputusan yang tepat dapat memenuhi kebutuhan dengan lebih memahami tentang ilmu ekonomi untuk tercapainya kehidupan yang sejahtera.

Literasi ekonomi adalah suatu kondisi yang menggambarkan seseorang dapat memahami permasalahan dasar ekonomi secara baik, sehingga kegiatan ekonomi berjalan dengan benar. Refleksi dalam literasi ekonomi mengarah pada membuat pilihan cerdas atau pengambilan keputusan dalam membeli barang atau jasa yang akan digunakan dalam konsumsi sehari-hari sehingga bisa menyisihkan uang untuk menabung. Dalam upaya pemberdayaan literasi ekonomi kenyataannya tidak semua orang memiliki pengetahuan literasi ekonomi. Siswa sebagai agen perubahan harus lebih memahami pengetahuan yang akan digunakan dalam pengelolaan ekonominya apalagi siswa sudah menempuh pendidikan ekonomi mikro maupun makro. Untuk itu perlu adanya kesadaran dari siswa dalam membiasakan perilaku menabung Novitasari & Ayuningtyas (2018).

Pendapat yang diatas dapat dijelaskan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan, termasuk bagaimana cara mengelola pengeluaran, menabung, dan berinvestasi dengan bijak pada individu siswa yang memiliki literasi ekonomi yang baik dapat membuat keputusan keuangan yang cerdas, menghindari kebiasaan konsumtif, dan merencanakan masa depan dengan lebih baik. Beberapa ahli, menyatakan bahwa literasi ekonomi membantu mengurangi pengeluaran yang tidak perlu dan meningkatkan kesejahteraan pribadi, secara keseluruhan, literasi ekonomi penting untuk hidup lebih sejahtera dengan cara mengelola uang dengan bijak, menghindari perilaku boros, dan mempersiapkan masa depan.

b. Indikator Literasi Ekonomi

Menurut Watung & Rahayu (2022), terdapat tujuh indikator literasi ekonomi.

1) Kelangkaan

Kelangkaan adalah kondisi di mana kebutuhan manusia tidak terbatas, sementara sumber daya untuk memenuhi kebutuhan tersebut terbatas. Ini adalah masalah utama dalam ilmu ekonomi.

2) Sumber daya produktif

Sumber daya produktif adalah semua faktor yang digunakan dalam proses produksi, seperti tanah, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan

3) Sistem Ekonomi

Sistem ekonomi adalah cara suatu negara mengatur produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa. Contohnya: sistem ekonomi pasar, sistem ekonomi komando, dan sistem ekonomi campuran.

4) Tukar menukar

Tukar menukar (barter) adalah kegiatan saling menukar barang atau jasa tanpa menggunakan uang sebagai alat perantara.

5) Insentif ekonomi

Insentif ekonomi adalah sesuatu yang mendorong individu atau kelompok untuk bertindak dengan cara tertentu, biasanya berupa imbalan atau hukuman finansial.

6) Pasar

Pasar adalah tempat atau mekanisme di mana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.

7) Ekonomi manajemen

Ekonomi manajemen adalah penerapan prinsip-prinsip dan metodologi ekonomi untuk membuat keputusan bisnis yang lebih efektif dalam organisasi.

c. Faktor Literasi Ekonomi

Faktor literasi ekonomi atau faktor *neuroeconomics* juga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan ekonomi individu dalam mengambil keputusan. Setiap hari manusia membuat banyak keputusan yang akan mempengaruhi tindakan seseorang saat ini dan juga dapat berdampak kuat pada masa depan seseorang. Pilihan antara kopi dan teh untuk minuman sarapan pagi, jelas bukan hal yang besar, namun keputusan apakah akan berinvestasi pada saham berisiko yang

tinggi menjanjikan keuntungan besar atau tidak, dapat membawa kekayaan atau kehancuran finansial.

Menurut Aisyah (2022) Literasi ekonomi sebagai hasil belajar dipengaruhi oleh beberapa faktor ekonomi dan non ekonomi terdiri dari sikap, gaya hidup, dan pendidikan.

1) Faktor Ekonomi

a) Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah disumbangkan, biasanya berupa upah atau gaji. Makin tinggi pendapatan seseorang makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus dipenuhi.

b) Suku Bunga

Faktor yang menarik seseorang untuk menabung atau investasi adalah suku bunga. Semakin besar suku bunga tabungan, semakin besar pula imbalan jasa yang diberikan oleh bank, Jadi, besar kecilnya suku bunga akan mempengaruhi keputusan konsumsi seseorang.

2) Faktor Non Ekonomi

a) Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan berfikir yang disiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek yang diorganisasikan melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung pada praktiknya.

b) Gaya hidup

Gaya hidup seseorang akan sangat menentukan jumlah kebutuhannya, jika ia mempunyai gaya hidup sederhana tingkat kebutuhannya pun akan sederhana dan tidak banyak atau kompleks. Akan tetapi seseorang yang memiliki gaya hidup mewah tingkat kebutuhannya pun akan semakin banyak cenderung perilaku konsumtif, yaitu hidup yang

berlebih-lebihan dalam mengambil keputusan untuk sebuah pola yang lebih dari apa yang dibutuhkan.

c) Pendidikan

Pendidikan juga turut untuk mempengaruhi kebutuhan hidup seseorang. Seseorang yang pendidikannya tinggi, memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda dengan seseorang yang pendidikannya rendah.

d. Aspek Literasi Ekonomi

Aspek literasi ekonomi, dapat dinyatakan bahwa pengetahuan ekonomi yang baik akan berdampak pada pola perilaku ekonomi. menjadi dasar pembuatan keputusan ekonomi masing-masing individu. Perilaku ekonomi baik dalam hal memproduksi, mendistribusi maupun mengkonsumsi barang, jika dilandasi dengan pengetahuan yang memadai dapat membuat individu mengambil keputusan secara efektif dan efisien. Sebaliknya, semua keputusan yang dilakukan tanpa didasari pengetahuan yang memadai tentang ilmu ekonomi hanya akan mengakibatkan inefisiensi dan inefektivitas sumber daya yang telah dikorbankan untuk mendapatkan maupun menghasilkan barang atau jasa.

2. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Destisya & dkk (2022), perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan perilaku konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumsi dimana hanya memakai saja dan tidak menghasilkan sendiri. Siregar & Novita (2023), menjelaskan perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi, hal ini dikenal dengan istilah compulsive buying disorder (kecanduan belanja), dimana orang yang terjebak di dalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan keinginan.

Menurut Malipungi & Sadriani (2023), perilaku konsumtif pada remaja merupakan tindakan membeli secara berlebihan yang tidak didasari dengan alasan rasional dengan tujuan memperoleh kesenangan semata untuk memenuhi keinginan tanpa mementingkan kebutuhan. Remaja melakukan pembelian secara berlebihan tanpa memperhatikan kebutuhannya melainkan untuk bisa diterima oleh lingkungannya, menaikkan gengsi, prestise dan untuk tampil beda dari lingkungannya. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan internal.

Pendapat diatas dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumtif pada remaja merupakan tindakan membeli secara berlebihan yang didorong oleh keinginan untuk memenuhi kepuasan pribadi tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Hal ini seringkali dipicu oleh tekanan sosial untuk tampil menarik, diakui oleh teman sebaya, dan meningkatkan status sosial. Faktor internal seperti emosi dan kepribadian juga turut mempengaruhi perilaku ini. Akibatnya, perilaku ini dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan pribadi dan kesejahteraan mental remaja.

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Hijrianti & Fitriani (2022), terdapat delapan indikator perilaku konsumtif, yaitu:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika 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 dan gengsi.

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam

berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga bukan manfaat.

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- 5) Membeli produk hanya sekedar untuk 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. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

- 6) Menggunakan produk karena unsur konformitas terhadap.

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

- 7) Adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal meningkatkan rasa percaya diri.

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 dengan merek yang berbeda.

- 9) Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu terbagi menjadi dua :

1) Faktor Eksternal

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Harita & dkk (2022), ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar dan dalam. Faktor luarnya terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

a) Kebudayaan

Konsumen adalah makhluk sosial yaitu orang-orang tertentu yang hidup masing-masing dengan orang lain, berkomunikasi satu sama lain, salah satu komponen perilaku sosial adalah budaya.

b) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke berbagai kelas atau berbagai lapisan. Kontras di kelas atau lapisan akan menggambarkan kontras dalam intruksi, gaji, tanggungjawab, cara hidup dan lain-lain yang diterima. Perbedaan upah akan mempengaruhi perilaku pemanfaatan individu atau keluarga.

c) Kelompok Referensi

Referensi atau yang dikenal sebagai semacam perkumpulan perspektif adalah individu atau kumpulan individu yang pada dasarnya mempengaruhi perilaku individu.

d) Keluarga

Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi dengan kerabat lainnya. Kerabat akan saling mempengaruhi dalam menentukan pilihan untuk membeli barang.

2) Faktor Internal

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Harita & dkk (2022), ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar dan dalam. Faktor dalamnya terdiri dari motivasi, kepribadian, konsep diri, proses belajar, dan gaya hidup.

a) Motivasi

Motivasi ialah suatu keinginan yang ada di dalam diri seseorang sehingga mendorong ia membeli sesuatu. Seperti ketika kamu merasa lapar maka kamu akan segera mencari makanan untuk menghilangkan rasa lapar tersebut nah ini yang dinamakan kondisi fisik seseorang yang membutuhkan makanan yang menghilangkan rasa lapar tersebut.

b) Kepribadian

Karakter seseorang tentunya tidak sama antar manusia, masing-masing memiliki keistimewaan dan sifat yang beragam, selain beragam juga terdapat persamaan antara yang satu dengan yang lainnya. Karakter pembeli sangat penting bagi pemasar karena diidentikkan dengan perilaku pembeli. Perbedaan karakter akan mempengaruhi perilaku mereka dalam memilih barang, karena pembeli akan memilih barang sesuai dengan karakter mereka.

c) Konsep Diri

Konsep diri hanyalah keseluruhan pertimbangan dan sentimen tentang diri sendiri. Konsep diri individu hanyalah gambaran umum yang dia miliki karena cara hidup dimana dia tinggal dan keadaan serta pertemuan individu yang meliputi kehadirannya sehari-hari.

d) Proses Belajar

Belajar menyinggung perubahan perilaku yang cukup terusmenerus yang dibawa oleh pengalaman, belajar adalah perubahan perilaku yang relatif permanen yang diakibatkan oleh pengalaman.

e) Gaya hidup

Kebanyakan dari manusia gaya hidup lah yang menjadi seseorang tersebut menjadi konsumtif.

d. Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut From Paujiah & Ariani (2019), adalah:

- 1) Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*). Aspek ini membuktikan kalau seseorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tiba-tiba keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
- 2) Pemborosan (*Wasteful buying*). Perilaku konsumtif selaku salah satu perilaku yang menghambur- hamburkan banyak anggaran tanpa dilandasi terdapatnya keinginan yang nyata.
- 3) Pembelian tidak Rasional (*Non rational Buying*). Sesuatu sikap dimana pelanggan membeli suatu yang dicoba sekedar buat mencari kebahagiaan.

e. Dampak Perilaku Konsumtif

Menurut Sari & dkk (2024), dampak Perilaku Konsumtif yang dapat terjadi dari sisi negatif maupun positifnya di antaranya sebagai berikut:

- 1) Terjadi pada individu yang tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya (boros).
- 2) Ketergantungan juga menjadi dampak negatif dari konsumtif, dimana pelaku dari perilaku konsumtif dalam membeli dan menggunakan barang/jasa selalu merasa ada yang kurang dari yang sudah dimilikinya sehingga ingin selalu terus membeli dan

menggunakan barang/jasa agar kepuasan pribadinya bisa terpenuhi.

- 3) Lebih mudah terpengaruh iklan, sehingga pelaku dari perilaku konsumtif membeli dan menggunakan barang/jasa dari iklan yang dilihatnya apalagi jika menawarkan diskon besar-besaran.

Dampak Perilaku Konsumtif yang dapat terjadi dari sisi positif di antaranya sebagai berikut:

- 1) Menambah rasa percaya diri, dimana pelaku dari perilaku konsumtif dalam membeli dan menggunakan barang/jasa didasarkan sesuai dengan keinginan dirinya.
- 2) Terlihat lebih menawan karena menggunakan barang/jasa berdasarkan hasil penilaian diri sendiri.
- 3) Menciptakan pasar bagi produsen, karena bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi masyarakat maka produsen akan membuka pasar-pasar baru guna mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat.

B. Hubungan Pengaruh Literasi Ekonomi dengan Perilaku Konsumtif

Literasi ekonomi adalah alat yang dapat digunakan untuk mengubah perilaku yang semula tidak cerdas menjadi cerdas. Misalnya, bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk berinvestasi, menabung, proteksi dan memenuhi kebutuhannya hidup. Rendahnya literasi ekonomi akan menghasilkan sikap konsumtif konsumen. Pengetahuan ini diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang terkait dengan masalah ekonomi, serta mendapatkan pemahaman secara jelas mengenai masalah moneter, bisnis, dan masalah ekonomi yang sedang dibahas Irawan (2023).

Menurut Malipungi & Sadriani (2023), perilaku konsumtif pada remaja merupakan tindakan membeli secara berlebihan yang tidak didasari dengan alasan rasional dengan tujuan memperoleh kesenangan semata untuk memenuhi keinginan tanpa mementingkan kebutuhan. Remaja melakukan pembelian secara berlebihan tanpa memperhatikan kebutuhannya melainkan untuk bisa diterima oleh lingkungannya, menaikkan gengsi, prestise dan untuk

tampil beda dari lingkungannya. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan internal.

Berdasarkan kesimpulan diatas literasi adalah kemampuan individu untuk memahami dan mengelola masalah ekonomi dasar secara rasional, yang tidak selalu memerlukan pendidikan formal di bidang ekonomi. Rendahnya literasi ekonomi dapat menyebabkan perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan membeli barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi keinginan pribadi. Perilaku ini dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti budaya dan kelas sosial, serta faktor internal seperti motivasi dan gaya hidup. Penggunaan uang elektronik juga dapat meningkatkan perilaku konsumtif karena memudahkan transaksi dan mendorong pembelian impulsif. Oleh karena itu, literasi ekonomi yang baik penting untuk membantu individu membuat keputusan ekonomi yang bijak dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

C. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil dari penelitian terdahulu menjadi informasi acuan yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Dari berbagai referensi yang penulis telusuri, beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini dapat diidentifikasi, antara lain.

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian (Tahun)	Judul	Tempat Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
1	Junita Pitasari (2024)	Pengaruh Pemahaman Literasi Terhadap Konsumtif Pendidikan Universitas Jambi	Universitas Batanghari Jambi	Pemahaman literasi ekonomi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Batanghari Jambi dikatagorikan cukup baik.	Penelitian ini menggunakan populasi dan sampel dari siswa MA Al - Mufassir
2.	Regita Saputri (2019)	Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, dan Kondisi Ekonomi Keluarga Terhadap	Universitas Lampung.	Ada pengaruh positif dan signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku menabung	Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel yaitu literasi ekonomi dan perilaku konsumtif,

		Perilaku Menabung Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung.			pada jurusan ilmu pengetahuan sosial FKIP Universitas Lampung	m,ahasiswa pendidikan Universitas	menggunakan populasi dan sampel dari siswa, dilakukan di tempat dan waktu yang berbeda.
3.	Tri Indah Wahyuningsih (2022)	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Scincare	Universitas Islam Sfyarif Hidayatullah	Nagri Hidayatullah	Terdapat literasi terhadap konsumtif produk skincare pada mahasiswa program studi Tadris IPS UIN Srif Hidayatullah Jakarta	pengaruh ekonomi perilaku untuk	Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel yaitu literasi ekonomi dan perilaku konsumtif, menggunakan populasi dan sampel dari siswa, dilakukan di tempat dan waktu yang berbeda

D. Kerangka Pemikiran

Literasi ekonomi adalah alat penting dalam membentuk perilaku ekonomi yang bijak. Pemahaman ini membantu individu dalam mengelola pendapatan untuk berbagai kebutuhan seperti investasi, tabungan, proteksi, dan konsumsi. Namun, rendahnya literasi ekonomi masih menjadi masalah, khususnya di kalangan pelajar. Gejala yang muncul di lapangan menunjukkan bahwa banyak siswa yang menunjukkan perilaku konsumtif, seperti membeli barang yang tidak dibutuhkan hanya demi tren atau kepuasan sesaat. Hal ini mencerminkan bahwa mereka belum mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, yang dalam psikologi disebut *compulsive buying disorder*.

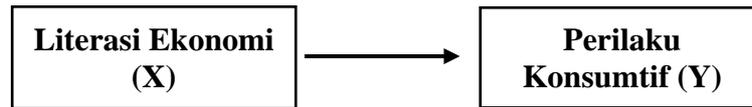
Masalah ini dapat dilihat sebagai akibat dari kurangnya literasi ekonomi (X) yang menyebabkan perilaku konsumtif (Y). Dengan kata lain, semakin rendah literasi ekonomi siswa, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk bersikap konsumtif. Sebaliknya, perilaku konsumtif yang telah terbentuk sejak dini juga dapat menjadi penghambat siswa untuk tertarik atau memahami pentingnya literasi ekonomi (Y ke X), karena mereka terbiasa memuaskan keinginan tanpa mempertimbangkan nilai ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengukur sejauh mana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa, agar dapat dijadikan dasar dalam menyusun strategi pendidikan ekonomi yang lebih efektif di lingkungan sekolah.

Literasi ekonomi adalah alat yang dapat digunakan untuk mengubah perilaku yang semula tidak cerdas menjadi cerdas. Misalnya, bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk berinvestasi, menabung, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Rendahnya literasi ekonomi akan menghasilkan sikap konsumtif konsumen. Pengetahuan ini diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang terkait dengan masalah ekonomi, serta mendapatkan pemahaman secara jelas mengenai masalah moneter, bisnis, dan masalah ekonomi yang sedang dibahas Irawan (2023).

Menurut Siregar & Novita (2023), menjelaskan perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi, hal ini dikenal dengan istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja),

dimana orang yang terjebak di dalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan konsep yang dijelaskan, maka paradigma penelitian yang digunakan dapat diilustrasikan dalam bagan seperti dibawah ini :



Gambar 2. 1
Paradigma Penelitian

Keterangan :

X = Variabel Independen yaitu Literasi Ekonomi

Y = Variabel Dependen yaitu Perilaku Konsumtif

—> = Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif

E. Asumsi dan Hipotesis

1. Asumsi

Dalam buku panduan Penulisan Karya Ilmiah (KTI) siswa (2025) menjelaskan “Asumsi adalah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti yang mana asumsi ini diajukan berupa teori-teori, evidensi-evidensi, atau berasal dari pemikiran peneliti sendiri”. Dari penelitian yang akan peneliti lakukan, maka peneliti berasumsi bahwa:

- a) Literasi ekonomi dapat diukur melalui kemampuan siswa dalam memahami dan menerapkan pengetahuan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari.
- b) Perilaku konsumtif siswa dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk literasi ekonomi, lingkungan sosial, dan media.
- c) Terdapat hubungan negatif antara literasi ekonomi dan perilaku konsumtif, di mana siswa dengan literasi ekonomi yang tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih rendah.

2. Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2019), mengatakan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Menurut teori tersebut terdapat dua macam hipotesis penelitian yaitu hipotesis kerja dan hipotesis nol. Hipotesis kerja dinyatakan dalam kalimat positif dan hipotesis nol dinyatakan dalam kalimat negatif.