

Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan *Economic Literacy* terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Winda Aprillia, Sri Umi Mintarti, Sugeng Hadi Utomo

Pendidikan Ekonomi-Universitas Negeri Malang
Jl. Semarang 5 Malang. Email: aprilliaw@rocketmail.com

Abstract: This study examine the direct and indirect effect of parents' socio-economic background in family's economic education and economics literacy on students' consumption behavior in the faculty of Economics. Data collection has been done by using questionnaires and tests. The data analysis has been done by using path analysis. The study conclude: (1) there is direct influence of parents' socio-economic background to the students' consumption behavior. (2) there is direct effect of family's economic education to the students' consumption behavior. (3) there is positive and significant effect of parents' socioeconomic background to the students' economic literacy. (4) there is positive and significant effect of family's economic education to the students' economic literacy. (5) there is a significant and positive influence of economic literacy to students' consumption behaviour. (6) there is indirect effect of parents' socio-economic background to the consumption behavior through students' economic literacy. (7) there is indirect effect of family's economic education to the consumption behavior through students' economic literacy.

Key Words: parents' socio-economic, family's economic education, economic literacy, consumption behavior

Abstrak: Penelitian ini menguji pengaruh latar belakang sosial ekonomi orang tua pendidikan ekonomi di keluarga serta *economic literacy* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi, baik langsung maupun tidak langsung. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik angket dan tes. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis jalur. Hasil penelitian menyimpulkan: (1) adanya pengaruh langsung latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (2) adanya pengaruh langsung pendidikan ekonomi di keluarga terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (3) adanya pengaruh secara positif dan signifikan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap *economic literacy* mahasiswa, (4) adanya pengaruh secara positif dan signifikan pendidikan ekonomi di keluarga terhadap *economic literacy* mahasiswa, (5) adanya pengaruh secara positif dan signifikan *economic literacy* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (6) adanya pengaruh secara tidak langsung latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi melalui *economic literacy* mahasiswa, dan (7) adanya pengaruh secara tidak langsung pendidikan ekonomi di keluarga terhadap perilaku konsumsi melalui *economic literacy* mahasiswa.

Kata kunci: sosial ekonomi orang tua, pendidikan ekonomi keluarga, *economic literacy*, perilaku konsumsi

Globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung dengan kemajuan teknologi komunikasi telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa. Kondisi tersebut, di satu sisi mempunyai manfaat bagi konsumen karena segala kebutuhan konsumen dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih berbagai jenis kualitas barang dan jasa sesuai

keinginan dan kemampuan konsumen. Namun, di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan konsumen berada pada posisi yang lemah. Khususnya di Indonesia, banyak terjadi penyimpangan yang menjadikan konsumen sebagai objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya oleh para pelaku usaha.

Pada saat ini, pengaruh arus globalisasi begitu cepat merasuk ke dalam masyarakat terutama di kalangan mahasiswa. Pengaruh globalisasi terhadap generasi muda begitu kuat, karena para generasi muda termasuk segmen pasar yang berpotensi. Terutama untuk produk-produk pakaian, sepatu, aksesoris, *gadget*, dan lain sebagainya. Alasan kalangan mahasiswa merupakan segmen pasar yang berpotensi karena sifat mereka yang masih mudah terpengaruh oleh teman-temannya dan *trend* yang ada. Menurut Setiadi (2008:11) salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi adalah kelompok referensi. Misalnya: *friendship group*, *shopping group*, *virtual group or community*, dan lain sebagainya.

Sebagai konsumen mereka seharusnya mengetahui barang apa yang mereka butuhkan, tidak mudah terpengaruh begitu saja terhadap teman-temannya, tren, iklan-iklan yang ditawarkan oleh produk tertentu, dan selalu bersikap rasional dalam melakukan tindakan konsumsi. Jika semua hal tersebut dilaksanakan oleh setiap konsumen, maka masalah perilaku konsumen yang cenderung konsumtif tidak akan pernah terjadi.

Latar belakang sosial ekonomi orang tua turut ambil andil dalam memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Menurut Gerungan (2002:181) keadaan sosial ekonomi tentulah mempunyai peranan terhadap perkembangan anak-anak, bahwa dengan adanya perekonomian yang cukup, lingkungan material yang dihadapi anak dalam keluarganya itu lebih luas, ia mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan yang tidak dapat ia kembangkan apabila tidak ada alat-alatnya. Sementara itu menurut Sumarwan (2004:221) pendapatan akan menentukan daya beli seseorang, yang selanjutnya akan memengaruhi pola konsumsinya. Mahasiswa yang berasal dari kalangan sosial ekonomi tinggi biasanya didukung oleh kondisi materi yang cukup, mereka mendapatkan uang saku melebihi dari yang mereka perlukan. Hal ini akan membuat mereka memiliki daya beli yang cukup baik dan merasa leluasa untuk membeli apa yang mereka inginkan sehingga dapat memancing mereka untuk melakukan tindakan konsumsi yang berlebihan atau tidak rasional.

Selain latar belakang sosial ekonomi orang tua, hal yang perlu diperhatikan adalah pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga. Keluarga merupakan lingkungan pendidikan yang pertama dan utama bagi anak bagaimana seharusnya dia bertindak sebagai konsumen karena anak pertama kalinya memperoleh pendidikan ekonomi dari lingkungan keluarga sebelum mengenal lingkungan yang lain. Sebenarnya anak sudah menge-

nal kegiatan ekonomi ketika mereka telah melakukan kegiatan konsumsi yang pertama kali di lingkungan keluarga sehingga tugas orang tua memberikan contoh yang baik dalam berkonsumsi kepada anaknya penting dilakukan.

Pendidikan ekonomi yang ditanamkan orang tua kepada anaknya berpengaruh terhadap perilaku konsumsi yang dilakukan anak, karena orang tua di sini sebagai contoh atau pentunjuk bagi anaknya. Menurut Iskan (2008:238) beberapa peran penting keluarga adalah memenuhi kesejahteraan secara ekonomi, memberikan dukungan emosional, membentuk gaya hidup, dan sosialisasi. Orang tua yang berasal dari ekonomi kaya, tetapi mereka mendidik dan memberi contoh anak mereka untuk bersikap sederhana maka kebiasaan tersebut akan membentuk anak untuk bersikap sederhana dan tidak boros. Akan tetapi, lain halnya apabila orang tua dari ekonomi rendah apabila memberikan contoh dengan kebiasaan hidup mewah maka yang terjadi juga demikian. Anak tersebut juga akan terbiasa dengan gaya hidup yang ditanamkan oleh orang tuanya.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam perilaku konsumsi, yaitu mengerti dan paham tentang ekonomi yang biasanya disebut dengan melek ekonomi atau dengan bahasa asing disebut *Economic Literacy*. Hal ini sangat penting bagi mahasiswa karena mereka termasuk kelompok konsumen yang tidak realistis, mudah termakan bujukan, gengsi, dan cenderung boros dalam mengalokasikan uangnya. Kadangkadang konsumsi yang dilakukan bukanlah untuk mendapatkan nilai guna dari barang dan jasa tersebut, melainkan untuk menunjukkan pola konsumsinya saja, artinya hanya bertujuan untuk menunjukkan status sosial ekonomi mereka. Padahal fenomena yang terjadi saat ini dimana semua harga kebutuhan melonjak, sedangkan kebutuhan manusia sangat banyak dan juga beragam. Ditambah lagi dengan persaingan dalam iklim dunia usaha yang semakin ketat, banyak sekali produk baru yang diciptakan dengan berbagai strategi yang dilakukan untuk menarik konsumen. Hal ini menjadi pendorong setiap orang untuk bertindak semakin konsumtif. Selain itu, jika mahasiswa kurang pandai dalam mengelola uang dan memiliki *economic literacy* yang kurang akan mengakibatkan tindakan konsumsi yang irasional.

Dengan memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang ekonomi atau dengan bekal *economic literacy* yang telah dimiliki mahasiswa, mereka akan memenuhi kebutuhannya sesuai dengan skala prioritas yang harus dipenuhi terlebih dahulu, yaitu

mereka akan membeli kebutuhan yang primer dulu daripada yang sekunder ataupun kebutuhan tersier sehingga tidak akan terjadi pemborosan pada satu hal yang mungkin dirasa kurang penting sehingga mengabaikan kebutuhan lain yang lebih penting.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang karena kampus Universitas Negeri Malang terletak di tengah-tengah kota. Letak Universitas Negeri Malang yang dekat dengan pusat perbelanjaan, yaitu *mall* besar menuntut mahasiswa khususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi sebagai calon guru ekonomi untuk pandai mengelola uang yang diberikan orang tua mereka, agar mampu bertindak rasional dalam berkonsumsi. Seperti yang kita ketahui bahwa kehidupan mahasiswa merupakan kehidupan yang mudah sekali terpengaruh oleh teman, terpengaruh oleh iklan, terpengaruh oleh godaan barang-barang bagus yang mereka lihat. Selain itu, latar belakang status sosial dan ekonomi orang tua mahasiswa bersifat heterogen. Cara orang tua (keluarga) dalam berkonsumsi dapat menjadi contoh bagi mahasiswa untuk melakukan hal yang sama. Oleh karena itu, faktor *economic literacy* menjadi sangat penting agar mahasiswa tidak berperilaku konsumtif.

Disamping itu, Universitas Negeri Malang merupakan salah satu universitas negeri yang digunakan sebagai jalur pendidikan perguruan tinggi khususnya bagi calon-calon guru ekonomi. Sebagai seorang guru sudah semestinya mereka memiliki tanggung jawab mengajarkan perilaku konsumsi, sehingga diharapkan dapat mengajarkan anak didiknya agar tidak berperilaku konsumtif.

Menurut Basri, dkk. (2013:2) perilaku konsumsi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kepribadian yang meliputi motif, IQ, emosi, cara berpikir dan persepsi. Faktor eksternal meliputi lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, dan sekolah. Menurut Setiadi (2008:11) faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, peran dan status, umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan (1) apakah latar belakang sosial ekonomi orang tua berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (2) apakah pendidikan ekonomi di keluarga berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (3)

apakah latar belakang sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *economic literacy* mahasiswa?, (4) apakah pendidikan ekonomi di keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *economic literacy* mahasiswa, dan (5) apakah *economic literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif *explanatory*. Populasi diambil sampel sebanyak 106 mahasiswa. Penelitian dilakukan pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik angket dan tes. Angket dipergunakan untuk mengumpulkan data tentang latar belakang sosial ekonomi orang tua, pendidikan ekonomi di keluarga, dan perilaku konsumsi mahasiswa. Tes dipergunakan untuk mengumpulkan data tentang *economic literacy*. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis jalur dengan menggunakan aplikasi SPSS 19 for Windows.

HASIL

Hasil penelitian menyimpulkan sebagai berikut. (1) Adanya pengaruh langsung latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. (2) Adanya pengaruh langsung pendidikan ekonomi di keluarga terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. (3) Adanya pengaruh secara positif dan signifikan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap *economic literacy* mahasiswa. (4) Adanya pengaruh secara positif dan signifikan pendidikan ekonomi di keluarga terhadap *economic literacy* mahasiswa. (5) Adanya pengaruh secara positif dan signifikan *economic literacy* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. (6) Adanya pengaruh secara tidak langsung latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi melalui *economic literacy* mahasiswa. (7) Adanya pengaruh secara tidak langsung pendidikan ekonomi di keluarga terhadap perilaku konsumsi melalui *economic literacy* mahasiswa.

PEMBAHASAN

Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumsi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang sosial ekonomi orang tua berpe-

ngaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang. Hal tersebut sesuai dengan pemikiran Gerungan (2002:181) yang menyatakan bahwa keadaan sosial ekonomi mempunyai peranan terhadap perkembangan anak-anak, bahwa dengan adanya perekonomian yang cukup, lingkungan material yang dihadapi anak dalam keluarganya itu lebih luas, ia mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan yang tidak dapat ia kembangkan apabila tidak ada alat-alatnya. Sehingga upaya pemenuhan kebutuhan seorang anak tidak terlepas dari latar belakang atau status sosial ekonomi orang tuanya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mahasiswa yang mempunyai latar belakang sosial ekonomi orang tua yang tinggi mereka akan cenderung memiliki perilaku konsumsi yang baik pula. Mereka lebih memperhatikan pola, strategi, motif dan berkonsumsi meskipun didukung dengan tercukupinya dari sisi materi. Hal tersebut dikarenakan mereka cenderung memperoleh pengetahuan dan pengalaman dalam bertindak sebagai pelaku konsumsi.

Disamping hal di atas mahasiswa yang memiliki latar belakang sosial ekonomi orang tua yang sedang atau rendah mereka cenderung berperilaku konsumtif disebabkan karena terpengaruh oleh temannya yang juga cenderung konsumtif, terpengaruh gengsi sehingga mereka tidak ingin terlihat pola konsumsinya rendah menurut pandangan temannya sehingga mereka tidak terlalu memperhatikan pola, strategi, motif untuk berkonsumsi. Menurut Horton dan Chester (2006:7) determinasi kelas sosial ekonomi, meliputi berbagai aspek-aspek, seperti kekayaan dan penghasilan, pekerjaan, dan pendidikan.

Pengaruh Pendidikan Ekonomi di Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan ekonomi di keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang. Hal ini sejalan dengan pendapat Iskan (2008:238) bahwa beberapa peran penting keluarga adalah memenuhi kesejahteraan secara ekonomi; memberikan dukungan emosional, yaitu kebutuhan akan perhatian, melindungi, memberi, dan mendapatkan rasa aman, dan nyaman dipenuhi melalui interaksi di antara anggota keluarga dalam kehidupan sehari-hari; membentuk gaya hidup, yaitu proses sosialisasi dan interaksi

yang dilakukan memberikan pengaruh terhadap gaya hidup dari anggota keluarga; sosialisasi yaitu sosialisasi dilakukan secara langsung dengan mengajar anak-anak untuk belajar dari apa yang disampaikan orang tuanya. Selain itu, juga secara tidak langsung melalui perilaku yang dilakukan oleh orang tua dan anggota keluarga yang lain.

Memberikan pendidikan ekonomi di keluarga perlu dilakukan karena para anggota keluarga dapat memengaruhi dengan kuat terhadap perilaku konsumsi mahasiswa sebagai seorang anak. Pada kegiatan berkonsumsi orang tua sebagai penasihat dan penentu anaknya dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Menurut Basri, dkk. (2013:2) perilaku konsumsi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal yang meliputi kepribadian yang meliputi motif, IQ, emosi, cara berfikir dan persepsi, sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, dan sekolah.

Biasanya setelah mahasiswa mendapatkan pendidikan ekonomi di keluarga maka mahasiswa tidak cenderung konsumtif dalam berkonsumsi. Pendidikan ekonomi di keluarga akan dijadikan pedoman bagi mahasiswa karena mahasiswa cenderung mengingat atas apa yang diberikan dan disampaikan oleh keluarganya termasuk dalam berkonsumsi. Salah satunya melalui keteladan dengan memberikan contoh nyata dalam aktivitas konsumsi yang efisien.

Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap *Economic Literacy*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, latar belakang sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *economic literacy* mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Hamalik (2004:82) yang menyatakan tentang: "Tingkat pendidikan orang tua, tingkat ekonomi, sikap keluarga terhadap masalah-masalah sosial, realita kehidupan dan lain-lain merupakan faktor yang akan memberi pengalaman kepada anak-anak dan menimbulkan perbedaan dan minat, apresiasi, sikap dan pemahaman ekonomis, perbendaharaan bahasa, abilitas berkomunikasi dengan orang lain, motif berpikir, kebiasaan berbicara, pola hubungan kerjasama dengan orang lain.

Latar belakang sosial ekonomi orang tua yang dapat dilihat dari kekayaan dan penghasilan, pekerjaan, pendidikan orang tua dan lain sebagainya turut menentukan perbedaan salah satunya *economic lit-*

eracy mahasiswa. Seseorang yang mempunyai latar belakang sosial ekonomi orang tua yang tinggi mereka akan cenderung mempunyai pengalaman dan *economic literacy* yang lebih banyak karena mereka lebih ditunjang dengan tercukupinya dari sisi materi. Disamping itu, mereka juga mempunyai fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh orang tuanya misalkan modal untuk wirausaha, *wifi*, dan akan mampu memberi sumber-sumber pengetahuan atau buku. Hal tersebut sesuai pendapat Gerungan (2002:181) keadaan sosial ekonomi tentulah mempunyai peranan terhadap perkembangan anak-anak, bahwa dengan adanya perekonomian yang cukup, lingkungan material yang dihadapi anak dalam keluarganya itu lebih luas, ia mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan yang tidak dapat ia kembangkan apabila tidak ada alat-alatnya.

Pengaruh Pendidikan Ekonomi di Keluarga terhadap *Economic Literacy*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pendidikan ekonomi di keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *economic literacy* mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang. Hal tersebut di dukung oleh pendapat Iskan (2008:238) tentang beberapa peran penting keluarga, di antaranya membentuk gaya hidup melalui proses sosialisasi langsung maupun tidak langsung dan interaksi. Dengan membentuk gaya hidup mahasiswa melalui sosialisasi langsung maupun tidak langsung dan interaksi yang dilakukan orang tua kepada mahasiswa, bagaimana mahasiswa seharusnya bertindak sebagai pelaku ekonomi yang baik. Hal tersebut akan dijadikan suri teladan bagi mahasiswa dari orang tuanya dan menjadikan mahasiswa memiliki *economic literacy* yang baik pula.

Melalui sosialisasi langsung, yaitu dengan mengajarkan mahasiswa untuk belajar dari apa yang disampaikan oleh orang tuanya. Pendidikan ekonomi di keluarga melalui sosialisasi langsung yaitu dapat dilakukan melalui penjelasan verbal yang diberikan orang tua kepada mahasiswa dan diskusi ketelitian dalam pemanfaatan uang dan tentang ekonomi. Sedangkan sosialisasi tidak langsung yaitu melalui perilaku yang dilakukan oleh orang tua dan anggota keluarganya dengan memberikan keteladanan, tuntutan perilaku yang relevan melalui pembiasaan berhemat, menabung, mengalokasikan uang yang dimiliki untuk

konsumsi yang selektif dalam membeli barang. Hal-hal tersebut di atas dapat meningkatkan *economic literacy* mahasiswa.

Pengaruh *Economic Literacy* terhadap Perilaku Konsumsi

Berdasarkan hasil penelitian *economic literacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang. Menurut Setiadi (2008:11) salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi adalah proses belajar, yaitu proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Dari proses belajar, mahasiswa mendapatkan pengalaman dan pengetahuan termasuk tentang *economic literacy* mahasiswa yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam bertindak sebagai pelaku konsumsi.

Economic literacy berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa karena pengertian ekonomi merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang manusia, yakni lebih tepatnya manusia sebagai manusia ekonomi yang harus memenuhi kebutuhannya yang bersifat tidak terbatas dengan menggunakan sumber daya yang terbatas. *Economic literacy* berarti paham terhadap ilmu ekonomi. Dengan mengerti dan paham ilmu ekonomi nantinya mahasiswa akan mampu bertindak rasional sesuai dengan prinsip ekonomi. Dimana ketika mahasiswa memiliki tingkat *economic literacy* yang baik maka perilaku konsumsi mahasiswa juga akan cenderung baik atau rasional dalam berkonsumsi.

Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh *Economic Literacy*

Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh tidak langsung latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi melalui *economic literacy* mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang. Menurut Setiadi (2008:11) faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, peran dan status, umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Determinan kelas sosial ekonomi menurut Horton dan Chester (2006:7), yaitu kekayaan dan penghasilan, pekerjaan, dan pendidikan. Latar belakang sosial ekonomi orang tua yang baik akan memberikan bekal kepada mahasiswa untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman ekonomi atau *economic literacy* yang baik pula. Demikian juga bila mahasiswa memiliki *economic literacy* yang baik mereka akan bertindak rasional dalam berkonsumsi. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Caplan (dalam Kustiandi, 2012:53) jika masyarakat telah melek ekonomi maka diharapkan dapat mengambil keputusan yang tepat baik sebagai konsumen, produsen, investor dan warga negara.

Pengaruh Pendidikan Ekonomi di Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh *Economic Literacy*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan ada pengaruh tidak langsung pendidikan ekonomi di keluarga terhadap perilaku konsumsi melalui *economic literacy*.

Penanaman *economic literacy* penting ditanamkan keluarga kepada mahasiswa sejak kecil. Menurut Yusuf dan Sugandhi (2011:23) lingkungan keluarga dipandang sebagai penentu utama terhadap perkembangan anak. Dengan pendidikan ekonomi yang diberikan oleh keluarga yang diberikan sejak kecil, mahasiswa akan memiliki tambahan *economic literacy* yang lebih baik lagi yang turut mendukung mahasiswa dan memberikan bekal untuk mengendalikan perilaku konsumsinya. Menurut Hamalik (2010:30) hasil dan bukti belajar ialah adanya perubahan tingkah laku. Tingkah laku manusia terdiri dari sejumlah aspek. Hasil belajar akan tampak pada setiap perubahan pada aspek-aspek tersebut. Adapun aspek-aspek tersebut itu adalah: pengetahuan, pengertian, kebiasaan, keterampilan, apresiasi, emosional, hubungan sosial, jasmani, etis/budi pekerti, dan sikap. Kalau seseorang telah melakukan perbuatan belajar maka akan terlihat terjadinya perubahan dalam salah satu beberapa aspek tingkah laku tersebut.

Menurut pendapat Wahyono (2001: 27) intensitas pendidikan ekonomi keluarga diberikan kepada anaknya dengan cara keteladanan, penjelasan verbal, tuntutan perilaku yang relevan, dan diskusi atas kasus-kasus yang relevan. Dengan cara-cara tersebut anak akan memiliki *economic literacy* yang baik yang akan dijadikan acuan dalam bertindak dalam berperilaku konsumsi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan disimpulkan sebagai berikut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) latar belakang sosial ekonomi orang tua berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumsi pendidikan ekonomi di keluarga berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (2) latar belakang sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *economic literacy* mahasiswa, (3) pendidikan ekonomi di keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *economic literacy* mahasiswa, (4) hasil penelitian menunjukkan bahwa *economic literacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (5) latar belakang sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara tidak langsung terhadap perilaku konsumsi yang dimediasi oleh *economic literacy* mahasiswa, (6) pendidikan ekonomi di keluarga berpengaruh secara tidak langsung terhadap perilaku konsumsi yang dimediasi oleh *economic literacy* mahasiswa.

Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan adalah perlunya pendidikan ekonomi di keluarga lebih ditingkatkan lagi dan dijadikan acuan bagi orang tua dalam bentuk perilaku nyata dalam pola berkonsumsi dan dilakukannya sejak anak-anak mereka usia dini, mengingat *economic literacy* memiliki kontribusi terhadap perilaku maka pembelajaran di kampus perlu mengambil contoh-contoh dan sumber belajar yang kontekstual yang bersumber dari masyarakat sekitar.

DAFTAR RUJUKAN

- Basri, M, dkk. 2013. *Pengaruh Pembelajaran Ekonomi dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi*, (Online), (http://portalgaruda.org/download_article.php?article=112222&val=2338, diakses 11 Februari 2014).
- Gerungan, W.A. 2002. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Hamalik, O. 2004. *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hamalik, O. 2010. *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Horton, B.P., dan Chester L.H. 2006. *Sosiologi jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

- Iskan, D. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kustiandi, J. 2012. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Ekonomi Siswa SMA Negeri Se-Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: Pascasarjana Universitas Negeri Malang.
- Setiadi, N.J. 2011. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wahyono, H. 2001. *Pengaruh Perilaku Ekonomi Kepala Keluarga Terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: Pascasarjana Universitas Negeri Malang.
- Yusuf, L.N., Syamsu, Sugandhi, Nani, M. 2011. *Perkembangan Peserta Didik Matakuliah Dasar Profesi (MKDP) bagi Para Mahasiswa Calon Guru di Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan (LPTK)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.