

**PENGARUH LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

oleh

Ulfa Nur Anggraeni

NIM 06031181823012

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2022

**PENGARUH LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh

Ulfa Nur Anggraeni

NIM: 06031181823012

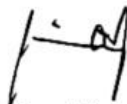
Program Studi Pendidikan Ekonomi

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Akhir Program Sarjana

Mengetahui,

Koordinator Program Studi,

Pembimbing,



Dra. Dewi Koryati, M.Pd
NIP. 196408221990032005



Drs. Iqbal Barlian, M.Pd
NIP. 196004301986031003



**PENGARUH LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh
Ulfa Nur Anggraeni
NIM: 06031181823012
Program Studi Pendidikan Ekonomi

Telah diujikan dan lulus pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 17 Mei 2022

Tim Penguji:

Ketua: Drs. Ikbal Barlian, M.Pd



Palembang, 25 Mei 2022
Mengetahui,
Koordinator Program Studi,
Pendidikan Ekonomi



Dra. Dewi Koryati, M.Pd
NIP. 196408221990032005



**PENGARUH LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh

Ulfa Nur Anggraeni

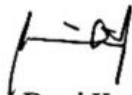
NIM: 06031181823012

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Mengesahkan:

Mengetahui,

Koordinator Program Studi,



Dra. Dewi Koryati, M.Pd

NIP. 196408221990032005

Pembimbing,



Drs. Ikbal Barlian, M.Pd

NIP. 196004301986031003



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfa Nur Anggraeni

NIM : 06031181823012

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengujian dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 8 April 2022
Yang membuat pernyataan



Ulfa Nur Anggraeni
NIM. 06031181823012

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaannirrohiim

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Serta sholawat dan salam terhanturkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua terkasih Bapak Izhar dan Ibu Misnaini, yang telah mendidik dengan rasa kasih dan sayang serta doa yang dicurahkan selalu menyertai anaknya.
2. Kedua saudari Halimah Tussa'diah dan Izza Rahma Adifa serta keluarga tercinta yang ikut serta mewarnai hari penulis selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan.
3. Dosen Pembimbing skripsi Bapak Drs. Ikbal Barlian, M.Pd. sekaligus dosen pembimbing akademik. Terima kasih atas segala bimbingan dan ilmu yang diberikan selama menempuh pendidikan sekaligus penyusunan skripsi.
4. Dosen koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi Ibu Dra. Dewi Koryati, M.Pd., dan seluruh dosen Pendidikan Ekonomi FKIP UNSRI, Bapak Dr. Riswan Jaenudin, M.Pd., Prof. Dr. Djahir Basir, M.Pd., Bapak Drs. Ikbal Barlian, M.Pd., Ibu Dra. Yulia Djahir, MM., Ibu Dra. Siti Fatimah, M.Si., Bapak Deskoni, S.Pd., M.Pd., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.Si., Ibu Edutivia Mardetini, S.Pd., M.Ak., Ibu Dr. Dwi Hasmidyani, M.Si., Ibu Dian Eka Amrina, S.Pd., M.Pd., Ibu Fitriyanti, S.Pd., M.Pd., Ibu Dewi Pratita, S.Pd., M.Pd., Ibu Yuliana. S.Pd., M.Pd., Terima kasih atas segala ilmu dan didikan yang telah diberikan. Semoga ilmu yang didapat penulis bermanfaat dan berkah.
5. Seluruh admin Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNSRI, terima kasih atas bantuannya dalam pengurusan administrasi penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Pendidikan Ekonomi.

6. Teman terbaik seperti pohon, Winda, Uswa, Sakila, dan Mayang, terima kasih atas tempat berteduh sembari mengukir cerita serta mewarnai kisah selama menempuh pendidikan. Semangat berjuang di atas jalan yang telah diukur. Kita semua mampu melewatinya meski jalan yang dipilih rusak tak beraturan.
7. Seluruh teman seperjuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi tahun akademik 2018 yang semula awal kita adalah orang asing mencoba saling mengenal. Terima kasih atas kerja samanya selama masa perkuliahan. Serta mahasiswa tahun akademik 2019 dan 2020 yang telah berkontribusi dalam penelitian ini.

Motto:

“Selalu sertakan Allah dalam hidupmu, yakin dan percaya bahwa Dia selalu ada membersamai. Kamu tidak sendiri!!!”

“Dan Kami lebih dekat kepadanya daripada urat lehernya” (Qaaf:16)

PRAKATA

Skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya” disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya. Dalam mewujudkan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari beberapa pihak.

Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Drs. Ikbal Barlian, M.Pd. sebagai pembimbing atas segala bimbingan yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Hartono, M.A., selaku Dekan FKIP Unsri, Ibu Dr. Farida, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Bapak Deskoni, S.Pd., M.Pd., selaku Sekertaris Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosisal, Ibu Dra. Dewi Koryati, M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama penulisan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga ditunjukkan kepada seluruh Staff dan Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bekal pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Pendidikan Ekonomi. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Bapak dan Ibu Dosen, sebagai penguji yang telah memberikan sejumlah saran untuk perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembelajaran bidang studi Pendidikan Ekonomi dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni.

Indralaya, 8 April 2022
Peneliti,



Ulfa Nur Anggraeni
NIM. 06031181823012

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN KETERANGAN LULUS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PERSEMBAHAN	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Literasi Ekonomi.....	7
2.1.1 Pengertian Literasi Ekonomi.....	7
2.1.2 Indikator Literasi Ekonomi	8
2.2 Perilaku Konsumtif	11
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif	11
2.2.2 Faktor-faktor Perilaku Konsumtif.....	12
2.2.3 Indikator Perilaku Konsumtif.....	15
2.3 Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif.....	18
2.4 Penelitian Terdahulu	19
2.5 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Variabel Penelitian	23
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.4.1 Populasi Penelitian	26
3.4.2 Sampel Penelitian.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1 Angket atau Kuesioner	28

3.5.2 Dokumentasi	30
3.6 Uji Instrumen Penelitian	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Uji Prasyarat.....	33
3.7.2 Uji Linieritas Regresi	34
3.7.3 Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Deskripsi Data	38
4.1.2 Deskripsi Data Literasi Ekonomi	39
4.1.3 Deskripsi Data Perilaku Konsumtif	40
4.1.4 Deskripsi Data Dokumentasi.....	41
4.2 Uji Prasyarat.....	42
4.2.1 Uji Normalitas	42
4.2.2 Uji Linieritas Regresi	50
4.3 Uji Hipotesis	52
4.3.1 Korelasi Pearson Product Moment.....	52
4.3.2 Analisis Regresi Sederhana.....	54
4.4 Pembahasan.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	60
3.1 Simpulan	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Table 1 Definisi Operasional Variabel.....	24
Table 2 Populasi Penelitian.....	26
Table 3 Sampel Penelitian.....	27
Tabel 4 Skor Penilaian	29
Tabel 5 Kisi-kisi Instrumen Angket Literasi Ekonomi	29
Tabel 6 Kisi-kisi Instrumen Angket Perilaku Konsumtif	29
Tabel 7 Interpretasi Validitas Instrumen Angket Literasi Ekonomi	32
Tabel 8 Interpretasi Validitas Instrumen Angket Perilaku Konsumtif.....	32
Tabel 9 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	36
Table 10 Distribusi Frekuensi Literasi Ekonomi	43
Table 11 Frekuensi Data Angket Literasi Ekonomi.....	45
Table 12 Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif.....	47
Table 13 Frekuensi Data Angket Perilaku Konsumtif	49
Table 14 Penolong Angka Statistik.....	50
Table 15 Penolong Pasangan Variabel X dan Y untuk Mencari (JK_E).....	51
Table 16 Ringkasan Anova Variabel X dan Y untuk Uji Linieritas	52
Table 17 Penolong Angka Statistik.....	55
Table 18 Kisi-kisi Instrumen Angket Perilaku Konsumtif	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Variabel Penelitian	23
Gambar 2 Hasil Angket Literasi Ekonomi.....	39
Gambar 3 Hasil Angket Perilaku Konsumtif	41
Gambar 4 Data Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Tahun Akademik 2018-2020 ..	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen Angket Penelitian	66
Lampiran 2 Surat Pengantar Validasi	68
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Validasi Instrumen.....	69
Lampiran 4 Lembar Penilaian Validasi Instrumen	70
Lampiran 5 Surat Keterangan Validasi	74
Lampiran 6 Instrumen Angket Penelitian	75
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	79
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	84
Lampiran 9 Tabel Penolong Variabel X dan Y untuk Mencari (JKE).....	88
Lampiran 10 Usul Judul.....	90
Lampiran 11 SK Pembimbing.....	90
Lampiran 12 SK Izin Penelitian.....	93
Lampiran 13 SK Telah Menyelesaikan Penelitian.....	94
Lampiran 14 Kartu Bimbingan Skripsi	95
Lampiran 15 Daftar Mahasiswa Mengikuti MK Ekonomi Mikro	97
Lampiran 16 Dokumentasi Penelitian.....	103
Lampiran 17 Hasil Uji Plagiasi	110
Lampiran 18 Bukti Perbaikan Skripsi	111

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* didapat jumlah sampel 68 mahasiswa dari seluruh anggota populasi sebanyak 211 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa angket dan dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *pearson product moment* dan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan negatif (berlawanan arah) terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya sebesar 7,97%. Jadi apabila semakin tinggi tingkat literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa maka berpengaruh terhadap rendahnya perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Hasil *pearson product moment* yang uji hipotesis menggunakan uji-t didapatkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,388 > 1,668$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil analisis regresi sederhana didapatkan persamaan $\hat{Y} = 32,583 + 0,7025X$, persamaan tersebut dapat diartikan bahwa tanpa adanya pengaruh literasi ekonomi, perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 32,583 satuan. Literasi ekonomi memiliki koefisien regresi sebesar 0,7025 artinya jika terjadi penambahan literasi ekonomi sebesar 1 satuan maka perilaku konsumtif akan bertambah sebesar 0,7025

Kata-kata Kunci: Literasi Ekonomi, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This research aimed at knowing the significant effect of economic literacy toward student consumptive behavior of online shopping at Economic Education of Sriwijaya University. The sampling technique used in this research is simple random sampling obtained a samples of 68 students from all member population of 211 students. Questionnaires and documentation were the techniques of collecting the data. This research is a quantitative research associative data analysis techniques used are pearson product moment and simple regression analysis.

The results showed that there was a significant and negative effect (opposite direction) to the consumptive behavior of online shopping in Economic Education students at Sriwijaya University by 7,97%. So if the higher the level of economic literacy possessed by students, it will affect the low consumer behavior of online shopping in Economic Education students at Sriwijaya University. The result of the pearson product moment the test the hypothesis using t-test obtained $t_{observed} > t_{table}$ $2,388 > 1,668$, then h_a was accepted and h_o was rejected. The result of simple regression analysis obtains the equation $Y = 32,583 + 0,7025X$, the equation can be interpreted that without the influence of literacy economics, student consumptive behavior is 32,583 units. Economic literacy have a regression coefficient of 0,7025 meaning that if there is an increase in literacy 1 point of economy, consumptive behavior will increase by 0,7025.

Keywords: *Economic Literacy, Consumptive Behavior*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin berkembang seperti sekarang, memberikan pengaruh dalam kemudahan mendapatkan informasi. Perkembangan globalisasi dalam kehidupan masyarakat disebabkan adanya perkembangan teknologi media informatika dan ilmu pengetahuan. Globalisasi, ekonomi, transportasi, komunikasi budaya, IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) semakin meluas serta mudah diakses menyebabkan semakin seragamnya perilaku konsumen di berbagai daerah bahkan negara. Konsumen akan saling mempengaruhi konsumen lain (Sumarwan, 2020:7). Dampak perkembangan globalisasi semakin terasa setelah banyak bermunculan toko *online* di *marketplace* maupun *non-marketplace* seperti media sosial. Konsumen dapat dengan mudah mengakses toko *online* di media sosial ataupun di aplikasi-aplikasi belanja *online* cukup dalam genggam jari memanfaatkan jaringan elektronik, mereka telah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kelompok makanan, minuman merupakan jenis barang yang paling banyak terjual pada tahun 2020 melalui internet, sebesar 40,86% dari keseluruhan *e-commerce*. Produk *fashion* ada pada urutan kedua banyak terjual dengan proporsi usaha yang menjual sebanyak 20,71%. Di urutan ketiga adalah jenis barang/jasa kebutuhan rumah tangga, sebanyak 10,30% (Kusumatriana, dkk, 2021:20).

Survei *e-commerce* tahun 2021 menunjukkan pola yang sama dengan tahun 2020. Hasil survei menunjukkan jumlah usaha *e-commerce* di Indonesia tahun 2020 sebanyak 2.361.423 usaha. Mayoritas menggunakan media sosial sebagai wadah penjualan, pembayaran yang paling sering digunakan adalah *cash on delivery (COD)* atau pembayaran secara tunai. Hasil di tahun 2021 terdapat 21,64 persen usaha yang melakukan penjualan melalui *marketplace*. Sebagian besar yaitu 78,36% usaha melakukan penjualan *online* melalui media *non-marketplace*, seperti social media, pesan instan. Sebanyak 71,23% usaha hanya menjual produk ke konsumen akhir. Sebanyak 27,15% usaha melakukan penjualan baik ke konsumen

akhir maupun ke agen. sisanya 1,62% usaha *e-commerce* melakukan penjualan ke agen atau penjual lain (Kusumatriana, dkk, 2021:17-19).

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa kegiatan jual beli banyak dilakukan secara *online* dalam dua tahun terakhir. Di tengah masa pandemi Covid-19 teknologi dan media komunikasi mempermudah masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi. Kondisi ini dapat memberikan dampak yang positif dan juga negatif.

Konsumen dapat dengan mudah melakukan konsumsi suatu barang dengan berbagai macam pilihan, cukup mengklik salah satu jenis produk mereka telah membeli produk tersebut, tanpa harus menghabiskan waktu lebih banyak untuk pergi keluar berbelanja. Dengan melakukan belanja secara *online* konsumen dapat lebih efektif dalam memanfaatkan waktu apalagi bagi konsumen yang memiliki kesibukan cukup banyak. Akan tetapi, hal tersebut dapat memberikan dampak negatif bagi konsumen yang tidak rasional dalam membuat keputusan. Produk yang dipilih konsumen seringkali bukan merupakan kebutuhan. Apalagi saat ini *e-marketplace* maupun toko *online* sering menetapkan harga promosi setiap bulannya pada produk yang mereka tawarkan, hal ini semakin membuat para konsumen tergiur dengan promosi-promosi yang diberikan. Apabila perilaku tersebut tidak dikendalikan, maka akan menyebabkan konsumen tidak rasional dalam berkonsumsi sehingga menyebabkan konsumen memiliki perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif mengacu pada perilaku irasional dan obsesif yang mengarah pada kerugian ekonomi dan efisiensi biaya (Zebua & Nurdjayadi dalam Wardani & Anggita, 2021). Sedangkan menurut Setiaji (dalam Jannah, 2019) perilaku konsumtif yaitu tindakan seseorang dalam membeli suatu barang atau produk secara berlebihan, dengan kata lain tidak melakukan perencanaan sebelum membeli barang atau produk. Berdasarkan penjelasan tersebut perilaku konsumtif seringkali muncul hanya untuk memenuhi keinginan bukan karena kebutuhan dan tidak berdasarkan keputusan yang rasional. Sumarwan (2020) perilaku konsumen anak muda selalu mengikuti trend yang sedang populer, cenderung memilih *fashion* yang modis, anak muda cepat beradaptasi dengan teknologi.

Berdasarkan hasil pengumpulan data awal pada Minggu, 17 Oktober 2021, angket yang disebarakan kepada mahasiswa Pendidikan Pkonomi Universitas Sriwijaya tahun angkatan 2018, 2019, dan 2020 didapat hasil bahwa sebagian besar mahasiswa memahami tentang literasi ekonomi yaitu sebesar 86,6% dari jumlah responden. Disamping banyaknya mahasiswa yang memahami literasi ekonomi terdapat sebanyak 90,4% menginstal aplikasi belanja *online*. Sebesar 47% sering melakukan belanja *online* dan sebesar 45,8% kadang-kadang melakukan belanja secara *online*. Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Pendidikan Ekonomi belanja *online* adalah yang pertama dipengaruhi tingkat harga, kualitas produk, promosi, mengikuti *trend fashion*, memenuhi kebutuhan ataupun keinginan dan lain sebagainya.

Sebagai mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi yang memiliki pengetahuan lebih mengenai ilmu ekonomi dan dalam proses pembelajaran sudah memasuki tahap atas maka dapat dikatakan mereka mempunyai perilaku konsumsi yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. Mahasiswa pendidikan ekonomi akan menerapkan ilmu ekonomi yang mereka pelajari di perkuliahan dalam kegiatan ekonomi. Dengan demikian dapat dikatakan mahasiswa pendidikan ekonomi memiliki pemahaman literasi ekonomi lebih baik dalam lingkaran mahasiswa program studi lainnya. Akan tetapi pada kenyataannya masih ada mahasiswa pendidikan ekonomi mengabaikan literasi ekonomi yang dimilikinya untuk berpikir rasional dalam melakukan konsumsi suatu barang di toko *online*.

Berdasarkan pengumpulan data awal hasil nilai huruf mata kuliah ekonomi mikro didapat rata-rata mahasiswa memiliki nilai yang baik. Dengan hasil perolehan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi telah memahami ilmu dan konsep ekonomi, karena sebelum mempelajari mata kuliah ekonomi mikro terlebih dahulu mahasiswa mempelajari mata kuliah pengantar ilmu ekonomi, didalam kedua mata kuliah tersebut terdapat pelajaran mengenai perilaku konsumen. Dengan adanya bekal ilmu tersebut seharusnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam kegiatan berkonsumsi terhindar dari arah yang konsumtif. Akan tetapi hal ini kurang sesuai dengan hasil studi pendahuluan yang telah dijelaskan sebelumnya. Bahwa masih banyak mahasiswa yang sering

melakukan belanja *online* setiap bulannya yang bukan atas dasar kebutuhan, melainkan didasarkan mengikuti *trend*, harga yang ditawarkan murah, promosi-promosi berupa potongan harga, *cashback*, gratis ongkos kirim dan lain sebagainya yang ditawarkan oleh *e-marketplace*.

Economic literacy ialah kondisi yang menggambarkan seseorang bisa memahami permasalahan dasar ekonomi dengan baik, sehingga dapat melakukan kegiatan ekonomi dengan benar. *Economic literacy* yang direfleksikan pada perilaku ekonomi mahasiswa dalam perspektif ilmu ekonomi termasuk perilaku ekonomi dalam kegiatan utamanya adalah melakukan kegiatan konsumsi, pada prinsipnya konsumen dalam melakukan konsumsi selalu bersikap rasional (Melina & Wulandari, 2018). Literasi ekonomi merupakan suatu alat yang digunakan untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, beinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Sehingga dengan adanya literasi ekonomi, seseorang dapat membuat keputusan ekonomi secara cerdas (Sina dalam Novitasari & Ayuningtyas, 2020).

Banyak mahasiswa yang memahami literasi ekonomi, akan tetapi hanya sekedar teori untuk memenuhi syarat mata kuliah, di kehidupan nyata mahasiswa masih kurang menerapkan literasi ekonomi, mahasiswa belum rasional dalam bertindak, berbelanja karena dipengaruhi oleh promosi harga, mengikuti trend dan lainnya, tidak banyak dari mereka berbelanja karena kebutuhan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda. Variabel literasi ekonomi dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif dan tidak selalu memiliki pengaruh yang jelas terhadap perilaku konsumtif. Seperti hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Choirunnisa (2020), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku pembelian implusif produk *fashion* di *online shop* pada kategori sedang. Namun beda halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan Jannah (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2016.

Berdasarkan studi empiris yang telah dilakukan, kajian teori, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, yang mendasari latar belakang dalam penelitian ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka didapat rumusan masalah yaitu:

Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengacu pada permasalahan yang telah disebutkan di atas yaitu:

Untuk menyelidiki pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi di bidang ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi sekaligus menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa khususnya mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Sriwijaya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam melakukan pemenuhan kebutuhan agar lebih memperhatikan manfaat dan kegunaan dari suatu barang atau produk serta dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif.

- b. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan dan pengembangan pengetahuan melalui kegiatan penelitian yang dilakukan serta menambah wawasan peneliti agar mampu berpikir lebih kritis dan rasional dalam melakukan aktifitas yang berkaitan dengan konsumsi maupun ekonomi.
- c. Bagi pembaca, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan masukan tambahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terlebih yang berkaitan dengan literasi ekonomi, kegiatan mengkonsumsi suatu produk secara online sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumtif serta bisa dijadikan referensi relevan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan hal diatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, I. S. & Gultom, N. D. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Modernitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Niagawan*. 8(2): 102-107.
- Agustin, R. A. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi, Konformitas Teman Sebaya, dan Modernitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Ponorogo. *Skripsi*. Ponorogo: FEBI IAIN Ponorogo.
- Agustina, R., Zainudin, N. & Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Tingkat Pendapatan Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan Edutama*. 8(2): 1-11.
- Amaliah, N. D. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Media Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonis serta Implikasinya terhadap Perilaku Konsumtif (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. *Skripsi*. Tasikmalaya: FKIP Universitas Siliwangi.
- Anita, Mashudi, & Asriati, N. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ilmu Ekonomi FEB UNTAN. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*. 10(3): 1-8.
- Choirunnisa, D. (2021). Perilaku Pembelian Implusif: Seberapa Besar Peran Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 14(1): 61-70
- Dharmmesta, B. S. & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Fauziah, M., Sunaryanto, & Utomo, S. H. (2021). Perilaku Konsumsi Mahasiswa Menggunakan Mobile Payment. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*. 6(2): 206-212.
- Febriansah, R. E. & Meiliza, D. R. (2020). *Teori Pengambilan Keputusan*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Firdaus, A. B. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa PIPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi*. Malang: FITK UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Haloho, E., Idhawati, & Harefa, H., S. (2021). Pelatihan Literasi Ekonomi dalam Meningkatkan Motivasi Entrepreneurship bagi Mahasiswa Semester VIII (Delapan) Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Abdimas Mutiara*. 2(2): 234-244.

- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*. 16(1): 29-36.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *Journal of Applied Business and Economics*. 7(2): 209-224.
- Irwansyah, R., dkk. (2021). Perilaku Konsumen. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Ismayanti. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif asim Riau. *Skripsi*. Pekanbaru: FTK UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Jannah, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*. 3(2): 117-124.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh B. Molan. Jakarta: Indeks.
- Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kusumatriana, A. L., dkk. (2021). *Statistik E-commerce 2021*. Jakarta: BPS. Statistics Indonesia.
- Melina, A. & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*. 2(1): 141-152.
- Mursidin. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pola Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016. *Skripsi*. Palopo: FEBI IAIN Palopo.
- Neti, U., Ulfah, M., & Syahrudin, H. (202). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*. 9(9): 1-8.
- Novitasari, E. & Ayuningtyas, T. (2020). Analisis Ekonomi Keluarga dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*. 6(1): 35-46.
- Nurjannah, S., Mukhtar, S., Ulfatmi, E., & Triningsih, N. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Parameter*. 31(2): 124-133.

- Oktafisari, E. & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*. 6(3): 684-697.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76 /POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan/atau Masyarakat.
- Rahmat, A., Asyari, A., & Putri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Studies*. 4(1): 39-54.
- Riduwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru – Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Saepuloh, D. & Aisyah, I. (2020). Pengaruh Online Shop terhadap Literasi Ekonomi Siswa berdasarkan Demografi (Studi Komparasi pada Siswa SMAN di Kawasan Kabupaten dan Kota Tangerang. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*. 20(1): 94-101.
- Sidabalok, J. (2020). Hukum Perdagangan (Perdagangan Nasional dan Perdagangan Internasional). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Simarmata, H. M. P. dkk. (2021). Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Solihah, I. R. (2021). Pengaruh Konformitas dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Survei pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Perjuangan Angkatan 2017). *Skripsi*. Tasikmalaya: FKIP Universitas Siliwangi.
- Solihat, A., I. & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*. 2(1): 1-13.
- Solikin & Suseno. (2017). Uang: Pengertian, Penciptaan dan Peranannya dalam Perekonomian. Jakarta: PPSK Bank Indonesia.
- Stevani & Gumanti, D. (2019). Analisis Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa STKIP PGRI Sumatera Barat. *JIPE: Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*. 9(1): 11-16.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D, dan Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2020). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Ulayya, S. & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara Self Control dengan Perilaku Konsumtif Penggunaan E-money pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal EmpatiI*. 9(4): 271-279.
- Wardani, L. M. I. & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Pekalongan: NEM.
- Yunike, E., Aminuyati, & Okianna. (2021). Analisis Literasi Ekonomi dalam Pengambilan Keputusan Pembelian oleh Peserta Didik di SMK Negeri 1 Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*. 10(10). 1.