

BAB 5

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian

5.1.1. Uji Asumsi

Melakukan analisa data perlu disertai dengan melakukan uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas. Hasil uji asumsi dapat dilihat pada lampiran.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data yang telah dihimpun tersebar dengan normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dan data dapat dikatakan normal apabila nilai taraf signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$). Hasil uji normalitas pada Skala Perilaku Konsumtif diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,730 dan nilai p sebesar 0,661 ($p > 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, data variabel Perilaku Konsumtif terdistribusi normal. Kemudian, hasil uji normalitas Skala Literasi Ekonomi dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1,224 dan nilai p adalah 0,100 ($p > 0,05$) yang artinya data terdistribusi atau tersebar dengan normal sehingga dapat dikatakan bahwa kedua alat ukur memiliki sebaran data yang normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah tahapan yang digunakan bila terdapat hipotesis hubungan positif atau negatif dan melihat seberapa erat hubungan antara variabel tergantung dengan variabel bebas (Priyanto, 2018). Berdasarkan uji linieritas, didapatkan hasil $F_{linear} = 6,237$ dengan nilai

padalah $0,014 (p < 0,05)$ yang artinya variabel perilaku konsumtif dan literasi ekonomi memiliki hubungan yang linier.

5.1.2. Hasil Analisis Data

5.1.2.1. Uji Hipotesis

Uji hipotesis peneliti lakukan dengan menggunakan metode korelasi *Product Moment* Pearson. Hasil uji hipotesis yang menguji hubungan antara literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif adalah adanya korelasi negatif sebesar $r_{xy} = -0,247 (p < 0,01)$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif menunjukkan korelasi negatif sangat signifikan

Berdasarkan hasil uji korelasi, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis “terdapat hubungan yang negatif antara literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif remaja tengah pengguna *online shop* dan begitu juga sebaliknya” diterima.

5.2. Pembahasan

Hipotesis penelitian yaitu terdapat hubungan negatif antara literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif pada remaja tengah pengguna *online shop* diterima. Semakin tinggi literasi ekonomi, maka semakin rendah perilaku konsumtif remaja tengah pengguna *online shop*. Sebaliknya, apabila tingkat literasi ekonomi rendah, maka perilaku konsumtif remaja tengah pengguna *online shop* tinggi. Remaja tengah pengguna *online shop* yang memiliki pemahaman literasi ekonomi akan lebih rendah perilaku konsumtifnya dibandingkan remaja tengah yang tidak memiliki pemahaman literasi ekonomi karena pemahaman literasi ekonomi yang tepat juga akan memengaruhi perkembangan kognisi, afeksi dan psikomotor remaja tengah ke arah yang

lebih baik. Dengan demikian tinggi rendahnya literasi ekonomi akan memengaruhi perilaku konsumtif remaja tengah.

Koefisien korelasi antara perilaku konsumtif dengan literasi ekonomi adalah r_{xy} -0,247 dan berada pada tingkat hubungan yang rendah sesuai Tabel Klasifikasi Korelasi (Sarwono, 2006). Penelitian kali ini diperkuat oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang menghasilkan r_{xy} sebesar -2,470 (Kanserina, 2015); r_{xy} sebesar -0,082 (Oktafikasari & Mahmud, 2017); r_{xy} -0,200 (Risnawati dkk., 2018); dan penelitian Nurjanah, Ilma, & Suparno, (2018) menyatakan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kesimpulan jika literasi ekonomi rendah, maka perilaku konsumtif meningkat begitu juga sebaliknya.

Nilai r_{xy} sebesar -0,247 yang berada pada klasifikasi tingkat hubungan yang rendah dan sumbangan efektif 6,1% dapat terjadi karena dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sebanyak 93,9% seperti budaya, sub-budaya, kelompok acuan, usia dan siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, motivasi, serta keyakinan dan sikap (Cao, 2015; Kotler & Amstrong, 2004).

Remaja yang berperilaku konsumtif bergantung kepada kelompok acuannya yaitu teman sebayanya dan lebih percaya diri menanyakan pendapatan dibanding orangtuanya sehingga apabila akan membeli barang, remaja akan meminta pendapat teman-temannya tetapi tidak memedulikan perekonomian orangtua dan hal ini menjadi kebiasaan (Sarwono, 2013). Sarwono juga menguraikan remaja hanya memikirkan kepuasan dan kesenangannya sampai menggunakan uang saku atau uang sekolah untuk

membeli hal yang diinginkan atau bertindak konsumtif (Richmond & Sklansky dalam Sarwono, 2013).

Sesuai dengan hasil penelitian dari Sipunga dan Muhammad (2014), perilaku konsumtif adalah perilaku membeli tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan dilakukan sebagai pemuas keinginan sehingga menjadi sebuah kebiasaan yang berujung pada pemborosan. Penelitian Damayanti (dalam Oktafikasari & Mahmud, 2017) menambahkan remaja di usia sekolah terutama di tingkat SMA banyak yang terjerat perilaku konsumtif karena banyak faktor seperti karena tuntutan pergaulan (konformitas), gaya hidup, dan rendahnya tingkat literasi ekonomi.

Selain itu, 85,2% dari 115 subjek menyatakan pernah melakukan melalui *online shop*. Sebagian besar dari subjek yang pernah melakukan pembelian *online shop*, rata-rata 67,3% subjek berada pada kategori sedang dalam berperilaku konsumtif. Sedangkan seluruh subjek atau 100% subjek memiliki tingkat pemahaman literasi ekonomi yang rendah. Remaja yang memiliki pemahaman literasi ekonomi rendah cenderung akan mengalami pemborosan, gaya hidup hedonis, kecemasan, bermasalah dengan nilai akademis dan tindak kriminal (Kanserina, 2015; Murtianingsih, 2017; Patricia & Handayani, 2014). Nurjanah, dkk (2018) menjelaskan individu dengan tingkat literasi ekonomi yang baik akan lebih selektif dalam menentukan produk yang dikonsumsi, memprioritaskan kebutuhan dan individu mengetahui pentingnya literasi ekonomi karena dapat mengurangi gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Oktafikasari dan Mahmud (2017) menambahkan literasi ekonomi berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi seseorang.

Pada penelitian ini, aspek proteksi merupakan aspek yang secara signifikan memiliki peran terbesar (sumbangan efektif) dalam memengaruhi perilaku konsumtif remaja selain aspek-aspek lainnya yaitu aset, utang, menabung dan pengeluaran. Aspek proteksi berpengaruh sebesar 3,5% pada perilaku konsumtif remaja. Aspek proteksi mencakup melindungi diri sendiri dan orang-orang di sekitarnya dengan memiliki rencana keuangan apabila ada kejadian buruk (Haditono dalam Sina, 2012). Ketika individu menghadapi kejadian buruk, aspek proteksi yang sudah disiapkan sebelumnya (tabungan, asuransi atau investasi) dapat mengurangi risiko kerugian secara materil dan non materil yaitu dapat mengurangi kecemasan, belajar sungguh-sungguh dan membeli produk yang dibutuhkan saja (Sina, 2012).

Bentuk proteksi lain pada pembelian produk melalui *online shop* adalah ketika seseorang sudah membeli suatu produk kemudian ia dapat merasakan dua hal yaitu kecewa atau merasa puas (Cao, 2015). Cao menambahkan ketika remaja selesai membeli produk secara *online*, hal tersebut dapat menjadi sebuah pengalaman yang harus dibagikan kepada orang lain atau biasa disebut *review* karena jika pembeli merasa kecewa dengan produk yang dibeli, ia merasa harus memberi tahu orang lain sehingga orang lain tidak akan kecewa dan pengalaman buruk tidak akan terulang.

Literasi ekonomi diperoleh dari proses belajar (Cao, 2015), diawali *search* dan *compare* dimana individu mencari informasi mengenai produk yang akan dibeli sebelum melakukan konsumsi dan membandingkan dengan produk lain. Setelah itu, individu akan memperlihatkan ketertarikan (*interest*) dan mencari cara untuk membeli produk (*action*) dengan memperhitungkan

dari segi manfaat jangka panjang. Proses terakhir adalah *show* yaitu membeli produk apakah barang yang dikonsumsi dapat dijadikan aset dan individu dapat mempertimbangkan dari segi utang dan pengeluaran.

Siswa secara akademik harus melalui proses belajar, proses belajar dianggap sukses apabila siswa mampu memahami dan menerapkannya ke diri sendiri dan lingkungannya. Perilaku siswa berawal dari pola pikir memengaruhi *problem solving*. Apabila terjadi kegagalan dalam proses belajar, siswa dapat memiliki gaya hidup, penampilan dan *trend* yang konsumtif (Manongko, Tamboto, Pongoh, & Watung, 2017). Keynes (dalam Manongko, Tamboto, Pongoh, & Watung, 2017) perilaku konsumsi dipengaruhi pendapatan yang tinggi mengakibatkan konsumsi yang tinggi atau disebut sebagai perilaku konsumtif. Keynes menambahkan bahwa individu konsumtif adalah individu yang harga diri atau gengsi yang tinggi, mengikuti *trend* dan tidak terkontrol.

Sarwono (2013) menambahkan bahwa jika pendapatan seseorang tinggi dalam hal ini uang saku remaja yang meningkat dapat menyebabkan konsumsi yang meningkat pula. Di lain sisi, apabila uang saku remaja berkurang, konsumsi remaja tidak ikut turun. Hal ini disebabkan oleh remaja yang sudah terbiasa memiliki pola konsumsi yang tinggi sehingga untuk memenuhi keinginannya untuk membeli produk, remaja mengambil uang tabungan atau uang SPP-nya. Maka dari itu perlu adanya pemahaman literasi ekonomi yang baik agar perilaku konsumtif dapat dikurangi.

Literasi ekonomi mengajarkan individu untuk memahami bahwa sulit untuk memiliki pendapatan dan jika remaja mengetahui bagaimana mengelola uangnya sendiri, remaja juga dapat memahami konsekuensi dari perilaku

yang dilakukan. Pendapat tersebut saling berhubungan sesuai dengan hasil penelitian literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi seseorang apabila literasi ekonomi seseorang tinggi maka perilaku konsumtif akan menurun atau berkurang dan begitu pula sebaliknya. Jika literasi ekonomi rendah maka perilaku konsumtif meningkat.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan yang dapat memengaruhi hasil penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh remaja dikarenakan latar belakang populasi yang berbeda dan keterbatasan waktu, penelitian hanya dapat dilakukan kepada siswa SMA.
2. Ada beberapa subjek yang tidak memahami instruksi sepenuhnya karena keterbatasan peneliti, peneliti harus mengulangi instruksi beberapa kali sehingga ada skala yang tidak terisi secara lengkap serta data tidak dapat diolah.
3. Aitem pada Skala Literasi Ekonomi yang disusun oleh peneliti belum mengungkap Literasi Ekonomi remaja secara menyeluruh karena keterbatasan sumber dan belum banyaknya penelitian mengenai Literasi Ekonomi di bidang Psikologi.
4. Pada skala penelitian tercantum nama subjek sehingga mungkin akan memengaruhi kebebasan subjek dalam mengisi kuesioner.