

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi merupakan era dimana setiap bidang kehidupan mengalami perubahan sehingga tuntutan perkembangan zaman tidak dapat dihindari karena perubahan yang terjadi mempengaruhi seluruh bidang kehidupan, salah satunya yaitu bidang teknologi, sosial dan ekonomi. Dampak globalisasi ini dapat memberikan akses informasi, akses layanan jasa dan pembelian barang menjadi lebih luas. Semakin berkembang globalisasi memberikan efek modernisasi kepada pola hidup yang dijalani setiap individu. Modernisasi dalam kehidupan bermasyarakat merupakan sebuah transformasi kehidupan dimana individu yang awalnya melakukan aktivitas kehidupan secara tradisional berubah menuju aktivitas kehidupan yang lebih maju yang ditandai dengan penggunaan teknologi informasi modern.

Dengan adanya teknologi dalam berkehidupan, seorang individu dapat melakukan aktivitas dan pemenuhan kebutuhan lebih mudah untuk dijangkau. Hal itu dapat merubah pola hidup seorang individu menjadi konsumtif karena akses untuk memenuhi keinginan seorang individu menjadi lebih praktis. Ketika seseorang lebih memilih untuk memenuhi keinginan dibanding kebutuhan, hal itu disebut sebagai perilaku konsumtif.

Individu yang memiliki perilaku konsumtif cenderung senang berbelanja dan menggunakan layanan berlebihan yang tidak terkendali (Rosida, 2018:222). Perilaku konsumtif ini biasa dialami oleh seluruh kalangan masyarakat, termasuk oleh siswa. Kebanyakan siswa tidak bisa berfikir rasional dalam mengkonsumsi suatu barang atau menikmati suatu layanan sehingga menimbulkan perilaku konsumtif pada diri siswa.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Pada kalangan siswa yang sedang berada di fase remaja, perilaku konsumtif bisa

timbul karena adanya perkembangan budaya, perubahan gaya hidup, kebutuhan dan keinginan yang semakin banyak, juga yang lainnya. Pada masa remaja, seorang individu cenderung memiliki perilaku yang labil dan mudah terpengaruhi sehingga sikap mereka tergantung pada lingkungan sekitarnya. Semakin bertumbuhnya seseorang, kebutuhan dan keinginan yang dimiliki biasanya semakin besar, hal itu sangat tergantung pada gaya hidup yang dijalani. Apabila gaya hidupnya ingin selalu terlihat bagus dimata orang lain seperti memiliki gaya hidup hedonis, biasanya seseorang tersebut memiliki perilaku konsumtif yang cukup tinggi.

Dengan adanya teknologi dapat mentransformasi kegiatan jual beli kedalam bentuk digital seperti *e-commerce*. Pada saat ini, banyak orang yang menggunakan platform *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Karena dengan menggunakan platform tersebut mereka bisa berbelanja tanpa harus mendatangi gerai atau toko sehingga kegiatan transaksi jauh lebih fleksibel. Penggunaan platform *e-commerce* ini bisa diakses dimanapun dan kapan pun tanpa ada batasan ruang dan waktu sehingga kegiatan transaksi jauh lebih praktis. Selain itu, barang yang dibeli melalui platform *e-commerce* tidak perlu diambil ke tempat penjualan karena barang tersebut akan diantar ke alamat tujuan yang telah dicantumkan pada platform *e-commerce* yang digunakan.

Kemudahan dalam mengakses platform *e-commerce* untuk berbelanja membuat masyarakat atau individu senang dan sering melakukan kegiatan belanja online melalui platform *e-commerce* karena kegiatan berbelanja online hanya cukup membuka platform *e-commerce* yang digunakan dan memilih barang yang ingin dibeli dengan istilah *check out*. Kemudahan akses belanja online tersebut sangat berdampak pada perilaku konsumtif seseorang, fenomena ini menarik untuk diteliti karena perilaku konsumtif sangat melanda kehidupan anak muda, terutama pada kalangan pelajar.

Pelajar yang sudah beranjak pada masa remaja mempunyai keinginan yang besar untuk mencoba hal-hal baru. Pada masa remaja juga mereka dihadapkan dengan berbagai tantangan, baik dari dirinya ataupun dari luar diri. Selain itu remaja mudah tergiur dan cenderung selalu ingin memiliki atau menikmati sesuatu yang

baru, baik itu berupa barang ataupun jasa secara berlebihan dalam mengkonsumsinya. Menurut Nurhaliza (2021) dalam (Fadhilah & Abadi, 2023:142) menyatakan bahwa sebanyak 70% pelanggan yang berbelanja di *e-commerce* adalah kalangan pemuda berusia 15 sampai 34 tahun, hal itu berdasarkan informasi dari Asosiasi *E-Commerce* Indonesia (IdEA) tahun 2021.

Penggunaan *e-commerce* yang tinggi menimbulkan perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini sependapat dengan ungkapan yang disampaikan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa “*e-commerce* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi penggunaan *e-commerce*, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif siswa. Sebaliknya semakin rendah penggunaan *e-commerce* maka semakin rendah pula perilaku konsumtif siswa” (Febriyanti, Ariwibowo, & Nurmalasari, 2023:127).

Untuk melihat perilaku konsumtif siswa secara nyata, telah dilakukan penyebaran kuesioner pra penelitian melalui angket yang disebarakan kepada 15 responden siswa kelas 11 Akuntansi 1 SMKN 1 Talaga. Berdasarkan hasil pra penelitian dapat diambil data pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. 1 Hasil Pra Penelitian

No	Pernyataan	Persentase
1	Saya sering membeli barang yang sama dengan merek yang berbeda	69%
2	Saya sering membeli produk karena ada diskon potongan harga	99%
3	Saya membeli barang karena barang tersebut memiliki tampilan yang menarik	87%
4	Saya membeli produk karena ada gift tambahan jika membeli produk tersebut	81%
5	Saya senang membeli produk bermerek karena terlihat lebih keren	73%
6	Saya lebih memilih barang mahal karena barang tersebut terlihat bagus untuk dipakai	69%
7	Saya sering tergiur untuk membeli barang yang dipromosikan oleh influencer	81%
8	Saya sering berbelanja di online shop jika banyak mendapatkan voucher gratis ongkir	96%

9	Saya sering membeli produk kosmetik dengan merek yang berbeda untuk melihat kecocokan produk tersebut	85%
10	Saya lebih memilih untuk membeli barang yang diinginkan dibanding menabung	68%

Sumber: Data diolah, 2025

Pada pernyataan ke 1 menunjukkan hasil sebesar 69% mereka sering membeli barang yang sama dengan merek yang berbeda, pada pernyataan ke 2 menunjukkan hasil sebesar 99% mereka sering membeli produk karena ada diskon potongan harga, pada pernyataan ke 3 menunjukkan hasil sebesar 87% mereka sering membeli barang karena barang tersebut memiliki tampilan yang menarik, pada pernyataan ke 4 menunjukkan hasil sebesar 81% mereka membeli produk karena ada gift tambahan jika membeli produk tersebut, pada pernyataan ke 5 menunjukkan hasil sebesar 73% mereka sering membeli produk bermerek karena terlihat lebih keren, pada pernyataan ke 6 menunjukkan hasil sebesar 69% mereka lebih memilih barang mahal karena barang tersebut terlihat bagus untuk dipakai, pada pernyataan ke 7 menunjukkan hasil sebesar 81% mereka sering tergiur untuk membeli barang yang dipromosikan oleh influencer, pada pernyataan ke 8 menunjukkan hasil sebesar 95% mereka sering berbelanja di online shop jika banyak mendapatkan gratis ongkir, pada pernyataan ke 9 menunjukkan hasil sebesar 85% mereka sering membeli produk kosmetik dengan merek yang berbeda untuk melihat kecocokan produk tersebut dan pada pernyataan ke 10 menunjukkan hasil sebesar 65% mereka lebih memilih untuk membeli barang yang diinginkan dibanding menabung.

Melalui kuesioner yang didapat dari siswa kelas 11 Akuntansi 1 SMKN 1 Talaga didapat hasil bahwa mereka sering menggunakan platform *e-commerce* untuk berbelanja untuk konsumsi pribadi. Tingkat perilaku konsumtif siswa kelas 11 Akuntansi 1 SMKN 1 Talaga termasuk kategori tinggi dengan dengan rata – rata persentase variabel perilaku konsumtif sebesar 81%. Hal tersebut dapat terlihat dari gaya hidup mereka yang dibuktikan dengan persentase dari hasil pra penelitian diatas. Dalam penggunaan aplikasi *e-commerce*, 53% siswa SMKN 1 Talaga menggunakan *e-commerce* Shopee dan 34% siswa Siswa SMKN 1 Talaga

menggunakan *e-commerce* tiktokshop untuk berbelanja. Selain itu, 33% siswa rata-rata berbelanja 1 sampai 3 kali dalam sebulan, 53% siswa rata-rata berbelanja 4 sampai 6 kali dalam sebulan dan 13% siswa rata-rata berbelanja lebih dari 6 kali dalam sebulan.

Selain *e-commerce*, literasi keuangan juga mempengaruhi perilaku konsumtif siswa. Semakin tinggi literasi keuangan maka perilaku konsumtif akan menurun (Alfiansyah, Alamsyah, & Tanjung, 2024:977). Jika seseorang sering melakukan pembelian barang pada platform digital *e-commerce* untuk memenuhi keinginannya tanpa dilandasi dengan literasi keuangan yang baik, maka akan menimbulkan perilaku konsumtif yang tinggi. Hal tersebut didukung oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin rendah literasi keuangan maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya (Mawo, Thomas, & Sunarto, 2017:60).

Berdasarkan data diatas, tidak sedikit siswa yang belum bisa mengelola keuangannya dengan baik dan memiliki masalah keuangan seperti berperilaku boros akibat sering berbelanja, lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan dan belum bisa mengelola keuangan dengan baik karena sering berbelanja dibandingkan menabung. Dengan demikian, penting bagi siswa mengetahui bagaimana literasi keuangan. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam melakukan perencanaan pengeluaran secara bijak sebelum menetapkan keputusan untuk membeli produk atau layanan hingga seseorang bisa mengambil langkah yang tepat untuk keputusan finansialnya (Fadhilah & Abadi, 2023:144).

Literasi keuangan dan jurusan akuntansi memiliki kesamaan karena diantara keduanya sama-sama berkaitan dengan pengelolaan dan pemahaman keuangan. Didalam jurusan akuntansi siswa belajar mengenai penyusunan laporan keuangan dan analisis laporan keuangan yang menjadi hal penting untuk perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan keuangan. Begitu juga dengan literasi keuangan, dengan adanya pemahaman mengenai literasi keuangan mengajarkan

seseorang bagaimana memahami laporan keuangan untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan prioritas.

Dengan adanya kemudahan akses berbelanja melalui platform digital *e-commerce* akan meningkatkan minat berbelanja seseorang, baik itu dalam pemenuha kebutuhan hidup ataupun keinginan untuk memiliki barang yang tidak terlalu diperlukan. Penelitian mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif ini sangat penting untuk diteliti karena untuk mengetahui apakah *e-commerce* dapat memberikan dampak negatif terhadap siswa sehingga perilaku konsumtif siswa tinggi dan bagaimana hubungan literasi keuangan, apakah literasi keuangan memperkuat atau memperlemah antara pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif siswa yang tinggi. Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian survey pada siswa kelas 11 Akuntansi SMKN 1 Talaga dengan judul “Pengaruh *E-Commerce* terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan sebagai variabel Moderator”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkat pemakaian *e-commerce*, perilaku konsumtif dan literasi keuangan siswa kelas 11 akuntansi SMKN 1 Talaga?
2. Bagaimana pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas 11 akuntansi SMKN 1 Talaga?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas 11 akuntansi SMKN 1 Talaga?
4. Apakah literasi keuangan memperkuat atau memperlemah pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas 11 akuntansi SMKN 1 Talaga?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan tingkat pemakaian *e-commerce*, perilaku konsumtif dan literasi keuangan siswa kelas XI akuntansi SMKN 1 Talaga.
2. Mendeskripsikan pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI akuntansi SMKN 1 Talaga.
3. Mendeskripsikan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI akuntansi SMKN 1 Talaga.
4. Mendeskripsikan literasi keuangan memperkuat atau memperlemah pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI akuntansi SMKN 1 Talaga.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya tujuan penelitian diatas, penelitian ini dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan bahan kajian dalam bidang ilmu pengetahuan mengenai kelanjutan ilmu ekonomi yang telah ada, terutama dalam hal pengaruh *E-Commerce* terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel moderator pada peserta didik.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Siswa

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa adanya *e-commerce* sangat berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang. Hasil penelitian ini juga memberikan informasi mengenai pentingnya literasi keuangan agar kita sebagai seorang siswa dapat mengelola keuangan dengan baik.

2. Bagi Guru

Melalui penelitian ini diharapkan guru bisa memotivasi siswanya agar bijak dalam mengelola keuangan.

3. Bagi Sekolah

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat kepada sekolah dan memberikan dampak yang baik pada prinsip ekonomi yang rasional.

4. Bagi Orang Tua Siswa

Melalui penelitian ini diharapkan orang tua siswa dapat mengontrol keuangan putra putrinya agar tidak memiliki perilaku konsumtif yang buruk.

1.5. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, terdapat keterbatasan penelitian yang dialami peneliti, diantaranya:

1. Dalam penelitian ini idealnya data diperoleh melalui observasi yang kompleks karena perilaku konsumtif tidak bisa dilihat secara sepintas. Namun karena keterbatasan waktu dan sumber daya peneliti, data penelitian ini hanya diperoleh melalui angket yang diisi oleh siswa, artinya keakuratan hasil sangat bergantung pada angket yang diperoleh dari siswa.
2. Responden dalam penelitian ini hanya berasal dari satu jurusan saja, yaitu pada siswa kelas XI akuntansi SMKN 1 Talaga tahun 2024/2025 sehingga informasi yang diberikan tidak bisa digeneralisasikan kepada seluruh siswa SMKN 1 Talaga.