

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Proses globalisasi yang didukung oleh kemajuan teknologi telah mendorong terjadinya pergeseran pola konsumsi di Indonesia. Sebagai negara berkembang dengan laju pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat, Indonesia menunjukkan kecenderungan peningkatan perilaku konsumtif dalam masyarakatnya. Popularitas perdagangan digital yang terus meningkat, disertai dengan kemudahan serta kenyamanan dalam bertransaksi, menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong perubahan perilaku pembelian konsumen di Indonesia. (Sasabone et al., 2023). *Platform e-commerce*, media sosial, dan *digital marketing* semakin memperluas jangkauan pasar, sehingga individu dari berbagai latar belakang ekonomi dapat mengakses berbagai produk dari dalam maupun luar negeri. Kemudahan ini menciptakan budaya konsumsi yang semakin berkembang di kalangan masyarakat, khususnya di kalangan remaja.

Selain itu, persepsi orang tentang nilai barang dan jasa telah diubah oleh globalisasi. Konsumsi sebelumnya lebih cenderung pada kebutuhan, tetapi sekarang didorong juga oleh keinginan dan faktor sosial. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya konsumsi barang-barang bermerek dan produk-produk yang mengikuti tren global. Globalisasi informasi membuat generasi muda, lebih mudah terpengaruh oleh budaya digital dan penggunaan internet, yang pada akhirnya memengaruhi pola konsumsi mereka (Mutiara et al., 2024).

Dengan adanya perubahan ini, penting bagi individu, khususnya remaja, untuk memiliki pemahaman yang baik tentang literasi ekonomi. Namun, rendahnya literasi ekonomi di kalangan remaja dapat memperburuk dampak negatif dari globalisasi terhadap perilaku konsumtif mereka (K. Putri et al., 2024). Berdasarkan data dari *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) tahun 2023 menunjukkan nilai literasi finansial di Indonesia sebesar 57 masih berada di

bawah rata-rata global yaitu 60 (Kemdikbud, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi ekonomi masih rendah. Dengan itu pentingnya untuk mempelajari literasi ekonomi, dapat membantu remaja akhir dalam melakukan keputusan ekonomi dan mengelola keuangan.

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan individu dalam membeli dan menggunakan barang secara berlebihan, meskipun barang tersebut tidak termasuk kebutuhan pokok, dengan tujuan utama memperoleh kepuasan emosional maupun kesenangan sesaat tanpa didasari pertimbangan yang rasional. Menurut Melinda et al. (2021) perilaku konsumtif yaitu kecenderungan individu dalam mengonsumsi barang dan jasa secara tidak terencana, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosiologis dalam kehidupan sosialnya, meskipun barang atau jasa tersebut kurang dibutuhkan atau tidak memiliki urgensi. perilaku konsumtif mencerminkan kecenderungan individu atau kelompok dalam melakukan pembelian barang secara berlebihan sebagai upaya untuk memperoleh kepuasan pribadi (Nurzianti, 2022). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran riil per kapita masyarakat Indonesia mengalami tren peningkatan setiap tahunnya

Tabel 1. 1 Pengeluaran Riil Rata-Rata Per Kapita Masyarakat Indonesia 2019-2024



Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2024)

Berdasarkan data pengeluaran per kapita dalam juta rupiah dari tahun 2019 hingga 2024, terlihat adanya dinamika pertumbuhan yang mencerminkan kondisi

ekonomi setiap tahunnya. Pada tahun 2019, pengeluaran per kapita tercatat sebesar 11,299 juta rupiah. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan menjadi 11,013 juta rupiah, mengalami kontraksi sebesar -2,53%, yang kemungkinan besar disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19, di mana banyak sektor ekonomi mengalami perlambatan. Meskipun demikian, pada tahun 2021 mulai terlihat tanda-tanda pemulihan dengan peningkatan pengeluaran per kapita menjadi 11,156 juta rupiah, tumbuh sebesar 1,30% dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun pertumbuhannya masih relatif kecil.

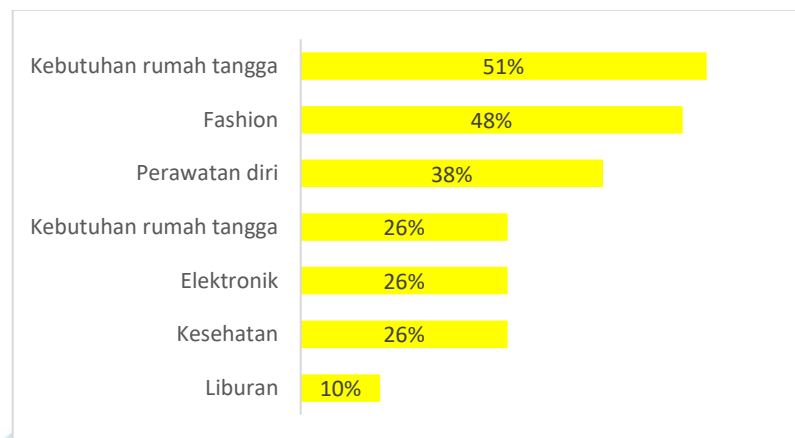
Pada tahun 2022, pertumbuhan pengeluaran per kapita semakin membaik dengan kenaikan ke 11,479 juta rupiah, mengalami peningkatan sebesar 2,90%, menunjukkan pemulihan ekonomi yang lebih stabil seiring dengan mulai membaiknya berbagai sektor industri dan konsumsi masyarakat. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2023, di mana pengeluaran per kapita meningkat lebih signifikan menjadi 11,899 juta rupiah, bertumbuh 3,66% dibandingkan tahun sebelumnya, mencerminkan adanya pemulihan yang lebih kuat dan kemungkinan dipengaruhi oleh peningkatan daya beli masyarakat serta pemulihan ekonomi secara keseluruhan.

Pada tahun 2024, pengeluaran per kapita mencapai 12,341 juta rupiah, menandai pertumbuhan sebesar 3,71%, yang menjadi kenaikan tahunan terbesar dalam lima tahun terakhir. Jika melihat pergerakan dari tahun ke tahun, tren pengeluaran per kapita menunjukkan pola penurunan di awal akibat krisis (tahun 2020), diikuti oleh pemulihan bertahap (2021-2022), lalu pertumbuhan yang lebih pesat (2023-2024). Secara keseluruhan, dari tahun 2019 hingga 2024, pengeluaran per kapita mengalami peningkatan sebesar 9,22%. Peningkatan ini bisa disebabkan oleh faktor seperti pemulihan ekonomi pascapandemi, peningkatan pendapatan masyarakat, serta stabilitas ekonomi yang lebih baik. Dengan tren ini, dapat disimpulkan bahwa pengeluaran per kapita mengalami pertumbuhan yang semakin menguat dalam beberapa tahun terakhir, mencerminkan pemulihan dan perkembangan ekonomi yang positif.

Peningkatan pengeluaran per kapita mencerminkan perubahan perilaku konsumtif masyarakat seiring pertumbuhan ekonomi. Setelah tekanan ekonomi pada 2020, daya beli meningkat, mendorong konsumsi barang dan jasa, termasuk kebutuhan gaya hidup. Konsumen yang terdorong oleh perilaku konsumtif umumnya kesulitan membedakan antara kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi. Meskipun definisinya beragam, secara umum perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional, serta tidak didasarkan pada kebutuhan yang esensial (Pohan et al., 2022).. Hasil penelitian Ritonga dan Adiati (2022) mengungkapkan bahwa tingkat perilaku konsumtif di kalangan remaja Surabaya mencapai 70,3%. Temuan ini sejalan dengan tingkat gaya hidup hedonis yang berada pada kategori sedang, yakni sebesar 64,6%.

Selain itu, pola konsumsi masyarakat banyak berubah karena kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet. Salah satu dampak yang terlihat adalah meningkatnya minat generasi muda di Indonesia terhadap aktivitas belanja daring, seperti Shopee yang kian populer di kalangan remaja. Tren belanja online semakin meningkat sejak pandemi COVID-19, yang memaksa banyak aktivitas dilakukan secara online (Amalia, 2022). Generasi muda sangat berpengaruh dalam perilaku konsumtif, terutama dengan penggunaan *platform e-commerce* yang meningkat. Melinda et al. (2021) menjelaskan bahwa faktor-faktor sosiologis turut memengaruhi kecenderungan konsumtif pada siswa, yang dapat mendorong mereka untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan meskipun tidak memiliki urgensi kebutuhan.

Generasi muda memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan e-commerce di Indonesia dan menjadi salah satu segmen konsumen terbesar yang menyumbang tingginya tingkat konsumsi di era digital. Berdasarkan survei *Urban Banking 2024* oleh Mandiri Institute, sebanyak 1.500 responden muda di wilayah perkotaan disurvei pada Oktober 2024 untuk mengamati pola konsumsi dan perilaku keuangan mereka.

Tabel 1. 2 Rata-Rata Penggunaan Uang pada Generasi Z

Sumber: (Katadata.co.id, 2024)

Belanja gaya hidup tidak hanya menjadi tren saat ini, tetapi juga merupakan bagian dari pola konsumsi yang terus meningkat. Berdasarkan data yang disajikan, kebutuhan pokok menyumbang 51% dari total pengeluaran, sementara perawatan diri mencakup 38%, diikuti oleh kebutuhan rumah tangga sebesar 26%, elektronik 26%, kesehatan 26%, dan liburan 10%. Jika dilihat dari rata-rata proporsi pengeluaran, pengeluaran kebutuhan pokok memiliki porsi tertinggi, yaitu lebih dari setengah dari total pengeluaran. Sementara itu, pengeluaran untuk perawatan diri, kebutuhan rumah tangga, elektronik, dan kesehatan berkisar antara 26% hingga 38%, menunjukkan bahwa alokasi dana untuk aspek-aspek ini juga cukup signifikan. Sedangkan, pengeluaran untuk liburan relatif lebih kecil, hanya sekitar 10% dari total pengeluaran.

Secara keseluruhan, rata-rata pengeluaran untuk kategori di luar kebutuhan pokok berkisar antara 10% hingga 38%, yang menunjukkan adanya kecenderungan konsumsi yang cukup besar terhadap aspek gaya hidup, terutama dalam perawatan diri serta kebutuhan rumah tangga dan elektronik. Hal ini mencerminkan bahwa pengeluaran generasi saat ini tidak hanya terfokus pada kebutuhan dasar, tetapi juga mencakup aspek yang mendukung gaya hidup mereka.

Fenomena perilaku konsumtif sudah menjadi budaya dikalangan generasi Z. Hal ini dapat timbul salah satunya melalui lingkungan sosial yang mempunyai pengaruh terhadap minat, perilaku dan penampilan maupun sikap dalam

berperilaku konsumtif. Perilaku ini tercermin dalam gaya hidup remaja yang berusaha memenuhi kriteria atau standar yang ditetapkan oleh kelompok mereka. Adhiatma dan Husna (2023) menemukan bahwa konformitas terhadap kelompok sosial berperan signifikan dalam mendorong perilaku konsumtif di kalangan remaja masa kini. Hal ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruh lingkungan sosial dalam membentuk perilaku konsumtif pada remaja.

Remaja dipandang sebagai aset masa depan bangsa yang memiliki potensi untuk berkontribusi dalam pembangunan menuju arah yang lebih baik. Mereka membawa visi dan tujuan hidup yang tidak hanya bermanfaat bagi diri sendiri, tetapi juga bagi keluarga serta masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, remaja perlu dibimbing agar dapat menjadi pemimpin masa depan yang berkualitas dan penerus cita-cita perjuangan bangsa menjadi lebih baik (Masturi et al., 2021). Masa remaja seringkali terjadi banyak hal baru karena sebagai tanda-tanda menuju kedewasaan (Hendi et al., 2023). Remaja saat ini telah cenderung melihat hidup seperti yang diinginkan, sehingga seringkali tidak melihat diri apa adanya. Hal inilah membuat sebagian besar remaja memiliki perilaku konsumtif (Abadi et al., 2020)

Remaja saat ini dikategorikan sebagai generasi Z. Generasi Z merupakan seseorang yang dalam kelompok usia muda pada segmen konsumen mewakili tahun 1996 dan seterusnya (Fanggidae & Abraham, 2023). Dengan tingkat pendidikan yang tinggi, nativisme digital, kesadaran sosial dan budaya, serta kecenderungan kuat untuk menjadi lebih beragam dan vokal, Generasi Z merupakan salah satu generasi yang paling beragam (Rodriguez, 2023). Menurut Anggraini et al (2022) gen Z menjadi generasi lebih boros daripada generasi lainnya karena hidup di era perkembangan teknologi.

Salah satu faktor yang memperkuat perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Gaya hidup remaja saat ini tidak hanya untuk kebutuhan dasar, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk tampil sesuai dengan standar kelompok sosial. Dalam hal perilaku konsumtif, kemampuan untuk mengendalikan diri memainkan peran penting dalam mengarahkan dan mengelola pembelian seseorang (Anggraeni,

2022). Kontrol diri sangat penting karena dapat menginspirasi orang untuk mengelola pengeluaran mereka sesuai dengan situasi yang dihadapi dan membuat keputusan keuangan yang bijaksana.. Orang yang mampu mengontrol diri cenderung tidak mudah tergoda oleh promosi murah atau diskon, memiliki keyakinan diri yang kuat, dan mampu mengelola keuangan mereka dengan lebih baik (Fuadi & Supraba, 2023).

Dengan meningkatkan kemampuan kontrol diri, seseorang dapat menahan dorongan untuk membelanjakan sesuatu. Akibatnya, mereka lebih cenderung berhemat dan menyisihkan uang untuk mencapai kondisi keuangan yang lebih stabil dibandingkan dengan orang yang memiliki kontrol diri rendah (Hikmah et al., 2020). Menurut Aimen dan Tobing (2022) Remaja perlu memiliki kemampuan dalam mengelola perilaku serta mengendalikan dorongan emosional agar tidak mudah terpengaruh oleh pola hidup konsumtif yang semakin meluas. Oleh karena itu, penguatan kontrol diri menjadi aspek penting yang harus dimiliki oleh generasi muda.

Gaya hidup modern dapat mendorong remaja untuk terus mengikuti perkembangan zaman. Menurut Husna et al. (2023) perubahan gaya hidup individu mulai dari cara berpakaian, berinteraksi sosial, hingga aktivitas sehari-hari dapat memberikan pengaruh terhadap kecenderungan dalam perilaku menabung. Gaya hidup seseorang mencakup cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Selain itu, setiap individu memiliki ciri kepribadian unik yang memengaruhi cara mereka melakukan pembelian (Ittaqullah et al., 2020). Penelitian Wahyudi dan Rochmawati (2020) menemukan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.

Penelitian lain oleh Sudiro dan Asandimitra (2022) menyatakan tidak terdapat pengaruh gaya hidup dengan perilaku konsumtif individu. Gaya hidup konsumtif ini sering kali diperkuat oleh norma sosial yang berkembang di masyarakat, di mana status sosial seseorang sering kali diukur berdasarkan barang yang mereka miliki. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana gaya

hidup dapat memengaruhi pola konsumsi remaja serta bagaimana literasi ekonomi dapat berperan dalam mengurangi dampak negatif dari perilaku konsumtif ini.

Fenomena ini penting untuk diteliti karena dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana faktor ekonomi dan tingkat pemahaman keuangan memengaruhi perilaku konsumsi serta kebiasaan finansial generasi muda. Pemahaman yang lebih dalam mengenai pola pengelolaan keuangan individu dapat memberikan pijakan yang kuat dalam mengembangkan pendekatan edukasi keuangan yang lebih adaptif dan efektif (Bradshaw et al., 2024). Jika dibiarkan tanpa intervensi yang tepat, kecenderungan konsumtif yang tinggi dapat berdampak pada ketidakstabilan keuangan individu di masa depan. Dengan demikian, diperlukan penelitian lanjutan guna mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi perilaku keuangan, serta merumuskan upaya strategis untuk meningkatkan kesadaran dan membentuk kebiasaan finansial yang lebih bijak.

Terkait itu, literasi ekonomi menjadi suatu pengetahuan yang harus dimiliki seseorang. Rendahnya tingkat literasi ekonomi seseorang diduga menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya perilaku konsumtif pada konsumen (Anna Marganingsih, 2019). Kelompok remaja masih memiliki literasi ekonomi yang cenderung rendah sehingga tidak berpikir rasional dalam perilaku konsumsi hanya untuk mempertahankan harga diri dan status. Pemahaman terhadap literasi ekonomi membantu seseorang berpikir secara logis dan objektif dalam menjalankan aktivitas ekonomi secara efektif dan bertanggung jawab.

Nurjanah et al. (2018) menyatakan bahwa literasi ekonomi dan kontrol diri merupakan dua faktor yang berperan dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Literasi ekonomi membantu individu, khususnya mahasiswa, dalam menyusun skala prioritas konsumsi, sedangkan *self-control* berfungsi sebagai mekanisme internal dalam mengatur dorongan konsumtif. Temuan penelitian tersebut mengindikasikan bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel yang dianalisis turut memberikan kontribusi terhadap terbentuknya perilaku konsumtif. Penelitian lain dilakukan oleh Melina dan

Wulandari (2018) yang mengkaji keterkaitan antara literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Temuan mereka mengungkapkan bahwa variabel literasi ekonomi dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan peneliti lainnya oleh (Jannah, 2019), menyatakan literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif namun gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Adanya inkonsistensi temuan dalam sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya kajian ini untuk mengisi kekosongan dalam literatur. Literasi ekonomi dan kontrol diri diperkirakan memiliki peran dalam membentuk perilaku konsumtif, namun pengaruhnya kemungkinan tidak bersifat langsung, melainkan dimediasi oleh faktor lain seperti gaya hidup. Literasi ekonomi sendiri merujuk pada kemampuan individu dalam memahami, menelaah, serta memanfaatkan informasi ekonomi secara efektif dalam proses pengambilan keputusan sehari-hari (Susetyo & Firmansyah, 2023). Literasi ini meliputi konsep-konsep ekonomi seperti pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan hutang, serta kemampuan untuk menilai risiko dan peluang dalam berbagai situasi ekonomi. Menurut Pratiwi et al. (2023), literasi ekonomi terbukti memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, studi yang dilakukan oleh Jannah (2019) mengungkapkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara literasi ekonomi dan perilaku konsumtif.

Meskipun literasi ekonomi dan kontrol diri telah banyak dikaji dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif, peran gaya hidup sebagai variabel mediasi di antara hubungan tersebut masih jarang dibahas dalam literatur terdahulu. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana literasi ekonomi dan kontrol diri memengaruhi perilaku konsumtif, melalui gaya hidup sebagai variabel mediasi. Penelitian ini mengambil subjek siswa kelas XI SMA Negeri di Kecamatan Cibinong sebagai bentuk kontribusi kebaruan dalam kajian ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengangkat judul *“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Mediasi”*.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Setelah mempertimbangkan latar belakang masalah penelitian yang telah dibahas sebelumnya, peneliti akan mengajukan pertanyaan penelitian berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa?
2. Apakah terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif siswa?
3. Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi dengan gaya hidup?
4. Apakah terdapat pengaruh kontrol diri dengan gaya hidup?
5. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup dengan perilaku konsumtif?
6. Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa melalui gaya hidup?
7. Apakah terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif siswa melalui gaya hidup?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui adanya pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa.
2. Mengetahui adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif siswa.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara literasi ekonomi dengan gaya hidup.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara kontrol diri terhadap gaya hidup.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.
6. Menganalisis adanya pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa melalui gaya hidup.
7. Menganalisis adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif siswa melalui gaya hidup.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada kemajuan ilmu ekonomi, khususnya dalam memahami perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Cibinong. Selain itu, juga dapat memberikan referensi baru untuk penelitian ilmiah tentang literasi ekonomi dan bagaimana literasi memengaruhi perilaku konsumtif siswa.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Melalui proses pengolahan dan analisis data, penelitian ini tidak hanya memberikan pengalaman empiris dalam menelaah keterkaitan antar variabel, tetapi juga memperluas pemahaman peneliti terkait konsep literasi ekonomi, kontrol diri, gaya hidup, serta perilaku konsumtif. Pemahaman tersebut dapat menjadi landasan untuk pengembangan riset lebih lanjut maupun peningkatan kompetensi profesional di masa depan.

b) Bagi Pembaca

Temuan dalam penelitian ini memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang berkontribusi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di wilayah Cibinong. Hasil ini dapat menjadi acuan bagi pembaca dalam memahami urgensi penerapan gaya hidup yang sehat serta peran literasi ekonomi dan kontrol diri dalam membentuk pola konsumsi generasi muda.

c) Bagi Fakultas

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta diharapkan dapat memanfaatkan temuan dari penelitian ini sebagai kontribusi akademik yang berharga, khususnya dalam bentuk bahan bacaan yang dapat memperkaya wawasan.