



Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Farmasi Fakultas MIPA Universitas Cenderawasih Di Toko Online

The Influence of Economic Literacy on Consumptive Behavior of Pharmacy Students, Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Cenderawasih University in Online Stores

Westi Setiati^{1*}, Yulita Flaviana Bahy², Asdiana Dua Sumban³, Chard Wali⁴, Melpin Kasipmabin⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Binis Digital, Fakultas Ilmu Administrasi dan Bisnis, Institut Swadiri.

*Email Koresponden: westisetiati21@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 03-10-2024

Revised : 06-10-2024

Accepted : 08-10-2024

Pulished : 10-10-2024

Abstract

Consumptive behavior among students is an increasingly important issue to study, considering that this age group is in a transition phase from financial dependence to independence. One important factor that is thought to influence student consumption behavior is economic literacy. Economic literacy is an individual's knowledge and skills in understanding basic economic concepts, such as money management, savings, investment, and making wise financial decisions. It is important to conduct this research to identify the extent to which economic literacy influences students' consumptive behavior in online stores. The sample consisted of 50 students majoring in Pharmacy, Faculty of Mathematics and Natural Sciences. Data collection used a questionnaire with 20 questions. The data obtained will be analyzed using multiple linear regression and classical assumption tests and hypothesis testing will be carried out. The R Square value obtained was 0.113. This means that the influence of economic literacy on the consumer behavior variable is 11.3% and 88.7% is influenced by other variables.

Keywords : *consumer behavior, Economic literacy, students*

Abstrak

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa menjadi isu yang semakin penting untuk dikaji, mengingat kelompok usia ini sedang berada dalam fase transisi dari ketergantungan finansial kepada kemandirian. Salah satu faktor penting yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah literasi ekonomi. Literasi ekonomi merupakan pengetahuan dan keterampilan individu dalam memahami konsep dasar ekonomi, seperti pengelolaan uang, tabungan, investasi, dan pengambilan keputusan keuangan yang bijak. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana literasi ekonomi memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di toko online. Sampel terdiri dari 50 mahasiswa jurusan Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Pengumpulan data menggunakan kusioner dengan jumlah 34 pertanyaan. Data yang didapat akan dianalisis dengan regresi linier berganda dan dilakukan uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis. Didapatkan nilai R Square sebesar 0,113 hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh literasi ekonomi terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 11,3% dan sebesar 88,7% dipengaruhi variabel lain.

Kata Kunci : *Literasi ekonomi, Mahasiswa, Perilaku konsumtif*



PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi dan internet telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk kalangan mahasiswa. Akses yang mudah terhadap internet dan meningkatnya popularitas platform e-commerce telah menjadikan belanja online sebagai salah satu aktivitas utama di kalangan mahasiswa (Venkatesh, 2022). Fenomena ini memunculkan perilaku konsumtif, yaitu tindakan membeli barang atau jasa yang sering kali didorong oleh faktor emosional, tren, atau keinginan sesaat tanpa memperhatikan kebutuhan sebenarnya (Pocol, 2020).

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa menjadi isu yang semakin penting untuk dikaji, mengingat kelompok usia ini sedang berada dalam fase transisi dari ketergantungan finansial kepada kemandirian (Nasui, 2021). Mereka sering kali belum memiliki pemahaman yang matang tentang pengelolaan keuangan pribadi, termasuk bagaimana membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memahami konsekuensi jangka panjang dari perilaku konsumsi yang tidak terkontrol (Martin, 2022).

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang dituntut untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak perlu. Gaya hidup konsumtif meliputi seluruh kelompok remaja termasuk mahasiswa. Mahasiswa yang seharusnya mengisi waktunya dengan belajar, menambah ilmu pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian, bahkan mengisi waktu luang mereka dengan berbagai macam kegiatan positif yang akan memiliki orientasi pada masa depan mereka sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, akan tetapi kehidupan kampus telah merubah dan membentuk gaya hidup yang khas pada mahasiswa sehingga terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumtif.

Salah satu faktor penting yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah literasi ekonomi. Literasi ekonomi merupakan pengetahuan dan keterampilan individu dalam memahami konsep dasar ekonomi, seperti pengelolaan uang, tabungan, investasi, dan pengambilan keputusan keuangan yang bijak (Blichfeldt, 2013). Mahasiswa dengan literasi ekonomi yang baik diharapkan lebih mampu mengelola keuangan mereka dengan baik, sehingga dapat menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, terutama dalam lingkungan belanja online yang sangat mudah diakses (Lyn, 2021).

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana literasi ekonomi memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di toko online. Dengan memahami pengaruh tersebut, diharapkan dapat dirumuskan rekomendasi kebijakan atau program edukasi yang dapat meningkatkan literasi ekonomi mahasiswa, sehingga mereka dapat menjadi konsumen yang lebih bijak dan bertanggung jawab. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam literatur akademik terkait literasi ekonomi dan perilaku konsumtif di era digital, khususnya di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

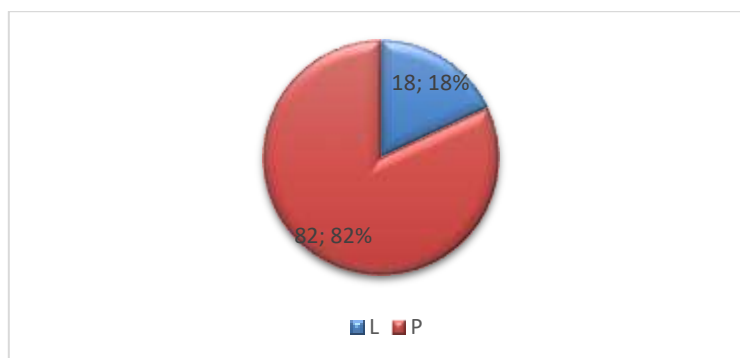
Jenis penelitian observasional analitik dengan desain yaitu cross sectional. Penelitian dilaksanakan di lingkungan Jurusan Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Cenderawasih. Penelitian ini dilakukan sejak 27 Agustus 2024 dimulai dengan tahapan studi literatur. Kemudian, dilanjutkan dengan tahapan pembagian kusioner selama satu bulan sejak 28 Agustus-30 September 2024. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kusioner dengan jumlah pertanyaan untuk Perilaku konsumtif sebanyak 16



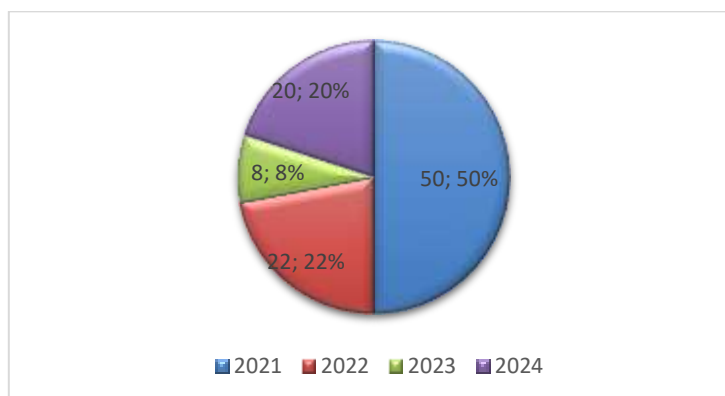
pertanyaan dan untuk literasi ekonomi sebanyak 18 pertanyaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan dilakukan uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis dengan dilakukan uji prasyarat regresi linier berganda yaitu menguji terkait diterima atau ditolaknya sebuah hipotesis melalui uji t dan uji F. Jika t hitung > t tabel maka berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial, dan sebaliknya. Dalam proses pengujian analisis dari data hasil penyebaran angket, peneliti mengolah data dan menganalisis dengan proses statistika menggunakan program aplikasi SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden



Gambar 1 Persentase Mahasiswa berdasarkan jenis kelamin



Gambar 2 Persentase Mahasiswa berdasarkan Angkatan

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner dapat diketahui terdapat 50 mahasiswa aktif jurusan Farmasi, FMIPA, Universitas Cenderawasih sebagai responden dengan presentase 82% perempuan dan 18% laki-laki. Dari data tersebut juga diketahui presentase responden tiap Angkatan yaitu angkatan 2021 sebesar 50%, Angkatan 2022 22%, Angkatan 2023 sebesar 8%, dan Angkatan 2024 sebesar 20%. Jadi jumlah total responden yang didapat sebanyak 50 mahasiswa.



Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	19.113	5.475		3.491	.001		
X	.402	.162	.336	2.471	.017	1.000	1.000

Tabel 1 Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pertama (H1). Melalui tabel tersebut nilai Signifikansi untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0.017 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.491 > t$ tabel 2.471, maka dapat disimpulkan H0 telah ditolak, yang berarti terdapat pengaruh variabel X dalam Y.

Hasil menunjukkan bahwa literasi ekonomi mempengaruhi tingkat konsumtifitas pada kegiatan pembelian di online shop. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan pada penelitian Mukarramah et al. (2020), Solihat & Arnasik (2018) bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi secara signifikan oleh literasi ekonomi. Hal tersebut dapat dideskripsikan bahwa semakin berkualitasnya literasi ekonomi mahasiswa dan mampu diimplementasikan dalam kegiatan ekonominya maka akan meningkatkan rasionalitas konsumsi mahasiswa menjadi lebih mempertimbangkan biaya dan kebutuhannya. Jika kegiatan ekonomi mahasiswa khususnya kegiatan konsumsi diimplementasikan dengan dasar pemahaman konsep ekonomi yang telah dipelajarinya maka kegiatan konsumsinya akan sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian literasi ekonomi akan membantu seseorang untuk melakukan kegiatan konsumsi secara efisien dan sesuai kebutuhan.

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297.969	1	297.969	6.106	.017 ^a
	Residual	2342.211	48	48.796		
	Total	2640.180	49			

Tabel 2 Hasil Uji F

Dalam analisis uji F untuk menentukan pengaruh secara simultan literasi ekonomi terhadap tingkat konsumtifitas mahasiswa pada online shop menunjukkan hasil terdapat pengaruh terhadap tingkat konsumtifitas mahasiswa. Hasil tersebut dapat ditafsirkan bahwa tingkat literasi ekonomi yang baik akan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang (Mukarramah et al., 2020)



sehingga dengan adanya online shop menjadikan kegiatan jual beli lebih efektif dan efisien. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Juliana dan Maria Ulfah (2014), jika seseorang yang mampu memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi dan mampu menerapkan konsep ekonomi dalam kegiatan konsumsinya, maka seseorang tersebut akan menghindari perilaku konsumtif atau membeli suatu produk tidak untuk memenuhi kebutuhannya.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.336 ^a	.113	.094	6.98542

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinansi

Berdasarkan data pada tabel uji koefisien determinansi diketahui nilai R Square sebesar 0,113 hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh literasi ekonomi terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 11,3% dan sebesar 88,7% dipengaruhi variabel lain.

KESIMPULAN

Literasi ekonomi dan perilaku konsumsi saling mempengaruhi. Misalnya, seseorang dengan literasi ekonomi yang baik akan cenderung lebih bijak dalam pengeluaran dan tidak mudah terpengaruh oleh promosi atau tren konsumtif. Sebaliknya, seseorang dengan literasi ekonomi rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif karena kurang mampu mengelola uang dan tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang risiko keuangan. Kemudian jika terjadi peningkatan literasi ekonomi dan pemahaman konsep ekonomi yang baik pada seseorang maka semakin rasional perilaku konsumtif orang tersebut. Melalui penelitian ini dapat diketahui bahwasannya mahasiswa sudah mampu memanfaatkan dengan baik dampak kemajuan teknologi terutama pada digitalisasi ekonomi serta memanfaatkan dengan baik media sosial untuk memperkaya informasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Institut Swadiri dan Universitas Cenderawasih dan pihak lainnya yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiwati, N., Hilmiatussadiyah, K., Nuriansyah, F., & Nurhayati, D. (2020). ECONOMIC LITERACY AND ECONOMIC DECISIONS. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29, 85-96. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.21627>.
- Blichfeldt, B., & Gram, M. (2013). Lost in Transition? Student food consumption. *Higher Education*, 65, 277-289. <https://doi.org/10.1007/S10734-012-9543-2>.



- Choshin, M., & Ghaffari, A. (2017). An investigation of the impact of effective factors on the success of e-commerce in small- and medium-sized companies. *Comput. Hum. Behav.*, 66, 67-74. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.026>.
- Dilek, S., Kesgingöz, H., Konak, A., & Halicioğlu, S. (2018). Factors Affecting Economic Literacy. *Afro Eurasian Studies*. <https://doi.org/10.33722/AFES.475575>.
- Firdaus, A., & Pusposari, L. (2022). The Influence of Economic Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior of Students. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*. <https://doi.org/10.18860/jpips.v8i2.15260>.
- Goczek, Ł., Witkowska, E., & Witkowski, B. (2021). How Does Education Quality Affect Economic Growth?. *Sustainability*, 13, 6437. <https://doi.org/10.3390/SU13116437>.
- Garg, N., & Singh, S. (2018). Financial literacy among youth. *International Journal of Social Economics*, 45, 173-186. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2016-0303>.
- Islam, M., & Mojumder, M. (2020). Online Store using E-Commerce and Database Design and Implementation. *International journal of engineering research and technology*, 9.
- Joireman, J., & Durante, K. (2016). Editorial overview: Consumer behavior. *Current opinion in psychology*, 10. <https://doi.org/10.1016/J.COPSYC.2016.06.011>.
- Jizdan, A. (2023). Comparative Analysis of Trade through Online and Stationary Stores. *Economica*. <https://doi.org/10.53486/econ.2023.123.089>
- Kumar, G., & P, D. (2022). Consumer behaviour towards online shopping. *Journal of Management and Science*. <https://doi.org/10.26524/jms.12.27>.
- Kedah, Z. (2023). Use of E-Commerce in The World of Business. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*. <https://doi.org/10.33050/sabda.v2i1.273>.
- Lyn, S., & Sahid*, S. (2021). Economic Literacy and Its Effects on Students' Financial Behavior at Malaysian Public University. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i8/10551>.
- Martin, S. (2022). Self-Regulatory and Compensatory Eating Behaviors Related to Alcohol Among College Students. *Current Developments in Nutrition*, 6, 381 - 381. <https://doi.org/10.1093/cdn/nzac054.036>.
- Mustakim, N. (2020). Factors Affecting Consumer Online Purchasing Behavior: A Review. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2020/7791.42020>.
- Mutari, E., & Figart, D. (2023). Economic Literacy as a Tool for Advocacy. *Journal of Social Work Education*, 59, S135 - S147. <https://doi.org/10.1080/10437797.2023.2193614>.
- Mou, J., & Benyoucef, M. (2021). Consumer behavior in social commerce: Results from a meta-analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 167, 120734. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2021.120734>.
- Năsui, B., Ungur, R., Talaba, P., Varlas, V., Ciuciuc, N., Silaghi, C., Silaghi, H., Opre, D., & Pop, A. (2021). Is Alcohol Consumption Related to Lifestyle Factors in Romanian University



- Students?. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041835>.
- Nurhayani, N., Nurwahida, N., & Ramli, S. (2023). The Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior of Economics Education Students of the Faculty of Economics Universitas Negeri Makassar. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*. <https://doi.org/10.61255/jeemba.v1i2.72>.
- Pocol, C., Marinescu, V., Amuza, A., Cadar, R., & Rodideal, A. (2020). Sustainable vs. Unsustainable Food Consumption Behaviour: A Study among Students from Romania, Bulgaria and Moldova. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su12114699>.
- Patel, J., Modi, A., & Paul, J. (2017). Pro-environmental behavior and socio-demographic factors in an emerging market. *Asian Journal of Business Ethics*, 6, 189-214. <https://doi.org/10.1007/S13520-016-0071-5>.
- Reichert-Schlag, J., Zlatkin-Troitschanskaia, O., Happ, R., Yamaoka, M., Asano, T., & Abe, S. (2022). Economic literacy among beginning higher education economics students in Japan and Germany and its socio-demographic influencing factors. *Research in Comparative and International Education*, 17, 281 - 300. <https://doi.org/10.1177/17454999211057621>.
- Remeşovschi, N., & Andritchi, V. (2023). Implications of the demographic and economic factors on consumer behavior. *Strategii si politici de management in economia contemporana*. <https://doi.org/10.53486/icspm2022.44>.
- Surindra, B. (2022). The Influence of Economic Literacy and Digital Literacy on Consumptive Behaviour of Students. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v1i5.143>.
- Septiani, D., Syahza, A., & Riadi, R. (2023). The Effect of Financial Literacy and Peers on Consumptive Behavior in Students of the Economic Education Study Program, University of Riau. *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*. <https://doi.org/10.57235/jetish.v2i2.782>.
- Sadiku, K., Mjaku, G., & Qarri, A. (2023). Consumer Behavior in Decision Making - What Are the Factors?. *International Journal of Membrane Science and Technology*. <https://doi.org/10.15379/ijmst.vi.1257>.
- Tekbaş, M. (2021). An Empirical Research on the Factors Determining Economic Literacy Level. *MANAGEMENT AND ECONOMICS REVIEW*. <https://doi.org/10.24818/mer/2021.06-08>.
- Trandafilović, I., Conić, V., & Blagojevic, A. (2017). IMPACT OF DEMOGRAPHIC FACTORS ON ENVIRONMENTALLY CONSCIOUS PURCHASE BEHAVIOR. *Ekonomika Poljoprivrede (1979)*, 64, 1365-1377. <https://doi.org/10.5937/EKOPOLJ1704365T>.
- Venkatesh, V., Speier, C., & Schuetz, S. (2022). Why do people shop online? A comprehensive framework of consumers' online shopping intentions and behaviors. *Inf. Technol. People*, 35, 1590-1620. <https://doi.org/10.1108/itp-12-2020-0867>.
- Wagner, G., Schramm-Klein, H., & Steinmann, S. (2020). Online retailing across e-channels and e-channel touchpoints: Empirical studies of consumer behavior in the multichannel e-



- commerce environment. *Journal of Business Research*, 107, 256-270. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2018.10.048>.
- Yao, P., Osman, S., Sabri, M., & Zainudin, N. (2022). Consumer Behavior in Online-to-Offline (O2O) Commerce: A Thematic Review. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su14137842>.
- Yong, S., Huan, R., Poh, W., Osman, M., & Ng, D. (2023). Assessing the Factors Influencing Consumer Behaviour in E-Commerce Platforms. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*. <https://doi.org/10.11594/ijmaber.04.10.25>
- Zhao, J., Xue, F., Khan, S., & Khatib, S. (2021). Consumer behaviour analysis for business development. *Aggression and Violent Behavior*, 101591. <https://doi.org/10.1016/J.AVB.2021.101591>.