Pengaruh Teman Sebaya dan Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel *Intervening*

Egi Kurniawan*, Lasmanah, Azib

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*2000egi.kurniawan@gmail.com, lasmanah@unisba.ac.id, azib@unisba.ac.id

Abstract. The purpose of this study was to determine the influences of peer, family environment and financial literacy on consumptive behavior simultaneously and partially, the influences of peers and family environment on financial literacy simultaneously and partially, peers and family environment on consumptive behavior through financial literacy. The method in this research uses objective associative to determinei the relationshipi between two variables. The research population is active students of Bandung Islamic University Management class 2018-2020. In this study using the proportional sampling method. Statistical analysis usedi is multiple regression analysis. The results of the research that peers, family environment and financial literacy simultaneously have a positivei effecti on consumptive behavior. Peers have a positive effect on consumptive behavior, while family environment and financial literacy do not have a positive effect on consumptive behavior. Peers and family environment have a positive effect on financial literacy simultaneously. Then peers and family environment have a positive effect on financial literacy. Financial literacy does not mediate the influence of peers and family environment on consumptive behavior.

Keywords: *peers, family environment, financial literacy, consumptive behaviour.*

Abstrak. Riset ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teman sebaya, lingkungan keluarga dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara simultan dan parsial, pengaruh teman sebaya dan lingkungan keluarga terhadap literasi keuangan secara simultan dan parsial, teman sebaya dan lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan. Meode dalam riset ini menggunakan asosiatif tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Populasi riset ini mahasiswa aktif Manajemen Universitas Islam Bandung angkatan 2018-2020. Dalam penelitian ini menggunakan metode propotional sampling. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil dari riset bahwa teman sebaya, lingkungan keluarga dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sementara lingkungan keluarga maupun literasi keuangan tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Teman sebaya dan lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap literasi keuangan secara simultan. Kemudian teman sebaya maupun lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap literasi keuangan. Literasi keuangan tidak memediasi antara pengaruh teman sebaya maupun lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: *Teman Sebaya, Lingkungan Keluarga, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif.*

Corresponding Author
Email: azib@unisba.ac.id

A. Pendahuluan

Manusia senantiasa disebut makhluk sosial ekonomi, karena memiliki rasa untuk memuaskan kebutuhannya yang sangat tidak terbatas. Ketika keperluan primer sudah terpenuhi, kebutuhan-kebutuhan yang lain seperti sekunder pun manusia akan memenuhi kebutuhannya tersebut, akan tetapi alat pemuas untuk kebutuhan semuanya serba terbatas sehingga mengakibatkan terjadinya kelangkaan yang disebabkan oleh kerakusan manusia atau disebut sifat konsumtif manusia. Maka dari kejadian berikut manusia harus bertindak konsumsi secara ekonomis terhadap kebutuhannya.

Awal tahun 2020 sampai tahun 2021 masih terjadi pandemi Covid-19 sehingga diantaranya mobilitas masyarakat terhambat, akan tetapi terdapat e-commerce atau online shop dengan fitur kenyamanan berbelanja di rumah, sehingga mobilitas terbatasi atau diam di rumah cenderung meningkatkan konsumtif masyarakat. "Konsumtif semakin tinggi karena diamnya di rumah banyak waktu untuk membuka web jual beli online atau e-commerce yang membuat semakin terpapar dengan berbagai program yang ditawarkan" (Kurniawati 2020). Hasil dari Akhmad (2020) menjelaskan bahwa ketika mulai diberlakukannya tinggal di rumah saja untuk memperkecilkan kasus pandemi covidi-19, terdapat 30%i konsumeni lebihi seringi berbelanjai onlinei atau di rumah.

Sesuatu yang mempengaruhi konsumtif yaitu bahwa masyarakat yang memahami tentang literasi keuangan bisa dibilang rendah. Melihat tingkat literasi tentang keuangan hanya sampai 37 % dari jumlah penduduk sebanyak 268 juta orang, kemudian masyarakat Indonesia paham betul tentang pemahaman keuangan baru 99,16 juta penduduk. Maka dari itu untuk pekontribusian ekonomi belum maksimal (Sidik 2020) Tingkat literasi yang rendah akan memberikan suatu gambaran bahwa terdapat persoalan dalam pengetahuan, cara pandang dan perilaku keuangan.

Manusia seperti mana makhluk sosial mempunyai perasaan atau rasa untuk berinteraksi dengan di lingkungan kelompoknya. Setiap orang akan berinteraksi dengan umur yang lebih tua, muda atau setara. Dengan berinteraksi dengan orang yang berumur setara maka disebut teman sebaya, dengan interaksi sesama teman sebaya cenderung cepat akrab dikarenakan memiliki usia yang tidak jauh berbeda. Selanjutnya ketika masuk usia remaja maka dikatakan masa di mana seseorang mencari jati diri. Tujuan mencari jati diri untuk mendapat perhatian dan pengakuan dari teman sebayanya sehingga mereka akan melakukan berbagai macam hal, ada yang positif bahkan ada yang negatif hanya untuk mendapatkan eksistensi di kalangan teman sebayanya (Hidayanto 2013).

Terbentuknya sebuah karakter seseorangan bisa terjadi di lingkungan sekitar yang dipengaruhi teman-teman atau masyarakatnya. Akan tetapi pendidikan karakter paling utama yaitu di dalam keluarga dikarenakan pada lingkungan keluarga merupakan pondasi yang paling kuat dalam membentur baik buruknya kepribadian manusia. Lingkungan keluarga khususnya orang tua yang sibuk bekerja sehinga kurang memperhatikan anak yang mulai tumbuh dewasa akan berdampak buruk pada perkembangan anak. Penurunan moral pada masa saat ini sangat banyak diakibatkan oleh beberapa faktor diantaranya pada lingkungan keluarga, hal pertama dan memegang kendali penting karena lingkungan keluarga merupakan untuk membimbing sang anak dari pengaruh yang tidak baik sehingga dapat mendidik moral anak (Riki Hendri 2019). Orang tua yang berpikiran bahwai dengani bekerjai kemudiani mendapatkani hartai yang banyak membuati si anaki bahagiai akan tetapi anak tanpa didikan orang tua hal tersebut merupakan pemikiran yang keliru (Badarudin 2020).

Pada umumnya mahasiswa zaman sekarang cenderung dipercayakan oleh orang tua untuk mengatur keuangannya. Sehingga mahasiswa merasakan hal bebas ketika akan menggunakan keuangannya tanpa disadari oleh kedua orang tuanya. Mahasiswa terkadang kurang rasional dalam menggunakan uang dalam berbelanja. Terkadang membeli barang menggunakan emosi untuk meningkatkan eksistensinya di hadapan teman-temannya menjadikan timbul perilaku konsumtif pada mahasiswa. Perilaku konsumtif tersebut bisa ditemukan di Kota Bandung khususnya di Universitas Islam Bandung (Unisba) Prodi Manajemen yang terletak di kawasan tengah kota Bandung sehingga mampu meningkatkan rasa

konsumtif mahasiswa. Tahun 2021 masih pandemi covid-19 dan mobilitas masyarakat masih dibatasi. Kemudian semua kegiatan perkuliahan dilaksanakan secara virtual/daring. Akan tetapi, penelitian dari Katadata Insight Center (KSI) dan Kredivo, "pengguna online umur 18 tahun sampai 35 tahun cendureng dari penghasilannya untuk berbelanja online, hampir 30% dari segmen usia 18-25 tahun pembeli produk fashion" (Ali 2020). Selanjutnya peneliti memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena mereka sebagai mahasiswa dan mempelajari lebih dalam bidang Manajemen Ekonomi seharusnya mampu mengimplementasikan dalam kehidupan dengan literasi keuangannya.

Fenomena didukung dengani melihati hasili di atasi dapati diketahui bahwai mahasiswa ketika membeli barang cenderung membeli barang yang memiliki merek terkenal untuk menjaga penampilan paling banyak memilih setuju sebanyak 53%. Kemudian mahasiswa senang berbelanja sendiri tanpa ditemani orang tua paling banyak memilih setuju dengan jumlah 80%. Selanjutnya mahasiswa yang mencatat anggaran keuangannya setiap harinya paling banyak menyatakan setuju sebanyak 43,4%. Maka dari hal tersebut menunjukan mahasiswa Prodi Manajemen Unisba sedikit cenderung berperilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh teman sebaya, lingkungan keluarga dan literasi keungan .

Maka tujuan penelitian ini yaitu;

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara langsung Teman Sebaya, Lingkungan Keluarga dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Secara Simultan dan Parsial.
2. Untuk mengetahui apakah teman sebaya dan lingkungan kelaurga terhadap literasi keuangan secara simultan maupun parsial
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara tidak langsung antara Teman Sebaya dan Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif melalui Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening

B. Metodologi Penelitian

Penelitina ini menggnakan pendekatan asosiatif, menurut Irayanti dan Tumbel (2014) menyatakan bahwa asosiatif merupakan riset untuk menguji hipotesis dan riset ini juga memaparkan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Sumber data penelitian menggunakan kuesioner, kuesioner merupakan sebuah cara mengumpukan data dengan memberikan angket tertulis kepada responden tertentu untuk dijawabnya (Sugiyono 2015). Jumlah populasi mahasiswa Manajemen Unisba angkatan 2018-2020 tahun ajaran 2021/2022 berjumlah 875, kemudiani untuki menentukani sampeli menggunakani rumus slovini dengan tarafi signifikansinya 10% sehingga didapat sampel 90 orang akan tetapi dari 90 orang dibagi kepada 3 angkatan karena menggunakan metode proportional sampling. Penelitian menggunakan analisis deskriptif, asumsi klasik, regresi berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis dan uji sobel. Hasil dari perhitungan uji nomarmalitas didapat gambar P-plot mendekati garis diagonal sehingga dikatakan normalitas. Kemudian Hasil uji multikolonieritas tidak mengandung multikolonieritas. Selanjutnya hasil uji Heteroskedastisitas menghasilkan persebaran titik tersebut tidak terjadi suatu gabungan akan tetapi menyebar secara acak kemudian titik-titik tersebut berada pada di atas atau bawahnya dari angka nol dilihat di sumbu Y. Sehingga diartikan tidak terjadinya heteroskedastisitas di model regresi ini.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dari uji regresi pertama perilaku konsumtif sebagai variabel dependen dan uji regresi literasi keuangan sebagai variabel dependen.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi

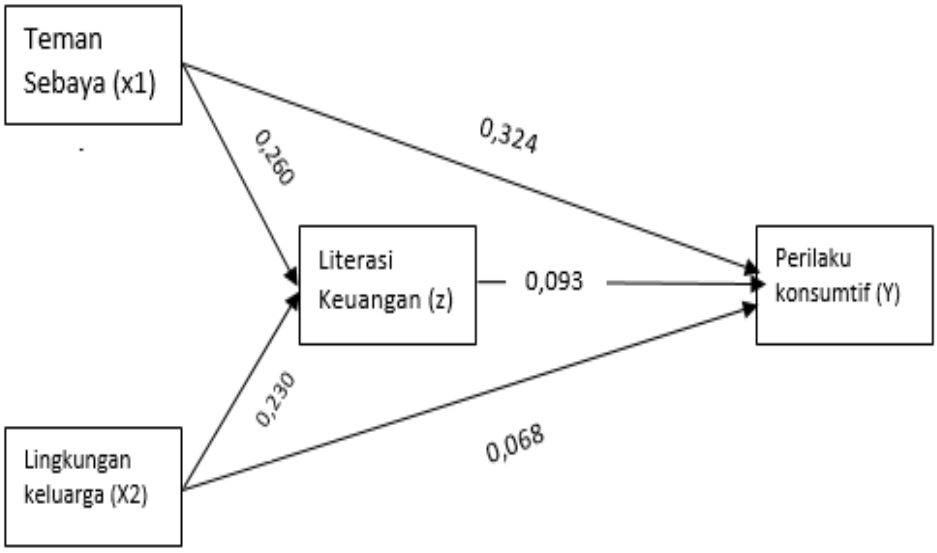
Variabel	Stand Beta	t hitung	Sig.	F	S. Square
Teman Sebaya	0,324	3,092	0,003		
Lingkungan Keluarga	0,068	,652	0,516	4,269	0,128
Literasi Keuangan	0,093	,880	0,381		

Sumber : data diolah tahun 2022

Tabel 2. Hasil Uji Regresi

Variabel	Stand Beta	t hitung	Sig.	F	S. Square
Teman Sebaya	0,260	2,557	0,012		
Lingkungan Keluarga	0,230	2,256	0,027	5,120	0,104

Sumber : data diolah tahun 2022



Gambar 1. Hasil Uji Regresi

Pengaruh Teman Sebaya, Lingkungan Keluarga dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Kosnumif secara Simultan maupun Parsial

Uji uji parameter di atas diketahui nilai *Prob* F lebih besar dai F tabel yaitu 4,269 > 2,15 dan sig yaitu 0,07 < 0,1 kemudian bertanda positif maka H0 ditolak dan H1 diterima. Maka, menghasilakan variabel teman sebaya, lingkuangan keluarga dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif manajemen unisba angkatan 2018-2020. Dengan pengaruhnya sebesar 12,8% dan 87,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Teman sebaya memiliki nilai Sig lebih kecil dari traf signifikan yaitu 0,003 < 0,1. Kemudian melihat nilai t hitung > t tabel yaitu 3,092 > 1,662 maka teman sebaya terdapat pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Maka semakin tinggi pertemanan di lingkungan teman sebaya maka akan membuat semakin tinggi pula nilai perilaku konsumtifnya.

Lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena memiliki nilai Sig lebih besar dari traf signifikan yaitu 0,516 > 0,1. Kemudian nilai t hitung lebih kecil dari t tabel 0,652 < 1,662 kemudian bertanda positif.

Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena memiliki nilai Sig lebih besar dari traf signifikan yaitu 0,381 > 0,1. Kemudian nilai t hitung lebih kecil dari t tabel 0,880 < 1,662 kemudian bertanda positif.

Pengaruh Teman Sebaya dan Lingkungan Keluarga terhadap Literasi Keuangan secara Simultan maupun Parsial

Uji uji parameter di atas diketahui nilai Prob F lebih besar dai F tabel yaitu 5,120 > 2.36 dan sig yaitu 0,08 < 0,1 kemudian bertanda positif maka H0 ditolak dan H2 diterima. Maka, menghasilakan variabel teman sebaya dan lingkuangan keluarga berpengaruh terhadap literasi keuangan manajemen unisba angkatan 2018-2020. Dengan pengaruhnya sebesar 10,4% dan 89,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Teman sebaya memiliki nilai Sig lebih kecil dari traf signifikan yaitu 0,012 < 0,1. Kemudian melihat nilai t hitung > t tabel yaitu 2,557 > 1.66235 maka teman sebaya terdapat pengaruh positif terhadap literasi keuangan. Maka semakin tinggi pertemanan di lingkungan teman sebaya maka akan membuat semakin tinggi pula nilai literasi keuangannya.

Lingkungan keluarga memiliki nilai Sig lebih kecil dari traf signifikan yaitu 0,027 < 0,1. Kemudian melihat nilai t hitung > t tabel yaitu 2,256 < 1.66235 maka lingkungan keluarga terdapat pengaruh positif terhadap literasi keuangan. Maka semakin tinggi pertemanan di lingkungan keluarga maka akan membuat semakin tinggi pula nilai literasi keuangannya

Pengaruh Teman Sebaya dan Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif melalui Literasi keuangan sebagai Variabel Intervening

Tabel 3. Pengaruh Teman Sebaya dan Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif

No	Variabel	*Direct*	*Indiret*	Total	Kriteria	Kesimpulan
1	Teman Sebaya	0,324	0,0241	0,2581	*Direct* > *Indirect*	Literasi Keuangan bukan sebagai variabel *intervening*
2	Lingkungan Keluarga	0,086	0,0213	0,1073	*Direct* > *Indirect*	Literasi Keuangan bukan sebagai

			variabel *intervening*

Sumber : data diolah tahun 2022

Menurut Riduwan dkk (2011) Jika nilai tidak langsung lebih besar dari nilai langsung maka variabel tersebut dinyatakan berpengaruh, namun sebaliknya jika nilai tidak langsung lebih kecil dengan nilai langsung maka tidak terdapat pengaruh.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 3 di atas bhwa nila pengaruh langsung 0,324 lebih besar dari 0,0241 nila tidaki langsung. Sehingga H0 diterima dan H3 ditolak maka teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan.

Berdasarkani hasil perhitungan pada tabel 3 di atas bahwa nila pengaruh langsung 0,068 lebih besar dari 0,0213 nila tidak langsung. Sehingga H0 diterima dan H3 ditolak maka lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalu literasi keuangan.

D. Kesimpulan

Teman sebaya, lingkungan keluarga dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif secara simultan. Teman Sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Lingkungan keluarga maupun literasi keuangan tidak berpengaruh positif terhadap perilaku kosnumtif pada mahasiswa manajemen Unisba angkatan 2018-2020.

Teman sebaya dan lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap literasi keuangan scara simultan. Teman sebaya maupun lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap lierasi keuangan pada mahasiswa manajemen Unisba angkatan 2018-2020.

Literasi keuangan tidak memediasi terhadap pengaruh teman sebaya maupun lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa manajemen Unisba angkatan 2018-2020. Sehingga dalam lingkungan teman sebaya maupun di dalam lingkungan keluarga akan tetap berperilaku konsumtif meskipun telah memahami literasi keuangn terlebih dahulu.

Daftar Pustaka

[1] Akhmad, Suryhadi. 2020. “Ini Perubahan Perilaku Konsumen Indonesia Saat Pandemi Corona.” *Kontan.Co.Id*. Retrieved January 4, 2022 (https://nasional.kontan.co.id/news/ini-perubahan-perilaku-konsumen-indonesia-saat-pandemi-corona).

[2] Ali, Akhmad. 2020. “85 Persen Konsumen E-Commerce Berasal Dari Generasi Z Dan Milenial.” *Tempo.Co*. Retrieved (https://bisnis.tempo.co/read/1372514/85-persen-konsumen-e-commerce-berasal-dari-generasi-z-dan-milenial).

[3] Badarudin, Muhammad. 2020. “Orang Tua Sibuk Bekerja Dinilai Bisa Berdampak Pada Perilaku Anak.” *Borneonews*. Retrieved (https://www.borneonews.co.id/berita/168354-orang-tua-sibuk-bekerja-dinilai-bisa-berdampak-pada-perilaku-anak).

[4] Hidayanto, Wahyu. 2013. “Remaja Dan Jati Diri.” *Kompasiana.Com*. Retrieved (https://www.kompasiana.com/wahyu.hidayanto/55285bcf6ea834a4768b45a7/remaja-dan-jati-diri).

[5] Irayanti, Desi, and Altje Tumbel. 2014. “Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Di Bei.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 2(3):1473–82. doi: 10.35794/emba.v2i3.5896.

[6] Kurniawati, Meike. 2020. “Ancaman Perilaku Konsumtif Di Tengah Pandemi Corona.” *Kompas.Com*.Retrieved (https://money.kompas.com/read/2020/04/02/191400326/ancaman-perilaku-konsumtif-di-tengah-pandemi-corona?page=all).

[7] Riduwan dkk. 2011. *Cara Mudah Belajar SPSS Versi 17.0 Dan Aplikasi Statistik Penelitian*. bandung: Alfabeta.

[8] Riki Hendri, Hidayat. 2019. “Degradasi Moral Generasi Muda.” *Kompasiana*. Retrieved September4,2021(https://www.kompasiana.com/rikihendrihidayat/5cdc4e9e95760e0df52c

d3f4/degradasi-moral-generasi-muda).

[9] Sidik, Syahrizal. 2020. "RI Susah Maju Karena Literasi Keuangan Rendah, Cuma 37%." *CNBC*. Retrieved (https://www.cnbcindonesia.com/market/20201117132955-17-202428/ri-susah-maju-karena-literasi-keuangan-rendah-cuma-37-gaes).

[10] Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

[11] Zakiah, Tiani Rahmawati. Lasmanah. (2021). *Pengaruh Sikap Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Anggota Ghoib Community di Kabupaten Bandung Barat.* Jurnal Riset Manjemen Bisnis Universitas Islam Bandung. 1 (1). 42-50