
Pengaruh Intensitas Pemanfaatan *E-Commerce* Dan Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang

Mona Afiffah Fauziyah¹, Sri Handayani²

^{1,2}Economic Education Program, Faculty of Economic, Universitas Negeri Malang, Indonesia
mona.affifah@gmail.com, sri.handayani.fe@um.ac.id

Abstract

The level of consumption is how extent the level of consumption is carried out by students. It is because there is a convenience in doing consumption through the famous shopping application that commonly known as Shopee. In this study, the level of consumption is affected by two factors, they are e-commerce utilization intensity as well as the level of economic literacy. The aims of this study are 1) to know the effect of e-commerce utilization intensity on the level of student's consumption in SMA Negeri 4 Malang 2) to know whether there is an effect of the level of economic literacy on the level of students' consumption in SMA Negeri 4 Malang 3) to know whether there is an effect of e-commerce utilization intensity and the level of economic literacy on the level of students' consumption in SMA Negeri 4 Malang. The populations of this conducted study were all students of class X IPS SMAN 4 Malang that consist of 103 students, whereas only took samples of 82 students. The type of this present research is explanatory research in which using multiple linear regression analysis techniques. The results of this study were that e-commerce utilization intensity had a significant effect on the consumption levels of 38.67%. It is because in the industrial revolution 4.0 era, teenagers want to be fast, easy and practical in fulfilling their needs. The level of economic literacy had a significant effect on the consumption levels of 5.80%. Moreover, in the industrial revolution 4.0 era, teenager in fulfilling their needs no longer apply the economic literacy, because e-commerce has provided more convenience in fulfilling the people's needs. Especially for class X students who were still in basic level understanding of economics, so that they had not been able to apply economic literacy that is included in everyday life.

Keyword: E-commerce utilization intensity, the level of economic literacy, the level of consumption

Received : (23-01-2019),

Accepted : (20-02-2020),

Publised : (24-03-2020)

Citation:

Fauziyah, MA & Handayani, S (2020). Pengaruh Intensitas Pemanfaatan E-Commerce Dan Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 76-83

© Universitas Negeri Malang

PENDAHULUAN

Setiap siswa mempunyai tingkat konsumsi yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut terjadi karena kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap siswa berbeda. Ada yang mempunyai tingkat konsumsi yang tinggi ada pula yang tingkat konsumsinya rendah. Hal tersebut terjadi karena siswa dalam melakukan tindakan konsumsi berdasarkan dengan pendapatan yang mereka miliki. Pendapatan yang diperoleh oleh siswa berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua. Siswa yang berasal dari keluarga menengah keatas cenderung mendapatkan uang saku yang besar. Seperti yang dijelaskan oleh Sipunga & Muhammad (2014) bahwa status sosial ekonomi atau pendapatan orang tua dan kelas sosial dalam keluarga sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli pada remaja.

Dengan mendapatkan uang saku yang besar kesempatan untuk membelanjakan uang saku yang diperoleh dari orang tua semakin besar yang dapat mengakibatkan tingkat konsumsi siswa menjadi tinggi. Remaja yang masih berstatus pelajar cenderung konsumtif hal tersebut terjadi karena siswa zaman sekarang sangat mengikuti trend/mode, jadi siswa dalam melakukan tindakan konsumsi bukan untuk memenuhi kebutuhan saja namun untuk memenuhi keinginan. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dijelaskan oleh Wulandari, dkk. (2016) bahwa masa remaja cenderung berkonsumsi secara berlebihan atau berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif terjadi karena siswa zaman sekarang mengikuti trend saat ini. Remaja tersebut berusia 15 tahun tidak lagi masuk dalam kategori generasi millennial namun merupakan kategori Generasi Z. Menurut Hellen Chou P Generasi Z merupakan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan yang besar pada dunia teknologi digital (Bahkti & Safitri, 2017). Berdasarkan apa yang dikemukakan oleh Hellen Chou P tersebut tidak mengherankan apabila seorang remaja telah terampil dalam menguasai teknologi. Generasi Z tumbuh ketika dunia teknologi sedang berkembang pesat yang merupakan pengaruh dari revolusi industri 4.0.

Revolusi industri 4.0 telah mempengaruhi berbagai bidang kehidupan manusia seperti dari segi teknologi, pendidikan, ekonomi, sosial maupun budaya. Karena semua itu bisa diakses dengan mudah melalui teknologi. Generasi Z merupakan remaja yang tidak bisa lepas dari *smartphone*, mereka mahir dalam menggunakan teknologi digital. Remaja tersebut dapat mengakses apapun dengan menggunakan *smartphone* yang mereka miliki. Dengan adanya kemudahan tersebut semua segi kehidupan remaja dipengaruhi oleh dunia luar. Hal tersebut bisa dilihat dari kehidupan sehari-hari yang dilakukan seperti dari segi berbicara, berbusana maupun bergaul. Selain itu juga dapat dilihat dari tindakan konsumsi yang dilakukan oleh remaja. Pada zaman sekarang dalam melakukan tindakan konsumsi remaja dalam hal ini adalah siswa tidaklah rasional karena apa yang mereka beli bukanlah barang-barang kebutuhan prioritas sebagai siswa sekolah.

Kondisi ideal sebagai seorang siswa dalam melakukan tindakan konsumsi seharusnya hanya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang di prioritaskan. Remaja yang masih berstatus pelajar mempunyai kebutuhan prioritas seperti buku tulis, bolpoin, pensil, penggaris dan alat-alat yang digunakan untuk proses belajar di sekolah namun sekarang siswa yang masuk dalam kategori Generasi Z kebutuhan yang di prioritaskan bukan hanya kebutuhan yang digunakan untuk sekolah namun mempunyai kebutuhan lain yang harus dipenuhi seperti paket internet, skincare, aksesoris, baju baru dan sepatu baru sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan tingkat konsumsi yang dilakukan menjadi tinggi karena dalam membeli kebutuhan primer serta sekunder tersebut melalui *e-commerce*. Remaja dalam melakukan tindakan konsumsi ingin serba mudah, cepat dan praktis oleh karena itu dalam melakukan konsumsi melalui pemanfaatan *e-commerce*.

Banyak aspek yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi siswa salah satunya adalah dampak dari revolusi industri 4.0 yang dikenal dengan nama *e-commerce*. *E-commerce*

merupakan platform aplikasi belanja yang memudahkan konsumen untuk membeli produk-produk kebutuhan. Dalam hal ini salah satu *e-commerce* yang paling sering digunakan adalah aplikasi belanja *shopee*. Lima (5) *e-commerce* yang paling sering dikunjungi oleh orang Indonesia adalah (1) Tokopedia, (2) *Shopee*, (3) Bukalapak, (4) Lazada, dan (5) JD.id (Sakina Rakhma Diah Setiawan, 2019). Dalam penelitian ini mengkhususkan penelitian pada aplikasi belanja *shopee* karena *shopee* banyak dikunjungi oleh konsumen remaja hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan oleh wijaya & Warnadi (2019) yang menjelaskan bahwa *shopee* merupakan salah satu situs *e-commerce* yang tengah mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan di kalangan konsumen remaja. Hal tersebut terjadi karena *shopee* memberikan penawaran yang menarik bagi penggunanya seperti promo gratis ongkir, banyak pilihan jasa pengiriman, menjual berbagai macam produk kebutuhan dengan banyak penjual serta banyak promo yang ditawarkan seperti cashback serta diskon 90%.

Selain *e-commerce* faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi siswa adalah tingkat literasi ekonomi. Di dalam pendidikan siswa mempelajari materi yang berguna untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas siswa mendapatkan salah satu pelajaran yang berhubungan dengan ekonomi yaitu mata pelajaran ekonomi. Pada mata pelajaran ekonomi tersebut siswa mempelajari mengenai teori-teori ekonomi yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya pelajaran ekonomi tersebut pengetahuan tingkat literasi ekonomi siswa semakin luas. Hal ini diperkuat oleh Mathews yang menjelaskan bahwa tingkat literasi ekonomi sebagai kemampuan individu untuk mengenali dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan (Sina, 2012). Sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Mathews tersebut siswa harus mempunyai tingkat literasi ekonomi yang bagus agar dalam menentukan kebutuhan sehari-hari yang berhubungan dengan ekonomi khususnya dalam melakukan konsumsi menjadi efektif dan efisien. Hal ini senada dengan Wulandari yang mengatakan bahwa tingkat literasi ekonomi adalah ketrampilan hidup (*life skill*) yang harus dimiliki oleh siapa saja untuk membuat keputusan ekonomi yang tepat (Stevani & Gumanti, 2019).

Berdasarkan riset awal yang dilakukan peneliti di SMA Negeri 4 Malang pada 10 (sepuluh) siswa kelas X IPS SMAN 4 Malang yang penulis temui mengatakan bahwa berbelanja menggunakan aplikasi *shopee* mudah dilakukan, mempermudah mencari produk yang susah dicari di toko offline, harganya lebih murah dan terjamin serta produk yang dijual mempunyai kualitas yang bagus. Penelitian ini dilakukan di SMAN 4 Malang karena pada sekolah tersebut siswa sangat mengikuti trend masa kini hal tersebut dapat dilihat dari segi berpakaian yang digunakan serta dapat dilihat melalui kegiatan di sosial media yang mereka miliki, uang saku yang dimiliki siswa berkisar antara Rp. 10.000 – Rp. 50.000 perhari dan status sosial ekonomi orang tua siswa SMAN 4 Malang yang sebagian besar masuk dalam kelas menengah keatas yang dibuktikan dengan pekerjaan orang tua siswa sebagai tentara, *make up artis*, guru, dosen, jaksa dan juga PNS.

Oleh karena itu, dengan berkembangnya dunia teknologi yang menciptakan perubahan begitu besar dalam kehidupan bahkan hal tersebut berdampak pada siswa yang siswa tersebut pada zaman sekarang masuk dalam kategori *Generasi Z* yang mahir akan dunia teknologi yang memiliki karakter dalam pemenuhan kebutuhan ingin serba mudah, praktis dan juga cepat. Dengan kemunculan *e-commerce* tersebut khususnya dalam plakat aplikasi belanja *shopee* yang sering digunakan oleh penggunanya untuk berbelanja produk-produk kebutuhan peneliti ingin mengetahui seberapa besar tingkat konsumsi siswa dengan *e-commerce* khususnya aplikasi belanja *shopee* tersebut. Selain itu dalam hal pendidikan di sekolah siswa mendapatkan pelajaran ekonomi yang menambah wawasan dan pengetahuan

siswa mengenai tingkat literasi ekonomi. Sebagai generasi Z seberapa besar pengaruh tingkat literasi ekonomi yang dimiliki siswa terhadap tingkat konsumsi mereka.

Berdasarkan uraian diatas dan fenomena yang ada, maka dipandang perlu adanya penelitian “Pengaruh Intensitas Pemanfaatan *E-commerce* dan Tingkat Literasi Ekonomi terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas pemanfaatan *e-commerce* terhadap tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang, mengetahui pengaruh tingkat literasi ekonomi terhadap tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang dan mengetahui pengaruh intensitas pemanfaatan *e-commerce* dan tingkat literasi ekonomi terhadap tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang.

METODE

Rancangan penelitian ini adalah rancangan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanasi dengan tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan ada tidaknya serta besaran pengaruh antar variabel. Variabel-variabel yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah intensitas pemanfaatan *e-commerce* (X_1), tingkat literasi ekonomi (X_2) dan tingkat konsumsi (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X IPS SMAN 4 Malang yang berjumlah 103 siswa yang terdiri dari 3 kelas. Diperoleh sampel sebanyak 82 siswa serta dalam pengambilan sampel tiap kelas menggunakan teknik *proportional random sampling*.

Pengumpulan data mengenai *e-commerce* dan tingkat konsumsi menggunakan angket serta pengumpulan data mengenai literasi ekonomi menggunakan tes. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program *SPSS 25 for windows*. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 (Hasil uji t) dan tabel 2 (hasil uji F) berikut ini.

Tabel 1 Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-6,831	3,290		-2,076	,041
	x1	,554	,076	,611	7,258	,000
	x2	,058	,023	,212	2,515	,014

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel 1 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel intensitas pemanfaatan *e-commerce* sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 serta nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,258 > 1,994$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak, sehingga intensitas pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang. Sedangkan nilai signifikansi variabel literasi ekonomi (X_2) sebesar 0,014 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 serta nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,515 > 1,994$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak, sehingga tingkat literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang.

Tabel 2 Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163,739	2	81,869	31,702	,000 ^b
	Residual	204,018	79	2,583		
	Total	367,756	81			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $31,702 > 3,111$ serta nilai sig. Sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak. Sehingga intensitas pemanfaatan *e-commerce* dan tingkat literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang. Besarnya pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y sebesar 38,67 hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel intensitas pemanfaatan *e-commerce* terhadap variabel tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang. Besarnya pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y sebesar 5,80 hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel tingkat literasi ekonomi terhadap variabel tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang. Jadi besarnya pengaruh variabel X_1, X_2 terhadap variabel Y adalah sebesar 44,4851% hal ini menunjukkan bahwa sisanya sebesar 55,5149% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Pengaruh Intensitas Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan terkait pengaruh intensitas pemanfaatan *e-commerce* terhadap tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang di dapat hasil bahwa intensitas pemanfaatan *e-commerce* terdapat hubungan dan berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang menyebabkan tingkat konsumsi siswa SMAN 4 Malang menjadi sangat tinggi adalah dengan adanya intensitas pemanfaatan *e-commerce* yang memberikan kemudahan dalam melakukan konsumsi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan primer seperti buku, pensil, serta alat-alat yang digunakan untuk sekolah dan membeli kebutuhan sekunder seperti baju, sepatu, skincare serta aksesoris. Selain itu remaja dalam hal ini adalah siswa suka belanja melalui *shopee* karena harga yang ditawarkan murah serta terdapat banyak promo-promo yang menarik. Selain itu uang saku yang diberikan orang tua terhadap anaknya di SMAN 4 Malang cenderung besar berkisar antara Rp. 10.000 - Rp. 50.000 perhari. Saat di sekolah mereka membawa bekal jadi di sekolah siswa tidak mengeluarkan uang untuk membeli jajan namun uang saku tersebut disimpan dan digunakan untuk belanja melalui *e-commerce shopee* untuk membeli barang-barang yang mereka sukai.

Pengaruh Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh variabel tingkat literasi ekonomi terhadap variabel tingkat konsumsi. Dalam penelitian ini menunjukkan sebuah fakta bahwa siswa yang mempunyai tingkat literasi ekonomi yang baik mempunyai tingkat konsumsi yang tinggi pula hal tersebut terjadi karena siswa sebagai generasi Z ini di dukung dengan adanya *e-commerce shopee* salah satunya yang mempermudah dalam melakukan tindakan konsumsi untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan. Selain itu siswa kelas X dalam memahami literasi ekonomi masih dalam tingkat dasar sehingga dalam melakukan tindakan konsumsi cenderung tidak menggunakan pengetahuan ekonomi yang dimiliki dan membutuhkan waktu yang lama untuk mengaplikasikan literasi ekonomi

yang dimiliki untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari karena terkait dengan pembiasaan. Siswa remaja juga mudah terpengaruh dengan adanya iklan yang menarik sehingga dapat mempengaruhi tingkat konsumsi yang dimiliki. Oleh karena itu dengan kemudahan tersebut mereka dalam hal ini adalah siswa dalam melakukan tindakan konsumsi sudah tidak lagi menerapkan literasi ekonomi yang dimiliki. Dengan adanya perubahan zaman dan sebagai generasi Z mereka melakukan tindakan konsumsi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan tapi juga untuk memenuhi keinginan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi yang dimiliki oleh siswa kelas X IPS SMAN 4 Malang menunjukkan dalam kategori baik namun dengan perkembangan zaman yang semakin modern juga mengubah pola pikir remaja dalam memenuhi kebutuhan. Dalam melakukan aktivitas ekonomi remaja tidak berdasarkan dengan literasi ekonomi yang dimiliki hal tersebut terjadi karena di era revolusi industri 4.0 dalam memenuhi kebutuhan dipermudah dengan adanya aplikasi belanja *shopee*, selain itu *shopee* juga memberikan promo-promo yang menarik, terdapat banyak pilihan penjual serta konsumen dapat membandingkan kualitas serta harga dari toko satu dengan toko lainnya dalam aplikasi *shopee*. Berdasarkan penelitian ini dan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa jika siswa mempunyai literasi ekonomi yang baik belum tentu tingkat konsumsi yang dilakukan sedang melainkan sebaliknya bahwa remaja tersebut memiliki literasi ekonomi yang baik memungkinkan tingkat konsumsi yang dilakukan juga tinggi.

Pengaruh Intensitas Pemanfaatan *E-Commerce* dan Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Siswa di SMA Negeri 4 Malang

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yang artinya intensitas pemanfaatan *e-commerce* memberikan pengaruh terhadap tingkat konsumsi secara bersama-sama, intensitas pemanfaatan *e-commerce* memberikan kontribusi lebih jika didukung dengan literasi ekonomi. Berdasarkan perhitungan sumbangan efektif dapat diketahui bahwa intensitas pemanfaatan *e-commerce* merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat konsumsi siswa.

Intensitas pemanfaatan *e-commerce shopee* merupakan variabel yang dominan mempengaruhi tingkat konsumsi siswa dikarenakan siswa sebagai generasi Z tidak bisa lepas dari *smartphone* yang mereka miliki. Sebagai generasi Z siswa remaja dalam memenuhi kebutuhan juga ingin serba mudah, praktis, efektif dan efisien. Remaja sekarang juga sangat mengikuti trend masa kini, mereka sangat mengikuti *lifestyle/fashion* yang mereka pakai sangat *up to date*. Dengan adanya *e-commerce shopee* memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan remaja tersebut sebagai generasi Z oleh karena itu tingkat konsumsi siswa masuk dalam kategori sangat tinggi.

Siswa remaja suka menggunakan *shopee* untuk membeli produk yang sedang dibutuhkan karena belanja melalui *shopee* efektif dilakukan melalui *smartphone* yang dimiliki, serta belanja melalui *e-commerce shopee* memberikan keuntungan bagi konsumen seperti saat akan membeli produk konsumen dapat memperoleh informasi tentang produk yang akan dibeli, jika belanja melalui *shopee* transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah, transaksi yang dilakukan fleksibel dapat melakukan transaksi dari berbagai lokasi, *shopee* juga selalu mengadakan promo-promo yang menarik seperti gratis ongkir dan adanya cashback, dalam *marketplace shopee* terdapat *shopee mall* dimana dalam *shopee mall* tersebut menjual produk yang bermerk seperti ada fashion, ramayana, logo jeans, *this is april*, wardah, emina dan sebagainya. *Shopee* selalu memberikan penawaran seperti diskon dan juga cashback sehingga banyak yang tertarik untuk membeli produk bermerk

tersebut melalui *shopee*. Selain itu dalam melakukan transaksi pembayaran konsumen bebas memilih membayar melalui indomaret, ATM atau transfer bank. Serta konsumen dapat memilih jasa pengiriman produk seperti JNT, JNE maupun COD. Selain keuntungan tersebut, di dalam *e-commerce shopee* terdapat fitur-fitur yang menarik remaja untuk melakukan tindakan konsumsi seperti dengan adanya games yang menarik dan menguntungkan konsumen. Games tersebut salah satunya adalah *shopee* tanam, goyang *shopee*, dan *shopee* tangkap dengan adanya games tersebut konsumen akan mendapatkan potongan belanja ketika melakukan pembelian di *shopee*.

Dalam penelitian ini juga dapat diketahui bahwa tingkat literasi ekonomi berpengaruh terhadap tingkat konsumsi siswa namun setelah dihitung pada sumbangan efektif variabel literasi ekonomi hanya mempengaruhi sebesar 5% saja, hal tersebut terjadi karena sekarang sudah terjadi perubahan zaman dan perbedaan karakter remaja yang lebih modern, jadi dengan adanya literasi ekonomi yang baik belum tentu tingkat konsumsi siswa tersebut dalam kategori sedang atau rendah. Karena dalam penelitian dapat diketahui bahwa ketika siswa mempunyai literasi ekonomi yang baik menunjukkan tingkat konsumsi yang dilakukan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan zaman yaitu adanya budaya konsumerisme. Hal tersebut seperti yang dijelaskan oleh Oktafikasari & Mahmud (2018) bahwa tinggi rendahnya tingkat literasi ekonomi mahasiswa tidak memberikan pengaruh apapun terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan dalam penelitian ini subjek penelitian adalah siswa SMA kelas X yang mempelajari ekonomi masih dalam tahap tingkat dasar sehingga mereka belum bisa untuk menerapkan literasi ekonomi yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa 1) intensitas pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh terhadap tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang. Hal tersebut terjadi karena intensitas pemanfaatan *e-commerce* khususnya *e-commerce shopee*. Berbagai fasilitas menarik yang ditawarkan oleh *e-commerce shopee* membuat remaja tertarik untuk belanja. 2) Tingkat Literasi ekonomi berpengaruh terhadap tingkat konsumsi siswa di SMA Negeri 4 Malang. Siswa mempunyai tingkat literasi ekonomi yang baik namun tingkat konsumsi yang dilakukan oleh siswa menunjukkan dalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut terjadi karena terjadi pergeseran budaya yang zaman sekarang remaja generasi Z sangat mengikuti *trend* masa kini dan selalu *up to date* dalam segala hal. Oleh karena itu remaja di generasi Z ini dalam melakukan tindakan konsumsi tidak lagi menerapkan pengetahuan dasar ekonomi yang dimiliki melainkan didasarkan oleh keinginan agar mengikuti *trend*. Selain itu dalam penelitian ini siswa kelas X masih tingkat dasar dalam pemahaman ekonomi sehingga butuh waktu yang lama untuk anak bisa mengaplikasikan teori-teori ekonomi yang dimiliki dalam keseharian karena terkait dengan pembiasaan;

REFERENSI

- Bhakti, C.P., & Safitri, N.E (2017) *Peran Bimbingan dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan*. Jurnal Konseling Vol.3 No. 1: 104-113, ISSN: 2460-1187. Online: [\[https://jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/viewFile/1602/1072\]](https://jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/viewFile/1602/1072)
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A (2018) *Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif*. Economic Education Analysis Journal, 6(3), 684-697. Dari: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/20280>

-
- Setiawan, SRD (2019) *E-commerce Apa yang Paling Sering Diakses Orang Indonesia? Ini daftarnya*, Kompas.com diterbitkan pada tanggal 11 Mei 2019, Online: [<https://money.kompas.com/read/2019/05/11/165515726/e-commerce-apa-yang-paling-sering-diakses-orang-indonesia-ini-daftarnya>]
- Sipunga, P.N., & Muhammad, A.H (2014) *Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang*. *Journal of Social and Industrial Psychology* 3(1): 63-68, ISSN: 2252-6838. Dari: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip/article/view/3744>
- Sina, Peter Garlans (2012) *Analisis Literasi Ekonomi*. *Jurnal Economia*, Vol.8,No.2: 135-143. Dari: <https://media.neliti.com/media/publications/19782-ID-analisis-literasi-ekonomi.pdf>
- Stevani & Gumanti, D (2019) *Analisis Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa STKIP PGRI Sumatera Barat*. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, Vol.9.No.1: 11-16, ISSN 2621-5624. Dari: <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/jipe/article/view/104117/0>
- Wulandari, F., Wahyono H., & Haryono, A (2016) *Pengaruh Perhatian Orang tua, Respon Pada Iklan, Intensitas Pergaulan Teman Sebaya, Dan Pemahaman Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas VII SMPN 2 Ngelegok Kabupaten Blitar Tahun Ajaran 2015/2016*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol.09, No.2: 99-106, ISSN: 0216-7085. Dari: <http://journal.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/7158>