

Volume 4 Nomor 1 April 2019

e-ISSN 2541-0938
p-ISSN 2657-1528

JURKAMI

Jurnal Pendidikan Ekonomi

JURKAMI

VOLUME
4

NOMOR
1

SINTANG
APRIL
2019

e-ISSN
2541-0938
p-ISSN
2657-1528

**PENGARUH LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA STKIP PERSADA KHATULISTIWA SINTANG**

Anna Marganingsih¹, Emilia Dewiati Pelipa²

STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia

Email : amargningsih@gmail.com¹, pelipaemilia@gmail.com²

Diterima: 25 Februari 2019; Disetujui: 27 Maret 2019; Diterbitkan: 1 April 2019

Abstract: *This research is motivated by the fact that not all consumers behave rationally. There are still many consumers who behave irrationally in the form of consumptive behavior. Consumers in this case students who have consumptive behavior are suspected because consumers are lacking in economic literacy. The purpose of this study was to determine the effect of economic literacy on student consumptive behavior at STKIP Persada Kahtulistiwa Sintang. The research method used is quantitative with factual exposures. The population is students with 257 people. The sampling technique used is Simple Random Sampling with a sample size of 65 people. Data collection tool in the form of questionnaires and test questions. The results showed that economic literacy had a negative and significant effect on students' consumptive behavior in STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. This is confirmed by the results of the t test which shows the value of t count - 3,400 > t table - 1,998 (Two Tailed) on $df = n - 2 = 65 - 2 = 63$ and the error rate ($\alpha = 5\%$) or significance $0,000 < 0.05$ means null hypothesis is rejected and alternative hypothesis is accepted.*

Keywords: *Economic Literacy, Consumptive Behavior*

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kenyataan yang terjadi bahwa tidak semua konsumen berperilaku rasional. Masih banyak konsumen yang berperilaku irasional dalam bentuk perilaku konsumtif. Konsumen dalam hal ini mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif diduga karena konsumen kurang dalam literasi ekonomi. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di STKIP Persada Kahtulistiwa Sintang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan bentuk ekspos fakto. Populasi adalah mahasiswa dengan jumlah 257 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* dengan jumlah *sample* 65 orang. Alat pengumpul data berupa angket dan soal tes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Hal ini dipertegas dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung - 3,400 > t tabel - 1,998 (*Two Tailed*) pada $dk = n - 2 = 65 - 2 = 63$ dan tingkat kesalahan ($\alpha = 5\%$) atau signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci : Literasi Ekonomi, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus. Pihak yang melakukan konsumsi disebut konsumen. Kegiatan konsumsi yang dilakukan manusia bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup atau untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya, sehingga tercapai tingkat kemakmuran. Dalam pengertian ekonomi, konsumsi diartikan sebagai kebutuhan, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus. Besar kecilnya konsumsi yang dilakukan seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor berikut: pendapatan, perkiraan harga di masa mendatang, harga barang yang bersangkutan, barang substitusi dan komplementer, iklan, ketersediaan barang dan jasa, selera, mode, jumlah keluarga, dan lingkungan sosial budaya (NN: 2014).

Sejalan dengan pendapat di atas, Setiadi dalam Kanserina (2015: 2) mengemukakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan (kebudayaan, subbudaya, kelas sosial), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (Umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), faktor psikologis (motivasi,

persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap).

Berdasarkan pendapat ahli-ahli di atas, konsumen seharusnya bijak dalam menentukan konsumsinya agar tujuan dari konsumsi yaitu memenuhi kebutuhan hidup, memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan kemakmuran dapat tercapai. Alihamdan (2018) mengemukakan bahwa pada dasarnya perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi 2 yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irrasional. Rasional adalah tindakan konsumen dalam melakukan pembelian barang dan jasa dengan mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum seperti: Kebutuhan utama/primer, kebutuhan mendesak, dan daya guna produk itu sendiri kepada konsumen pembelinya. Irrasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbuju oleh iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mendahulukan aspek kebutuhan atau kepentingan.

Kenyataan yang terjadi bahwa tidak semua konsumen berperilaku rasional. Masih banyak konsumen yang berperilaku irrasional dalam bentuk perilaku konsumtif. Menurut Wahyudi dalam Kanserina (2015: 2), “Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-

benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata”. Konsumen dalam hal ini melakukan konsumsi bukan untuk memenuhi kebutuhan, namun hanya sekedar untuk mendapatkan pengakuan sosial, mengikuti arus mode dan sekedar mencoba-coba produk baru.

Konsumen yang memiliki perilaku konsumtif diduga karena konsumen kurang dalam literasi ekonomi. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Budiwaty, (2014) rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen. Sina (2012: 135) mengemukakan literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif konsumen dalam berkonsumsi.

Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan remaja tingkat akhir yang memiliki kecenderungan tingkat konsumsi yang tinggi. Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa, bukan lagi hanya karena mahasiswa

membutuhkan produk barang/jasa tertentu, namun karena “lapar mata”. Mangkunegara (2009: 59) mengemukakan pembeli remaja dengan kreteria sebagai berikut, (1) remaja amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, (2) mudah terbujuk rayuan iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus, (apalagi jika dihiasi dengan warna-warna yang menarik), (3) tidak berfikir hemat, (4) kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk implusif). Hal ini yang mengindikasikan mahasiswa yang tergolong masih sebagai remaja tingkat akhir mudah untuk berperilaku konsumtif.

Hal tersebut di atas yang melatarbelakangi penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang”.

KAJIAN TEORI

Manusia sebagai makhluk ekonomi dan juga sebagai makhluk sosial dituntut untuk dapat mengatasi masalah-masalah ekonomi dan masalah sosial. Sumber daya yang terbatas mengakibatkan seseorang tidak mampu memenuhi apa saja yang diinginkannya. Manusia sebagai makhluk ekonomi, dituntut memiliki pengetahuan yang luas dan logis dalam memilih berbagai alternatif alat pemuas kebutuhan

untuk mendapatkan kepuasan yang optimal. Upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya untuk mencapai kepuasan yang optimal itu tampak dari perilakunya sebagai konsumen.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam pasar ekonomi global membuat masyarakat sebagai konsumen, membutuhkan pengetahuan dasar mengenai ilmu ekonomi dalam mengalokasikan pendapatannya untuk pengambilan keputusan dalam memanfaatkan sumber daya yang terbatas guna memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas. Oleh karena itu, literasi ekonomi atau melek ekonomi sangat diperlukan. Literasi ekonomi atau melek ekonomi adalah pemahaman dan pengetahuan dasar teori ekonomi, konsep dan aplikasi (Solihat, 2018: 10). Masyarakat yang memiliki pengetahuan luas tentang ekonomi akan lebih memahami kebijakan pemerintah daripada masyarakat yang tidak memiliki pemahaman mengenai literasi ekonomi. Yang terpenting, masyarakat sebagai konsumen harus memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai literasi ekonomi dalam menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas. Konsumen dengan kemampuan literasi ekonomi yang luas dapat menentukan berbagai alternatif pilihan dalam memanfaatkan sumber daya yang

terbatas dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal tersebut diungkapkan oleh Farah Yasmin et al dalam Solihat (2018) bahwa :

Economic literacy is the understanding and knowledge of basic economic theories, concepts and their application. In today's global and market-based economy simple literary is not enough. The current era of technological advancement requires economically literate persons who are capable of producing big revenues by taking the right decisions at the right point of time. It is not true that economic literacy is simply for a business purpose. It has equal significance for democracy. People who have knowledge about economics can understand the government's policies better than those who don't possess this understanding (Lipset, 1959). Most importantly, we all are consumers thus we must be economically literate to save our limited resources. Therefore, economic literacy is supposed by many to be an essential part of the country's future development programmed. The need of economics literacy is vital, particularly when all citizens make choices as income earners, voters and consumers. This means that economics learning cannot be limited to a special group of students, such as labour or for those who will be future leaders in government; the college bound economics students and business (Hashim and Kayode, 2013). Economics literacy is very important in all nations to prepare students for the changing world financial system. Underdeveloped countries are facing many difficulties to improve economic performance and living standards. Students will need more economic understanding to participate actively

in the changing global economy
(Walstad and Allgood, 1999).

Pendapat Yahmin tersebut sejalan dengan pendapat Sina (2012: 135) bahwa 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. Seperti pendapat yang diungkapkan Budiwaty, (2014) rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen. Ini merupakan pengetahuan yang diperlukan untuk menguasai tugas-tugas tertentu yang berkaitan dengan masalah ekonomi dan memiliki pemahaman yang baik terkait dengan uang, bisnis, dan masalah ekonomi yang sedang di bahas (Kotte and Witt, 1995: 162). Mahasiswa yang memiliki pengetahuan terhadap cara mengelola keuangan, kualitas barang, dan kebutuhan mendesak yang sewaktu-waktu bisa terjadi akan lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi.

Perilaku konsumen dalam ilmu ekonomi dijelaskan melalui teori perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen menjelaskan bagaimana cara seorang konsumen memilih suatu produk yang

diyakini akan memberikan kepuasan maksimum dengan dibatasi oleh pendapatan dan harga barang. Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa semua pelaku ekonomi termasuk juga konsumen diasumsikan selalu memaksimalkan kepuasan dengan kendala yang dihadapinya. Permasalahannya, konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan dalam mengalokasikan anggarannya untuk membeli sejumlah barang dengan sumber daya yang terbatas, setelah proses berpikir, konsumen menentukan pilihan optimalnya.

Sangiadji dalam Solihat (2018) mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik untuk menggunakan, mengkonsumsi, maupun menghabiskan barang dan jasa, termasuk keputusan yang mendahului dan yang menyusul. Dengan demikian, perilaku konsumen dapat disimpulkan bahwa : 1. Disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok, atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman (ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat. 2. Tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya

baik dalam penggunaan, pengonsumsi, maupun penghabisan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul. 3. Tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi produk, tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pasca pembelian, yaitu perasaan puas dan tidak puas.

Wahyudi dalam Kanserina (2015) mengemukakan bahwa “Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata”. Dalam hal ini berkonsumsi tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Menurut Ancok dalam Kanserina(2015), “Perilaku konsumtif adalah kecenderungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas.”

Manusia lebih mementingkan faktor emosinya daripada tindakan rasionalnya atau lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhannya. Menurut Dwi Astuti dalam Kanserina (2015) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Hal-hal yang mengindikasikan konsumen berperilaku konsumtif adalah sebagai berikut. (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 dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda), (Sumartono dalam Astuti; 2016).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan keputusan konsumen dalam berkonsumsi yang tidak rasional.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan bentuk ekspos fakto. Sukmadinata (2011: 55) mengemukakan bahwa penelitian ekspos fakto meneliti hubungan sebab akibat yang tidak dimanipulasi atau diberi perlakuan (dirancang dan dilaksanakan) oleh peneliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Semester V Program Studi Pendidikan Ekonomi di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang Tahun Akademik 2017/2018 yang berjumlah 257 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Sampling yang diambil sejumlah 25% dari populasi, sehingga jumlah

sample dalam penelitian ini adalah 65 orang.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan angket dan soal tes. Angket digunakan untuk mengumpulkan data Perilaku Konsumtif dan soal tes digunakan untuk mengumpulkan data Literasi Ekonomi. Angket dan soal tes yang digunakan dalam penelitian telah melewati uji validitas dan reliabilitas. Angket menggunakan skala likert dengan pernyataan berjumlah 20 item dan soal tes berjumlah 10 item

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan angket dan soal tes kepada 65 responden. Angket digunakan untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dan soal tes digunakan untuk mengetahui tingkat literasi ekonomi mahasiswa. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 1 berikut

Tabel 1 Rata-rata Literasi Ekonomi dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa

	Literasi Ekonomi	Perilaku konsumtif
Jumlah Responden	65	65
Skor yang diperoleh	3040	2856
Skor Maksimum	6500	6500
Rata-rata	46,77	43,94
Persentase	46,77%	43,94%

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas diketahui bahwa rata-rata Literasi Ekonomi Mahasiswa adalah 46,77 dan rata-rata Perilaku Konsumtif adalah 43,94.

Rata-rata tersebut kemudian diinterpretasikan menggunakan table 2 berikut ini

Tabel 2. Interpretasi Literasi Ekonomi

Rata-rata	Kategori
> 85,38	Sangat Baik
66,07 < x < 85,38	Baik
24,47 < x < 66,07	Cukup
8,16 < x < 24,47	Kurang Baik
< 8,16	Sangat Kurang Baik

Sumber: Arifin (2013)

Berdasarkan Tabel 2, rata-rata Literasi Ekonomi sebesar 46,77 berada pada rentang 24,47 – 66,07. Dengan demikian Literasi Ekonomi Mahasiswa dikatakan Cukup

Tabel 4.3. Interpretasi Perilaku Konsumtif

Rata-rata	Kategori
> 59,9	Sangat Konsumtif
51,92 < x < 59,9	Konsumtif
35,96 < x < 51,92	Cukup
27,98 < x < 35,96	Tidak Konsumtif
< 27,98	Sangat Tidak Konsumtif

Sumber: Arifin (2013)

Berdasarkan Tabel 4.3, rata-rata Perilaku Konsumtif sebesar 43,94 berada pada rentang 35,96 – 51,92. Dengan demikian Perilaku Konsumtif Mahasiswa dikatakan Cukup. Hasil uji normalitas menggunakan spss 19 menunjukkan hasil sebagai berikut

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	17.88246677
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.126
	Negative	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z		1.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.144

a. Test distribution is Normal.

Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,144 > 0.05 yang berarti data Literasi Ekonomi dan Perilaku Konsumtif mahasiswa yang akan diuji hipotesisnya berdistribusi Normal. Karena data

berdistribusi normal, maka uji hipotesis menggunakan Statistik Parametrik.

Uji korelasi menggunakan spss 19 menunjukkan hasil sebagai berikut:

Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	-.394**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	65	65
Y	Pearson Correlation	-.394**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Korelasi menunjukkan koefisien korelasi Literasi Ekonomi dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang sebesar - 0,394. Koefisien korelasi bernilai negatif yang berarti variabel X berlawanan arah dengan variabel Y atau semakin tinggi Literasi Ekonomi Mahasiswa maka akan semakin rendah Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Nilai koefisien sebesar 0,394 berarti keeratan korelasi Literasi Ekonomi dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa merujuk pada Sugiyono (2012; 257) berada dalam kategori rendah.

Uji Regresi Linier dan Uji Hipotesis menggunakan spss 19 menunjukkan hasil sebagai berikut

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.394 ^a	.155	.142	7.451

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	641.852	1	641.852	11.560	.001 ^a
	Residual	3497.902	63	55.522		
	Total	4139.754	64			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	51.552	2.422		21.281	.000
	X	-.163	.048	-.394	-3.400	.001

a. Dependent Variable: Y

Koefisien Determinasi sebesar 15,5% menunjukkan kontribusi Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa adalah. Hasil uji regresi menunjukkan persamaan regresi $Y = 51,552 - 0,163X$. Persamaan regresi ini mengandung beberapa arti, 1) Konstanta bernilai 51,552 merupakan nilai Perilaku konsumtif mahasiswa jika mahasiswa tidak memiliki Literasi Ekonomi sama sekali., 2) Koefisien X bernilai negatif artinya arah X dan Y berlawanan, 3) jika Literasi Ekonomi mahasiswa bertambah sebesar 1 satuan, maka Perilaku konsumtif mahasiswa akan berkurang sebesar 0,163.

Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung $-3,400 > t$ tabel $-1,998$ (*Two Tailed*) pada $dk = n - 2 = 65 - 2 = 63$ dan tingkat kesalahan ($\alpha = 5\%$) atau signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian Literasi Ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Dilihat berdasarkan tabel *coefficients* dapat diketahui bentuk persamaan regresi $Y = 51,552 - 0,163X$. Persamaan regresi tersebut dapat menjelaskan bahwa, apabila variabel bebas yaitu literasi ekonomi mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan penurunan perilaku konsumtif sebesar 0,163 tingkat. Selain itu jika dilihat dari hasil perhitungan uji t pada tabel di atas menunjukkan bahwa literasi ekonomi (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Tanda (-) pada t tabel variabel literasi ekonomi mengandung arti bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif (berlawanan arah) terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan literasi ekonomi mahasiswa maka tingkat perilaku konsumtif akan semakin menurun. Sebaliknya jika literasi ekonomi mahasiswa rendah maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa meningkat.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dias Kanserina dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan

Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015". Hasil penelitian Kanserina menunjukkan literasi ekonomi (X1) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar - 2,470.

Untuk mengantisipasi perilaku konsumtif mahasiswa agar tidak semakin meningkat bisa dilakukan dengan menggalakkan literasi ekonomi yang memadai di kampus. Literasi ekonomi akan memberikan mahasiswa ilmu pengetahuan mengenai bagaimana cara mengelola pendapatan untuk kepentingan berkonsumsi. Pengetahuan mengenai perilaku konsumen dapat meningkatkan kemampuan pribadi seseorang untuk menjadi konsumen yang efektif (Prasetijo dan Ihlawu, dalam Kanserina, 2015: 7).

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Literasi Ekonomi Mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang rata-rata 46,77 yang berarti Cukup memiliki ilmu pengetahuan ekonomi; Perilaku konsumtif Mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang rata-rata 43, 94 yang berarti Cukup Konsumtif; Literasi Ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswa dengan nilai t hitung $-3,400 > t$ tabel $-1,998$ (*Two Tailed*) pada $dk = n - 2 = 65 - 2 = 63$ dan tingkat kesalahan ($\alpha = 5\%$) atau signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan kepada beberapa pihak sebagai berikut: Mahasiswa harus lebih memperbanyak literasi ekonomi agar lebih bijak dalam berkonsumsi; Perguruan tinggi harus memiliki metode dan program untuk menggalakkan literasi ekonomi agar mahasiswa memiliki ilmu pengetahuan yang luas tentang berkonsumsi sehingga para mahasiswa dapat menekan perilaku konsumtif mereka

DAFTAR PUSTAKA

- Alihamdan. 2018. *Perilaku Konsumen*. <https://alihamdan.id/perilaku-konsumen/>. Diakses tanggal 12 Maret 2019
- Arifin, Zainal. 2013. *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Astuti, Rika Pristian Fitri . 2016. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Ikip Pgri Bojonegoro. Jurnal Edutama, Vol 3, No. 2 Juli 2016. <http://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/JPE/article/viewFile/36/36>. Diakses 6 Mei 2015

- Budiwaty, Nety. *Juli 2010*. "Analisis Literasi Ekonomi dan Perilaku konsumen" Universitas Pendidikan Indonesia, repository.upi.edu, perpustakaan.upi.edu. *Jurnal Volume 5, Nomor 1, Juli 2010*. [http://jurnal.upi.edu/pendidikan-dasar/view/1113/analisis-pengaruhlingkungan-sosial-ekonomi-terhadap-perilaku-konsumtif-siswa-\(studikassus-pada-sma-se-kota-bandung\)-.html](http://jurnal.upi.edu/pendidikan-dasar/view/1113/analisis-pengaruhlingkungan-sosial-ekonomi-terhadap-perilaku-konsumtif-siswa-(studikassus-pada-sma-se-kota-bandung)-.html). Diakses tanggal 7 Maret 2019
- 10-20180531.pdf. Diakses tanggal 6 Mei 2019
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kotte & Witt. 2005. *Chance and Challenge : Assessing Economic Literacy*. Technical University Dresden School of Economics. <http://www.waxmann.com/fileadmin/media/zusatztexte/postlethwaite/kotte.pdf>. Diakses tanggal 6 Mei 2019
- Mangkunegara. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung : Refika Aditama
- NN. Pengertian Konsumsi. <https://www.temukanpengertian.com/2014/01/pengertian-konsumsi.html>. Diakses tanggal 12 Januari 2019
- Sina, Peter Garlans. 2012. "Analisis Literasi Ekonomi" *Jurnal Economia Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Volume 8, Nomor 2, 2012*. <http://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/1223>. Diakses tanggal 8 Januari 2019.
- Solihat, Ai Nur dan Syamsudin Arnasik. 2018. *Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, ISSN Online : 2549-2284 Volume II Nomor 1, Mei 2018*. <file:///C:/Users/GC-COMP/Downloads/915-181-4038-1->