

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Abdurrohman

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi, Indonesia

e-mail: abdurrahmanjire@gmail.com

Abstract

This means that students majoring in economics have a good level of economic literacy. This study aims to determine the effect of economic literacy and lifestyle on the consumptive behavior of students majoring in Islamic economics at FEBI UIN STS Jambi batch 2018. In this study, quantitative methods were used, and the data analysis methods used were instrument test, classical assumption test, and hypothesis testing. The sample in this study amounted to 74 students calculated using the Slovin formula and the data obtained through the distribution of questionnaires using a Likert scale. The results of this study indicate that Economic Literacy (X1) does not have a positive effect on Consumptive Behavior (Y). This can be seen from the t-count value of 0.917, which is smaller than the t-table of 1.667 with a significance value of 0.362, which is greater than 0.05. Lifestyle (X2) has a positive effect on consumptive behavior (Y). It can be seen from the nose t value of 4.224, which is greater than the t table of 1.667 and the significance value of 0.000 is less than 0.05. Economic literacy (X1) and Lifestyle (X2) have a joint effect on Consumptive Behavior (Y) can be seen from the calculated F value of 8.939 which is greater than F table which is 3.12 and the significance value is 0.000 less than 0.05 . while the results of the calculation of the Coefficient of Determination are 0.201 or 20.1%, meaning that the Economic Literacy variable (X1) and the Lifestyle variable (X2) have a significant effect on the Consumptive Behavior of the Students of the Islamic Economics Study Program, Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi State Islamic University, Class of 2018 with a level of influence of 20.1%.

Keywords : *Economic Literacy, Lifestyle, Consumptive behaviour*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN STS jambi angkatan 2018. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Sampel pada penelitian ini berjumlah 74 mahasiswa dengan dihitung menggunakan rumus Slovin dan data yang didapat melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala likert. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi

Ekonomi (X1) tidak berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung 0,917 lebih kecil dari t tabel 1,667 dengan nilai signifikansi sebesar 0,362 lebih besar dari 0,05, Gaya Hidup (X2) berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 4,224 lebih besar dari t tabel yang berjumlah 1,667 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Literasi Ekonomi (X1) dan Gaya Hidup (X2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 8,939 lebih besar dari F tabel yang berjumlah 3,12 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. sedangkan hasil perhitungan koefisien determinasi berjumlah 0,201 atau 20,1%, berarti variabel Literasi Ekonomi (X1) dan variabel Gaya Hidup (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi Angkatan 2018 dengan tingkat pengaruh sebesar 20,1%.

Kata Kunci : *Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif.*

Accepted: 11 October 2022	Reviewed: 22 April 2023	Published: 31 May 2023
------------------------------	----------------------------	---------------------------

A. Pendahuluan

Menurut Basu (2014:25) Pada dasarnya konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan berbagai kepentingan dan kebutuhan. Barang dan jasa itu sendiri tidaklah sepenting kebutuhan dan keinginan manusia yang dipenuhinya. Misalnya seseorang membeli mobil Mercedes bukan karena ia membutuhkan mobil tersebut akan tetapi karena membutuhkan status dan *prestise* yang dipuaskan dengan kepemilikan mobil tersebut (Dh & Handoko, 1997).

Antara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan, kebutuhan bersifat naluriah, orang yang merasa lapar tidak perlu diberitahu bahwa ia membutuhkan makanan, secara naluriah ia akan mencari sesuatu yang dapat dimakan. Akan tetapi, keinginan merupakan kebutuhan buatan, yakni kebutuhan yang dibentuk dari lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga, tempat kerja, kelompok sosial, tetangga dan sebagainya.

Menurut Engel, James.F, Blackweel, Roger, Miniard, Paul.W dalam Juliana, perilaku konsumtif adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan suatu barang atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Menurut Dwi, perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk mengkonsumsi tanpa batas. Orang lebih tertarik pada faktor emosional daripada perilaku rasional dan lebih mementingkan keinginannya dari pada kebutuhannya. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan menggunakan produk yang tidak sempurna. Artinya produk tersebut tidak terpakai, seseorang telah

menggunakan atau mungkin dirujuk ke merek lain dari jenis produk yang sama, atau membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan, atau hanya karena banyak orang yang menggunakan barang tersebut (Astuti, 2013).

Adapun indikator orang yang berperilaku konsumtif yaitu: (1) Membeli produk karena iming-iming hadiah; (2) Membeli produk karena kemasannya menarik; (3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi; (4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya); (5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status; (6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan; (7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi; (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Menurut Sina, literasi adalah serangkaian langkah yang terpadu untuk membuka cakrawala berpikir sehingga mampu bersikap dengan tepat. Literasi berperan penting dalam kehidupan sehari, dengan literasi memungkinkan orang untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan berdasarkan informasi yang relevan. Literasi ekonomi merupakan sesuatu yang tidak dapat diabaikan, karena merupakan salah satu faktor penentu pembuat pilihan yang cerdas atau tidak, lebih dalam lagi bahwa literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk membuka persepsi karena kurangnya pengetahuan tentang biaya/manfaat.

Literasi ekonomi yaitu pemahaman dasar tentang teori ekonomi, konsep dan aplikasi. Pemahaman tentang ekonomi sangat diperlukan karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam perekonomian terus berkembang. Masyarakat sebagai pelaku ekonomi memerlukan pengetahuan dasar dalam ilmu ekonomi untuk mengimplementasikan pengetahuannya kedalam pengambilan keputusan ketika menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas. Literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup (Sina, 2012).

Adapun indikator orang yang memiliki literasi ekonomi yaitu: (1) Pemahaman terhadap kebutuhan; (2) Pemahaman terhadap kelangkaan; (3) Pemahaman terhadap prinsip ekonomi; (4) Pemahaman terhadap motif ekonomi; (5) Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi.

Menurut Indrawati, gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Orang-orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Contoh, dua orang yang sama-sama merupakan manajer dari sebuah

perusahaan yang memiliki penghasilan yang sama, namun gaya konsumsi yang berbeda. Yang satu bisa sangat konsumtif dengan membelanjakan hampir seluruh penghasilannya untuk makan makanan yang mahal, pakaian yang bermerek, hiburan, dan rekreasi, tetapi yang satu lagi lebih bijaksana membelanjakan penghasilannya dengan menyeimbangkan antara penghasilan dengan konsumsi dan tabungan (Indrawati et al., 2017).

Gaya hidup seseorang di dunia yang dapat dilihat dalam aktivitas, minat, dan opininya, dengan kata lain gaya hidup seseorang dapat dilihat dalam aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang ia dipikirkan untuk dirinya dan dunia luar (Kanserina et al., 2015).

Gaya hidup mahasiswa atau remaja dapat berubah sesuai dengan lingkungannya, lingkungan tempat ia tinggal, dan lingkungan pertemanannya. Remaja sering berkumpul dengan teman sebayanya dan berbagi banyak hal tentang pola hidup dan gaya hidupnya. Disanalah mahasiswa atau remaja biasanya akan tertarik untuk menggunakan apa yang kebanyakan teman mereka gunakan. Kelompok teman sebaya diakui dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seorang remaja tentang perilakunya dan sekelompok teman sebaya merupakan sumber referensi utama bagi remaja dalam hal persepsi dan sikap yang berkaitan dengan gaya hidup.

Adapun indikator dari gaya hidup yaitu: (1) *Activity* (kegiatan) yaitu bagaimana mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang; (2) *Interest* (minat) yaitu mengemukakan apa yang menjadi minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut; (3) *opinion* (opini) yaitu pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal dan orisinal ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi jalannya tindakan alternatif.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi Angkatan 2018, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini dilakukan di kampus UIN STS JAMBI yang berlokasi di Jl. Arif Rahman

Hakim, Kecamatan Telanai Pura, Kota Jambi. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN STS JAMBI prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018, dan yang menjadi sampel sebanyak 74 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *random probability sampling* dan menggunakan rumus Slovin.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert. Sebelum kuesioner disebar ke masing-masing responden kuesioner di uji tingkat validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu, setelah valid dan *reliable* kemudian responden mengisi kuesioner tersebut maka selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t dan uji F.

C. Hasil dan Pembahasan

Dalam koperasi terdapat masalah mengenai risiko yang dialami dalam koperasi yang diantaranya adalah risiko operasional. Risiko Operasional umumnya berasal dari permasalahan internal suatu instansi atau perusahaan. Dimana risiko ini terjadi disebabkan oleh lemahnya sistem kontrol manajemen (*management control system*) yang dilakukan oleh pihak internal perusahaan. Dalam koperasi terdapat beberapa faktor penyebab terjadinya risiko operasional terdiri dari risiko komputer (*computer risk*) yakni risiko yang terjadi dikarenakan beberapa faktor contohnya seperti terkontaminasinya komputer oleh virus yang dikarenakan perlindungan *software* yang kurang memadai, kerusakan *maintenance* pabrik, kecelakaan kerja, kesalahan dalam pembukuan secara manual (*manual risk*), kesalahan pembelian barang dan tidak ada kesepakatan bahwa barang yang dibeli dapat ditukar kembali, permasalahan sumber daya manusia dan globalisasi dalam konsep produk (ANISA FITRI, 2020).

Tabel.1 Hasil Uji t Pengaruh XI, X2 Terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	31.696	5.839		5.428	0
	X1	-0.133	0.145	-0.101	-0.917	0.362
	X2	0.391	0.092	0.464	4.224	0

1. Pengaruh Literasi Ekonomi (XI) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa t hitung dari variabel Literasi Ekonomi berjumlah 0,917 dengan tingkat signifikansi yang berjumlah 0,362. Sedangkan t tabel dari hasil perhitungan ($df=n-k-1$) atau $74-2-1=71$ dengan taraf signifikansi sebesar 0.05 adalah 1.667. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel ($0,917 < 1,667$) dan taraf signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,362 > 0,05$)

sehingga menunjukkan bahwa hipotesis yang berbunyi “Literasi Ekonomi Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN STS JAMBI Angkatan 2018” ditolak, atau literasi ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN STS JAMBI Angkatan 2018.

2. Pengaruh Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa t hitung dari variabel Gaya Hidup berjumlah 4,224 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan t tabel dari hasil perhitungan ($df=n-k-1$) atau $74-2-1=71$ dengan taraf signifikansi sebesar 0.05 adalah 1.667. hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel ($4,224>1,667$) dan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000<0,05$) sehingga menunjukkan bahwa hipotesis yang berbunyi “Gaya Hidup Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN STS JAMBI Angkatan 2018” diterima, atau gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN STS JAMBI Angkatan 2018.

Tabel.2 Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	782.107	2	391.054	8.939	.000 ^b
	Residual	3106.177	71	43.749		
	Total	3888.284	73			

Dari tabel hasil uji F diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 8,939 dengan signifikansi sebesar 0,000. Kemudian pada pada F tabel hasil dari perhitungan $F\text{ tabel} = F(k; n-k)$ atau $F\text{ tabel} = 2; 74-2 = 72$ dengan nilai signifikansi 0,05 di dapati bahwa nilai F tabel sebesar 3,12. Hal ini menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dibandingkan F tabel ($8,939 > 3,12$), dengan taraf signifikansi ($0,000<0,05$) sehingga menunjukkan bahwa hipotesis yang berbunyi “Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN STS JAMBI Angkatan 2018” diterima, atau literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN STS JAMBI Angkatan 2018.

Berdasarkan tabel hasil dari Uji t diatas maka persamaan dari regresi berganda dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y=31,696 + -0,133 X1 + 0,391 X2 + e$$

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya nilai koefisien X1 bernilai negatif yaitu -0,133 yang berarti apabila nilai literasi ekonomi naik satu poin maka terjadi penurunan pada perilaku konsumtif sebesar -0,133 poin dengan asumsi X2

tetap, sedangkan nilai koefisien X2 bernilai positif yaitu 0,391 yang berarti apabila nilai gaya hidup naik satu poin maka perilaku konsumtif akan naik sebesar 0,391 dengan asumsi X1 tetap.

Tabel.3 Uji Koefisien Determinasi (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.448 ^a	.201	.179	6.614

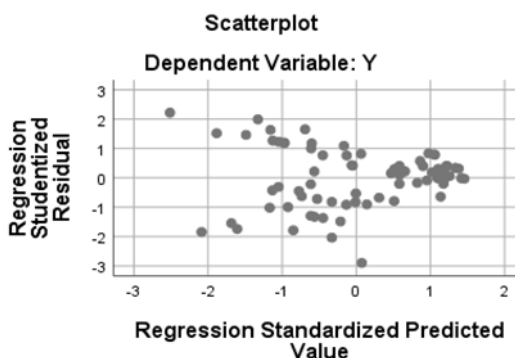
Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai determinasi yang diperoleh sebesar 0,201 atau 20,1% yang artinya secara simultan variabel literasi ekonomi dan gaya hidup memiliki pengaruh sebesar 20,1% terhadap variabel perilaku konsumtif.

Tabel.4 Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constan)	31.696		5.839		5.428	.000	
X1	-.133		.145	.101	-.917	.362	.933 1.072
X2	.391		.092	.464	4.224	.000	.933 1.072

Pada tabel diatas dapat dilihat hasil dari pengujian SPSS bahwa nilai *Tolerance* dan nilai VIF pada kedua variabel Literasi Ekonomi (X1) dan Gaya Hidup (X2) memiliki nilai *Tolerance* diatas 0,1 yaitu 0,933 dan nilai VIF berada dibawah angka 10 yaitu 1.072 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang ada pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel.4 Uji Heteroskedastisitas



Pada gambar grafik *scatterplot* berikut dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan titik-titik tersebut tidak membentuk

suatu pola, dan dapat disimpulkan bahwa variabel ini terbebas dari heteroskedastisitas.

D. Simpulan

1. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi Angkatan 2018.
2. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi Angkatan 2018.
3. Variabel Literasi Ekonomi (X1) dan variabel Gaya Hidup (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi Angkatan 2018, dengan tingkat pengaruh sebesar 20,1%, sedangkan sisanya sebanyak 79,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini.

Daftar Rujukan

- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2).
- Dh, B. S., & Handoko, T. H. (1997). Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen. *Liberty, Yogyakarta*.
- Indrawati, R., Wai, A., Mansur, M., Tohir, G., & Has, Y. (2017). Perilaku Konsumen Individu. *Aditama. Bandung*.
- Kanserina, D., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2015). pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi universitas pendidikan ganesha tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Sina, P. G. (2012). Analisis literasi ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135–143.