

Volume 9 Nomor 3 Desember 2024

E-ISSN 2541-0938 P-ISSN 2657-1528

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI  
**JURKAMI**

**JURKAMI**

**VOLUME 9  
NOMOR 3**

**SINTANG  
DESEMBER  
2024**

**DOI  
10.31932**

**E-ISSN  
2541-0938  
P-ISSN  
2657-1528**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI DESA KUBU KABUPATEN KUBU RAYA**

Susilawati Hendriyani<sup>✉</sup>, Junaidi H. Matsum<sup>2</sup>, Maria Ulfah<sup>3</sup>, Nuraini Asriati<sup>4</sup>, Husni Syahrudin<sup>5</sup>

Program Studi Magister Pendidikan Ekonomi, Universitas Tanjungpura, Indonesia<sup>12345</sup>

✉Corresponding Author Email: [susilawatihendriyani@gmail.com](mailto:susilawatihendriyani@gmail.com)

Author Email : [susilawatihendriyani@gmail.com](mailto:susilawatihendriyani@gmail.com)

**Article History:**

Received: September 2024

Revision: November 2024

Accepted: November 2024

Published: December 2024

**Keywords:**

Consumptive Behavior,  
Financial,  
Literacy,  
Social Media.

**Abstract:**

Consumptive behavior is characterized by an individual's tendency to spend money on shopping, both offline and online, without considering the priority scale. In this case, financial literacy has a role to play in avoiding consumer behavior and encouraging wiser use of social media. The objectives of this research: 1) The influence of financial literacy on adolescent consumer behavior in Kubu Village, Kubu Raya Regency. 2) The Influence of Social Media on Teenage Consumer Behavior in Kubu Village, Kubu Raya Regency. 3) The Simultaneous Influence of Financial Literacy and Social Media on Teenage Consumptive Behavior in Kubu Village, Kubu Raya Regency. The research method is quantitative. The sample consisted of 200 teenagers. Data collection techniques used questionnaires. Data were analyzed using multiple linear regression. The research results show: 1) The influence of financial literacy on adolescent consumer behavior in Kubu Village, Kubu Raya Regency with a sig value of  $0.000 < 0.05$ . 2) The influence of social media on adolescent consumer behavior in Kubu Village, Kubu Raya Regency with a sig value of  $0.000 < 0.05$ . 3) Simultaneous Influence of Financial Literacy and Social Media on Adolescent Consumptive Behavior in Kubu Village, Kubu Raya Regency with a sig value of  $0.000 < 0.05$ .

**Abstrak:**

Perilaku konsumtif yang ditandai dengan kecenderungan individu dalam menghabiskan uang untuk berbelanja, baik secara offline maupun online, tanpa mempertimbangkan skala prioritas. Dalam hal ini, literasi keuangan memiliki peran untuk menghindari perilaku konsumtif dan mendorong penggunaan media sosial dengan lebih bijak. Tujuan dari penelitian ini :1) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya. 2) Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya. 3) Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial Secara Simultan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya. Metode penelitian adalah kuantitatif. Sampel berjumlah 200 remaja, teknik pengumpulan data menggunakan angket. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan: 1) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya dengan diperoleh nilai sig  $0,000 < 0,05$ . 2) Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya dengan diperoleh nilai sig  $0,000 < 0,05$ . 3) Pengaruh Literasi Keuangan Dan Media Sosial Secara Simultan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya dengan diperoleh nilai sig  $0,000 < 0,05$ .

**Sejarah Artikel**

Diterima: September 2024

Direvisi: November 2024

Disetujui: November 2024

Diterbitkan: Desember 2024

**Kata kunci:**

Perilaku Konsumtif,  
Literasi,  
Keuangan,  
Media Sosial.



*How to Cite:* Susilawati Hendriyani, Junaidi H. Matsum, Maria Ulfah, Nuraini Asriati, Husni Syahrudin. 2024. *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 9 (3) DOI : 10.31932/jpe.v9i3.3871



## PENDAHULUAN

*Homo economic* diartikan sebagai makhluk ekonomi, hal ini berhubungan dengan manusia yang selalu melakukan kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan merupakan sesuatu yang hendak dipenuhi yang dapat diukur berdasarkan skala prioritasnya, kebutuhan dibedakan menjadi tiga tingkatan yaitu; kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya manusia melakukan kegiatan konsumsi, dengan adanya perkembangan yang semakin modern dan teknologi yang semakin berkembang begitu pesat kehidupan manusia yang dinamis, membuat kegiatan konsumsi sering kali didorong oleh motif tertentu untuk mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhannya. Individu saat ini menjadi sangat konsumtif terhadap apapun yang dilihatnya tanpa memandang mana yang menjadi kebutuhan atau keinginan. Pola perilaku konsumsi saat ini juga bergeser, dari sekedar untuk pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder dan tersier, bahkan kebutuhan komplementer dan cenderung bersikap konsumtif.

Menurut (Anggraini, 2019) Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan tindakan seseorang untuk mengkonsumsi atau menghabiskan uang untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan, dimana lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan perilaku konsumtif cenderung mengarah pada berbelanja, karena belanja dapat menjadi sebuah alternatif untuk dijadikan sebagai pelampiasan penat maupun stress akibat

dari aktivitas sehari-hari. Pergeseran perilaku konsumen tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tetapi untuk menemukan barang yang baik dan bernilai untuk dirinya serta memberikan pengetahuan baru tentang perkembangan trend dan model baru, hal ini terjadi karena disebabkan salah satu faktor yaitu dampak dari perkembangan zaman yang serba digital sehingga memudahkan seseorang untuk berbelanja kapan dan dimana saja dan juga disebabkan masih terdapat individu tidak paham mengelola keuangannya. Dari sisi makro ekonomi, pengetahuan dan keterampilan diperlukan oleh setiap individu agar mampu memiliki pengetahuan bagaimana cara mengelola keuangannya dengan baik, oleh karena itu diperlukanlah pemahaman terhadap literasi keuangan.

Berdasarkan hasil pra riset awal bersama 30 para remaja desa kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya bahwa belum sepenuhnya memahami literasi keuangan dan tujuan dari literasi keuangan. Hal ini sejalan dengan Survei Nasional Literasi OJK Survei Nasional Literasi OJK tahun 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan Indonesia sebesar 49,68%, Hal tersebut menunjukkan bahwa hampir setengah penduduk Indonesia belum memiliki pemahaman mengenai konsep keuangan dengan baik. Pemahaman keuangan yang baik penting dimiliki oleh setiap orang terutama remaja agar dapat mengelola keuangannya dengan baik sehingga terhindar dari perilaku konsumtif.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Yunita *et al.*, 2019) menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam berbelanja online bagi generasi milenial, sehingga dapat



dikatakan semakin tinggi literasi keuangan yaitu pengetahuan keuangan dan kemampuan seseorang dalam mengimplementasikan aspek-aspek keuangan yang salah satunya adalah pengetahuan dasar keuangan mencakup pengeluaran, asset, hutang dan resiko maka akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif. dan penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan (OJK, 2021) menyatakan bahwa, literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif karena individu yang memiliki literasi keuangan yang baik maka akan berdampak pada perilaku konsumtif, oleh karena itu literasi keuangan sangat penting karena tingkat literasi keuangan masyarakat memiliki korelasi positif dengan pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangan yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan perekonomian secara menyeluruh.

Perilaku konsumtif sangat dikaitkan dengan berbelanja yang berlebihan, terlebih saat ini dengan masifnya penggunaan internet semakin dapat memudahkan konsumen untuk mengakses berbagai platform digital untuk berbelanja. Di era digital, semua bisa dilakukan hanya melalui handphone, tanpa perlu adanya tatap muka antara penjual dan pembeli. Dalam kehidupan banyak masyarakat sudah mengenal media sosial seperti Facebook, Instagram Tik Tok, Shopee dan Lazada. Di media sosial para penjual mengiklankan produknya semenarik mungkin agar konsumen disemua kalangan merasa tertarik untuk membelinya. Kehadiran teknologi yang semakin maju mempengaruhi perkembangan tempat dan infrastruktur, sehingga berbelanja menjadi semakin menarik dan mudah di

temukan. Barang yang di tawarkan tidak hanya barang yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen, tetapi juga produk yang dapat memuaskan kenikmatan konsumen. Ini dapat memicu peningkatan konsumsi masyarakat dari waktu ke waktu.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada bulan Mei 2023, penetrasi penggunaan internet di Indonesia mencapai 78,19% atau terdapat sekitar 215 juta pengguna. APJII juga menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mayoritas berada pada rentang usia 15-19 tahun dengan persentase pengguna di kelompok tersebut sebesar 91,00%.

Berdasarkan hasil data penduduk di pertengahan tahun 2023, Indonesia didominasi oleh remaja generasi Z sebanyak 22%. Hal ini menunjukkan bahwa remaja khususnya generasi Z merupakan konsumen potensial dalam pasar digital, motif remaja dalam mengakses internet bermacam-macam, salah satunya yaitu berbelanja online. Hasil riset Kredivo dan Katadata Insight Center mengatakan konsumen Generasi Z dan Milenial berkontribusi transaksi e-commerce pada tahun 2022. Rinciannya yaitu 46,2% disumbang oleh konsumen usia 26-35 tahun, 23,2% disumbang oleh konsumen usia 18-25 tahun, 23,5% oleh usia 36-45 tahun, 6,3% oleh usia 46-55 tahun, dan 0,8% oleh usia di atas 56 tahun. Berdasarkan hasil riset tersebut, remaja menempati urutan ketiga terbanyak sebagai pelaku pembelanja online dibanding rentang usia lainnya.

Menurut World Health Organization (WHO) remaja adalah seseorang berusia 12 – 24 tahun yang belum menikah, dimana pada usia ini merupakan masa transisi dari anak-anak ke dewasa dan pencarian jati diri, remaja mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, ia mencari dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal, hal tersebut



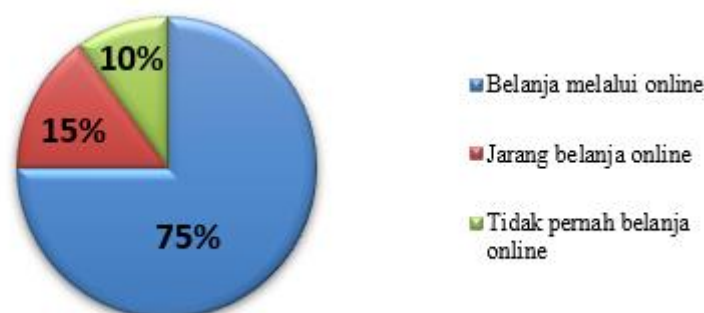
menyebabkan para remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif. Di Indonesia berbagai studi pada kesehatan reproduksi remaja mendefinisikan remaja sebagai orang muda berusia 15-24 tahun. Sedangkan menurut Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) remaja berusia 10-24 tahun.

Remaja yang hidup di zaman sekarang dihadapkan pada penawaran barang yang ditawarkan melalui media sosial. Media sosial sangat gencar menawarkan produk-produk dengan diskon yang menggiurkan ditambah dengan kuatnya pengaruh influencer, menyebabkan mereka memiliki kebiasaan berbelanja sehingga rentan terjerumus ke dalam perilaku konsumtif. Banyak remaja menggunakan uang saku mereka untuk membeli sesuatu tanpa pertimbangan yang matang dan bahkan membeli barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan.

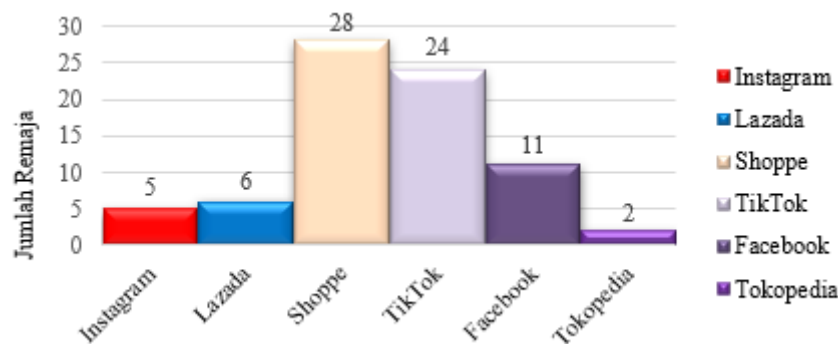
Desa Kubu menjadi daerah transit bagi kendaraan sungai yang melintas untuk ke daerah Kayong, Batu ampar, Ketapang, Telok Batang dan Padang

Tikar. Perjalanan ke desa Kubu dapat ditempuh melalui jalur sungai dan jalur darat. Jarak tempuh melalui jalur sungai kurang lebih 2 jam perjalanan dari Desa Rasau Jaya, sedangkan melalui jalur darat kurang lebih 3 jam dari Pontianak dengan jarak tempuh kurang lebih 70 Km. Desa Kubu juga sama dengan daerah lain jaringan internet dapat di nikmati oleh masyarakat sekitar. Dengan kemajuan teknologi kini masyarakat di Desa Kubu dapat berbelanja secara online dengan menggunakan jaringan internet pada media sosial seperti FaceBook, Instagram, Tik Tok, Shopee dan Lazada, TokoPedia. Karena di desa Kubu tidak ada pasar khusus untuk memenuhi kebutuhan seperti sandang dan kebutuhan sekunder lainnya. Sebelum ada penjualan secara Online masyarakat di desa Kubu harus ke desa Rasau Jaya atau ke Kota Pontianak untuk berbelanja. Dengan adanya penjualan secara online dapat meringankan ongkos transport yang harusnya mereka keluarkan. Belanja secara online mempunyai dampak positif dan negatif yaitu membuat belanja tidak berdasarkan kebutuhan tetapi berdasarkan keinginan khususnya bagi para remaja yang ada di desa Kubu.

Dari hasil pra riset dengan 30 orang remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya sebagai berikut:



**Gambar 1.**  
**Persentase Remaja yang berbelanja Online**  
Sumber: Pra-Riset, (2023)



**Gambar 2.**  
**Media Sosial yang biasa digunakan untuk berbelanja**

Sumber: Pra-Riset, (2023)

Berdasarkan data hasil pra-riiset dengan 30 remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya, 75 % para remaja belanja melalui Online, 15 % para remaja jarang belanja online, 10 % para remaja tidak pernah belanja Online. Sedangkan media sosial sebesar 28 % remaja berbelanja di Shopee, 24% berbelanja di TikTok, 5% di Instagram, 6 % di Lazada, 11 % di FaceBook, dan 2% Di Toko Pedia untuk berbelanja online dengan menggunakan handphone. Alasan mengapa remaja lebih banyak menggunakan shopee untuk berbelanja adalah karena lebih gampang dan lebih banyak kurir shopee yang langsung mengantar barang langsung ke desa kubu dibandingkan media sosial lainnya. Kemudian yang paling sedikit digunakan adalah Lazada karena barang tidak langsung datang ke desa kubu tetapi hanya sampai ke kecamatan tidak langsung di antar ke desa kubu sehingga kurang diminati.

Berdasarkan hasil pra-riiset menunjukkan bahwa, media sosial dapat mempengaruhi pola konsumsi seseorang, yang mana terlihat seseorang mampu menghabiskan waktunya untuk

menggunakan internet dan lebih senang berbelanja online melalui media sosial tanpa mampu membedakan keinginan dan kebutuhan, karena lebih mengutamakan keinginan dan kesenangan, tindakan ini akan meningkatkan konsumsi yang berlebihan sehingga cenderung berperilaku konsumtif. Sejalan dengan pendapat (Tripambudi & Indrawati, 2020) Remaja yang hidup di zaman sekarang dihadapkan pada penawaran barang yang ditawarkan melalui media, remaja yang menghabiskan waktunya untuk mengakses internet akan berdampak pada lebih sedikit waktu belajar yang dihasilkan. Studi menunjukkan bahwa remaja sering menghabiskan waktunya untuk melihat produk barang secara online dan sering membeli barang secara online, hal ini jika terjadi secara terus menerus akan berdampak pada perilaku konsumtif.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Fransisca & Erdiansyah, 2020) mengatakan bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif adalah intensitas perbincangan yang dilakukan pada media sosial begitu tinggi sehingga dapat menyebabkan seseorang tidak bisa mengatur waktu, mengatur dalam penggunaan data dan

keinginannya yang berujung pada perilaku konsumtif dan penelitian ini mendukung teori menurut (Abu Daqar *et al.*, 2020) menyatakan bahwa, melalui media sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, karena media sosial berkaitan dengan aktivitas yang kompleks dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan efektif. Ketergantungan manusia terhadap media sosial mendorong berbagai pihak untuk memanfaatkannya sebagai media bisnis dan dapat mendorong perilaku konsumtif pada setiap individu, karena media sosial dapat menjadi jaringan untuk berkomunikasi, berinteraksi, berbelanja dan berpartisipasi dimana dan kapan saja tanpa batas waktu.

Literasi keuangan dan media sosial secara bersama-sama dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, jika seseorang memiliki literasi keuangan yang baik dan berkualitas maka tentu seseorang dapat mengelola keuangannya dengan bijak sehingga tidak terjadilah perilaku konsumtif, tetapi sebaliknya jika tingkat literasi keuangan seseorang rendah dan tidak mampu mengelola keuangannya dengan baik dan bijak maka seseorang akan terjerumus dan tidak mampu membentengi dirinya sendiri sehingga muncullah perilaku konsumtif. Begitupun halnya yang terjadi pada media sosial juga dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif pada seseorang karena berbagai platform-platform digital yang ditawarkan sehingga seseorang dengan mudah untuk berbelanja menggunakan uangnya sehingga tanpa disadari hal ini akan membentuk perilaku konsumtif, literasi keuangan dan media sosial pada kalangan remaja memang dapat

mempengaruhi perilaku konsumtif dimana di era saat ini semua kalangan termasuk remaja sangat senang menggunakan media sosial apalagi terhadap berbelanja online tanpa disadari perilaku konsumtif akan terjadi sehingga perlu juga literasi keuangan ini di sampaikan dan dipelajari oleh remaja agar bijak dalam mengelola keuangannya dan juga bijak dalam menggunakan media sosial. dan didukung pendapat yang dikemukakan (Susanti & Rikah, 2020) menyatakan bahwa, tingkat literasi keuangan yang rendah terjadi pada generasi milenial dipengaruhi karena terpengaruh pada keinginan untuk berperilaku konsumtif dalam penggunaan media sosial, walaupun sebenarnya barang yang dibeli bukanlah kebutuhan yang penting untuk kehidupan sehari-hari, sehingga seseorang yang dikatakan melek finansial lebih mampu mengontrol diri dalam situasi apapun terutama pada saat menggunakan media sosial tidak akan terpengaruh dengan barang yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang di atas mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian bentuk penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menguji seluruh teori yang ditentukan dengan meneliti hubungan antara variabel penelitian (Yusuf, 2021) dan penelitian ini menggunakan pendekatan kausal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui angket atau kuesioner dan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi (Samsu, 2017). Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau



kuesioner dan dokumentasi untuk mengumpulkan bukti dokumentasi di lapangan, Angket atau kuesioner pada penelitian ini menggunakan Skala Likert. Penelitian ini menggunakan analisis data yaitu analisis deskriptif. Menurut (Sinambela, 2014) menyatakan bahwa, analisis deskriptif adalah suatu analisis penelitian yang mendeskripsikan tentang suatu fenomena atau kenyataan sosial yang di amati dari variabel penelitian.

Uji Asumsi Klasik dalam penelitian ini terdiri dari Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas. Menurut (Nuryadi et al., 2017) menyatakan bahwa, Uji Normalitas adalah sebuah tahap yang digunakan untuk mengetahui data yang berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Kemudian uji linearitas, Pengujian ini mengasumsikan apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat yang terletak pada garis lurus atau tidak (Syarifuddin, 2022), dilanjutkan dengan heteroskedastisitas, menurut (Widana & Muliani, 2020) menyatakan bahwa, jika glejser membentuk pola tertentu, hal itu menunjukkan masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk.

Terakhir Uji multikolinearitas dapat dilakukan melihat nilai TOL dan VIF. Jika nilai VIF tidak lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinier. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas (Widana & Muliani, 2020). Analisis dalam penelitian dilakukan untuk menguji hipotesis.

Menurut (Darwin et al., 2021) Uji hipotesis adalah salah satu dari ilmu statistika inferensial yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik sebuah kesimpulan apakah diterima atau ditolak. Selain itu analisis data dilakukan dengan menggunakan Regresi Linear Berganda.

Menurut (Syarifuddin, 2022) Regresi linear berganda adalah suatu model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Apabila terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka regresi tersebut dinamakan regresi linear sederhana. Pada penelitian ini, uji regresi linear berganda digunakan untuk menjawab sub masalah ketiga. Perhitungan analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan SPSS.23.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil jawaban responden setelah dilakukan perhitungan data menggunakan uji regresi. Sebelum melakukan uji regresi maka uji asumsi klasik perlu dilakukan. Uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov didapat nilai Sig sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05 dan dinyatakan data berdistribusi normal. Uji linieritas diperoleh nilai Sig deviation from linearity 0,168 dan 0,669 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga data dinyatakan memiliki hubungan linier. Uji Heteroskedastisitas diperoleh nilai sebesar 0,052 dan 0,006 maka terdapat potensi masalah Heteroskedastisitas. Uji Multikolinearitas dilihat dari nilai VIF sebesar 1,273 dan 1,273 atau berada di rentan 1-10 maka dinyatakan bebas dari masalah Multikolinearitas. Uji selanjutnya adalah uji T dan uji regresi disajikan sebagai berikut:

**Tabel 1: Uji T**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	48.151	7.946		6.059	.000
	Literasi Keuangan	-.670	.070	-.478	-9.602	.000
	Media Sosial	1.150	.065	.883	17.739	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data olahan 2024.

**Tabel 6 Uji Regresi Linear Berganda**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45759,037	2	22879,518	158,566	.000 <sup>b</sup>
	Residual	28425,158	197	144,290		
	Total	74184,195	199			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Literasi Keuangan

Sumber: data olahan 2024.

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya**

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 23 diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $-9.602 < 1.972 t_{tabel}$  dan nilai  $sig$   $0,000 < 0,05$ , Nilai  $t_{hitung}$  bernilai negatif menandakan bahwa apabila literasi keuangan semakin meningkat maka perilaku konsumtif akan semakin menurun, dan begitu pula sebaliknya dan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dalam penelitian ini diketahui bahwa literasi keuangan terhadap

perilaku konsumtif remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya memiliki pengaruh negatif dan signifikan yang berarti bahwa remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya sudah memahami ilmu literasi keuangan sehingga mereka dapat berpikir secara rasional untuk tidak berperilaku konsumtif.

Berdasarkan respon remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya pada 5 indikator literasi keuangan yang digunakan paling tinggi yaitu indikator penggunaan uang dan bertransaksi dengan kategori tinggi, artinya remaja sudah dapat menentukan tujuan uang dan tujuan dalam bertransaksi



sehingga dapat menurunkan perilaku konsumtif, namun dari ke 5 indikator yang terdiri dari; Uang dan Transaksi, Perencanaan dan Pengelolaan, Resiko dan Keuntungan, Lanskap Keuangan, dan Investasi. Indikator investasi yang paling rendah remaja belum terlalu paham terkait investasi jangka pendek maupun jangka panjang namun masih dalam kategori tinggi sehingga sudah mengenal investasi. Penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan (Kuchciak & Wiktorowicz, 2021) menyatakan bahwa Literasi keuangan merupakan program dari satuan pendidikan untuk mengelola keuangan melalui seperangkat pengetahuan yang dapat meningkatkan keterampilan individu dalam mengambil keputusan menggunakan uang agar lebih efektif melalui berbagai sumber yang tersedia sehingga tidak terjadinya perilaku konsumtif pada setiap individu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Mawo & Thomas, 2017) menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan berpengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam berbelanja online bagi generasi milenial, sehingga dapat dikatakan semakin tinggi literasi keuangan yaitu pengetahuan keuangan dan kemampuan seseorang dalam mengimplementasikan aspek-aspek keuangan yang salah satunya adalah pengetahuan dasar keuangan mencakup pengeluaran, *asset*, hutang dan resiko maka akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Bukhari *et al.*, 2022) menyatakan bahwa, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitiannya adalah bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dikarenakan mahasiswa tersebut sudah memahami ilmu literasi keuangan maka mereka akan berpikir secara rasional untuk berperilaku konsumtif.

Serta sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Qurotaa'yun & Astrie, 2019) literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif. Nilai *t* hitung bernilai negatif menandakan bahwa apabila literasi keuangan semakin meningkat maka perilaku konsumtif akan semakin menurun, dan begitu pula sebaliknya. Sejalan dengan penelitian Yuniarti *et al* (2023) bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup.

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya**

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 23 diperoleh *t*<sub>hitung</sub> sebesar 17.739 > 1.972 *t*<sub>tabel</sub> dan nilai sig 0,018 < 0,05, maka disimpulkan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Artinya nilai *t* positif menunjukkan bahwa semakin meningkat penggunaan media sosial maka perilaku konsumtif akan semakin meningkat. Dalam penelitian ini media sosial berdampak positif terhadap perilaku konsumtif yang artinya remaja di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya dapat terpengaruh untuk berperilaku konsumtif melalui media sosial yang mereka gunakan tidak dipungkiri bahwa peneliti melihat gaya hidup remaja di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya cukup mewah, ini terbukti dari mereka yang lebih mengikuti mode atau trend gaya anak muda zaman sekarang yang terpengaruh dari media



sosial seperti Instagram, Facebook dan media sosial lainnya. Tetapi dengan variabel literasi keuangan remaja di desa kubu kecamatan kubu kabupaten kubu raya juga paham bawasanya dengan mengatur keuangan yang baik maka mereka juga akan terbebas dari sifat boros dan bisa lebih menabung untuk menghindari dari perilaku yang konsumtif.

Berdasarkan respon remaja di Desa Kubu Kabupaten Kubu Raya pada 5 indikator media sosial yang terdiri dari; Aplikasi, Durasi, Manfaat, Komunikasi dan Efek. Indikator digunakan paling tinggi yaitu indikator komunikasi dengan kategori tinggi yang artinya melalui media sosial dapat berkomunikasi secara luas hal ini juga dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif karena mendapatkan penawaran-penawaran menarik melalui komunikasi di media sosial. Namun indikator paling rendah adalah efek dengan kategori sedang efek yang dimaksud adalah melalui media sosial dapat berefek untuk menghilangkan kepenatan dengan melihat plafrom-plafrom belanja online, menghilangkan stres dll.

Penelitian ini mendukung pendapat (Abu Daqar et al., 2020) menyatakan bahwa, melalui media sosial, aktivitas yang kompleks dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan efektif. Ketergantungan manusia terhadap media sosial mendorong berbagai pihak untuk memanfaatkannya sebagai media bisnis dan dapat mendorong perilaku konsumtif pada setiap individu, karena media sosial dapat menjadi jaringan untuk berkomunikasi, berinteraksi, berbelanja dan berpartisipasi dimana dan kapan saja tanpa batas waktu. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Fransisca and Erdiansyah 2020) mengatakan bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap

perilaku konsumtif adalah intensitas perbincangan yang dilakukan pada media sosial begitu tinggi sehingga dapat menyebabkan seseorang tidak bisa mengatur waktu, mengatur dalam penggunaan data dan keinginannya yang berujung pada perilaku konsumtif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Abdullah & Suja'i, 2022) yang menunjukkan hasil bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian tersebut mendapatkan bahwa intensitas perbincangan yang dilakukan di media sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Jadi, semakin tinggi intensitas perbincangan pada media sosial maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

### **Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial Secara Simultan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya**

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 23, diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar  $158.566 > 3.04 F_{(tabel)}$ , dan nilai  $sig < 0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa koefisien literasi keuangan dan media sosial secara simultan signifikan terhadap perilaku konsumtif, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Selanjutnya kontribusi  $R^2$  ( $R$  Square) sebesar 0,613 yang berarti bahwa literasi digital dan motivasi berprestasi secara simultan mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 61,3 % sedangkan 38,7 % lainnya ditentukan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. analisis ini juga sejalan dan mendukung teori para ahli yang menunjukkan bahwa literasi keuangan dan media sosial secara simultan



dapat mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan. Dalam penelitian ini literasi keuangan dan media sosial berdampak positif terhadap perilaku konsumtif yang artinya remaja di desa kubu kecamatan kubu kabupaten kubu raya berperilaku konsumtif dipengaruhi secara bersama-sama oleh literasi keuangan dan media sosial. tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial pada saat ini berkembang secara pesat jika tidak dibentengi dengan pemahaman literasi keuangan maka seseorang akan terjerumus kepada perilaku yang konsumtif.

Berdasarkan respon remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya pada 5 indikator perilaku konsumtif yang terdiri dari; Perilaku Konsumtif, Pemborosan, Mencari Kesenangan, Kekuatan, dan Kegairahan. Indikator digunakan paling tinggi yaitu pembelian impulsif dengan kategori tinggi pembelian impulsif yang dilakukan oleh remaja di Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya adalah semata-mata hanya didasarkan pada keinginan sesaat, tanpa adanya perencanaan dan pertimbangan yang matang, namun pada 5 indikator ini paling rendah adalah mencari kesenangan dengan kategori sedang dimana remaja Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya tidak terlalu menganggap pembelian impulsif untuk mencari kesenangan, karena pada dasarnya literasi keuangan sudah ada pada diri remaja Desa Kubu Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya jadi tidak terjadi pemborosan, dan tidak terlalu memikirkan media sosial untuk mencari kesenangan.

Penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan (Susanti & Rikah, 2020) menyatakan bahwa, tingkat literasi keuangan yang rendah terjadi pada generasi milenial dipengaruhi karena terpengaruh

pada keinginan untuk berperilaku konsumtif dalam penggunaan media sosial, walaupun sebenarnya barang yang dibeli bukanlah kebutuhan yang penting untuk kehidupan sehari-hari, sehingga seseorang yang dikatakan melek finansial lebih mampu mengontrol diri dalam situasi apapun terutama pada saat menggunakan media sosial tidak akan terpengaruh dengan barang yang ditawarkan. Penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan (Gunawan et al., 2021) menekankan hubungan yang substansial antara tingkat literasi keuangan dan kemampuan individu dalam mengatur keuangan mereka. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan keputusan keuangan, dengan individu yang memiliki tingkat literasi yang lebih tinggi cenderung membuat keputusan keuangan yang lebih bijaksana dan efektif.

Selain itu, posisi sosio-ekonomi orang tua, yang mencakup pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan status sosial, juga dapat memberikan dampak signifikan terhadap manajemen keuangan keluarga. Faktor-faktor ini menjadi pertimbangan penting dalam memahami dinamika perilaku konsumtif keuangan dan menyoroti pentingnya pendekatan yang holistik dalam memahami perilaku keuangan individu. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Asrun & Ade, 2024) menunjukkan bahwa hasil penelitian adanya hubungan penggunaan media sosial, literasi keuangan, perilaku konsumtif. Motivasi pada diri sendiri untuk mengatur keputusan keuangan mereka dipengaruhi positif dari informasi yang akurat dan dapat diandalkan oleh mereka melalui media sosial. Sebaliknya, kurangnya literasi keuangan di kalangan generasi Z, yang ditambah dengan keterbatasan penggunaan media sosial,



dapat meningkatkan kecenderungan berbelanja mereka. Oleh karena itu, media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi keuangan generasi Z dan membentuk pola pengeluaran mereka.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, maka secara umum dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut; Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif terdapat hasil penelitian yaitu remaja sudah dapat menentukan tujuan uang dan tujuan dalam bertransaksi sehingga dapat menurunkan perilaku konsumtif. Namun terdapat indikator investasi yang paling rendah, artinya remaja belum terlalu paham terkait investasi jangka pendek maupun jangka panjang namun masih dalam kategori tinggi sehingga remaja sudah mengenal tentang investasi. Terdapat pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif terdapat hasil melalui media sosial remaja dapat berkomunikasi secara luas hal ini juga dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif karena mendapatkan penawaran-penawaran menarik melalui komunikasi di media sosial. Namun indikator paling rendah adalah efek dengan kategori sedang, efek yang dimaksud adalah melalui media sosial dapat berefek untuk menghilangkan kepenatan dengan melihat platform-platform belanja online, menghilangkan stres dan lain-lain. Terdapat pengaruh literasi keuangan dan media sosial secara simultan terhadap perilaku konsumtif terdapat hasil tingkat literasi keuangan pada peserta didik sudah baik sehingga tingkat perilaku konsumtif mengalami penurunan, namun tingkat penggunaan media sosial cukup tinggi dan berpengaruh terhadap perilaku

konsumtif. Hal ini perlu di waspadai bagi remaja, orang tua, desa, dan pemerintah. Untuk remaja supaya giat lagi literasi keuangan sehingga dapat membentengi diri dari perilaku konsumtif. Untuk orang tua, desa, dan pemerintah saling bekerjasama memberikan pengetahuan dan program-program yang berhubungan dengan literasi keuangan dan bijak dalam menggunakan media sosial sehingga dapat mencegah terjadinya perilaku konsumtif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72-84.
- Abu Daqar, M. A. M., Arqawi, S., & Karsh, S. A. (2020). Fintech in the eyes of Millennials and Generation Z (the financial behavior and Fintech perception). *Banks and Bank Systems*, 15(3), 20–28. [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(3\).2020.03](https://doi.org/10.21511/bbs.15(3).2020.03).
- Anggraini, I. (2019). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Asrun, N. A., & Gunawan, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 5(1), 173-186.
- Bukhari, E., Prasetyo, E. T., & Rahma, S. U. U. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 49-56.



- Darwin, Muhammad, Marianne Reynelda Mamondol, S. A. S. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>.
- Gunawan, A., & Carissa, A. F. (2021). The Effect Of Financial Literature And Lifestyle On Student Consumption Behavior (Student Case Study Department Of Management Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*1(1), 79–86. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v1i1.26>
- Kuchciak, I., & Wiktorowicz, J. (2021). Empowering Financial Education by Banks—Social Media as a Modern Channel. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/jrfm14030118>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku ajar dasar-dasar statistik penelitian*. Jakarta : Gramedia Pusaka Utama.
- OJK. (2021). *Otoritas Jasa Keuangan. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025*. Jakarta: OJK 2021.
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota bandung. *JAF (Journal of Accounting and Finance)*, 3(1), 46-53.
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development*. Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Susanti, A., & Rikah. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Generasi Milenial. 35(9), 178–184.
- Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda dengan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>.
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. Jawa Timur: Klik Media.
- Yuliarti, V., Syahrudin, H., Syamsuri, S., Ulfah, M., & Kuswanti, H. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Sma Kemala Bhayangkari Kubu Raya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 584-593.
- Yunita, I., Lubis, F. A., & Aslami, N. (2023). Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 3(2), 332-341.
- Yusuf, A. M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

