



PENGARUH MEDIA SOSIAL, KONFORMITAS, DAN PENDIDIKAN EKONOMI KELUARGA, TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA KELAS XI SMK 1 KOTA JAMBI TAHUN PELAJARAN 2021/2022

Khairinal Khairinal¹, Siti Syuhada², Rissa Stepani Sitinjak^{3*}

¹)Universitas Jambi, Jambi, Indonesia, email: khairinal.fkip@unja.ac.id

²)Universitas Jambi, Jambi, Indonesia, email: syuhadazahwa@gmail.com

³)FKIP, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia, email: rissasitinjak@gmail.com

*Koresponden: Rissa Stepani Sitinjak³

Abstrak: Penelitian ini ditemukan Perilaku Konsumtif Siswa SMKN 1 Kota Jambi sangat tinggi, akibat dari mengkonsumsi barang yang tidak begitu dibutuhkan, Sekalipun sudah diberikan didikan dari rumah mengenai cara menabung, berhemat dan cerdas mengelola keuangan. Penelitian ini bertujuan: (1) Pengaruh langsung Media Sosial terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga; (2) Pengaruh langsung Konformitas terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga; (3) Pengaruh langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif; (4) Pengaruh langsung konformitas terhadap Perilaku Konsumtif; (5) Pengaruh langsung Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif; (6) Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga; (7) Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode (*path anlisis*). Subjek adalah Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi. Populasi 700 siswa dan Sample 254 siswa. Hasil: (1) Terdapat pengaruh langsung Media Sosial terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar -0,203, (2); tedapat Pengaruh langsung Konformitas terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar -0,201; (3) Terdapat pengaruh langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif sebesar -0,240; (4) Terdapat pengaruh langsung Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebesar 0,198; (5) Terdapat pengaruh langsung Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap stres akademik sebesar -0,240; (6) Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Kelaurga sebesar 0,049; (7) Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar 0,048. Peneliti menyarankan kepada siswa mengurangi konsumsi barang yang tidak teralu penting dapat menyebabkan meningkatnya perilaku konsumtif, serta lebih menerapkan pendidikan ekonomi keluarga yang telah diajarkan dirumah. Dan mengurangi penggunaan media sosial yang terlalu berlebihan.

Kata Kunci: Media Sosial, Konformitas, Pendidikan Ekonomi Keluarga, Perilaku Konsumtif.

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah suatu proses pembelajaran pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan sekumpulan manusia yang diwariskan dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Selain pengertian di atas, pendidikan bisa diartikan sebagai suatu usaha sadar yang dilakukan secara sistematis dalam mewujudkan suasana belajar-mengajar, agar para peserta didik dapat mengembangkan potensi dirinya. Menurut Ki Hajar Dewantara, pendidikan adalah proses menuntun segala kekuatan kodrat yang ada pada anak-anak peserta didik, agar mereka sebagai manusia dan sebagai anggota masyarakat dapat mencapai keselamatan dan kebahagiaan setinggi-tingginya. Jadi dapat disimpulkan bahwa pendidikan adalah suatu proses pembelajaran kepada peserta didik guna mengembangkan kemampuan yang dimilikinya melalui berpendidikan yang mempunyai tujuan yang harus dicapai. Pendidikan tidak terlepas dari kebutuhan dasar manusia, manusia pada dasarnya diciptakan oleh Tuhan Yang Maha Esa untuk berpendidikan supaya mampu menjalani kehidupan yang searah dengan norma dalam masyarakat. Selain itu Pendidikan era globalisasi ini membawa perubahan diberbagai aspek kehidupan manusia. Salah satunya dalam kehidupan sosialnya yang mana setiap individu dituntut lebih cerdas dalam memilih gaya hidupnya. Gaya hidup merupakan dasar dari perilaku manusia.

Menurut Hawkins (2007:113) mengatakan bahwa gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya hidup juga sering kali dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu. Pembentukan gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh situasi yang pernah dijumpainya, kelas sosialnya, kelompok sosial, keluarganya, dan ciri-ciri pribadinya. Gaya hidup setiap orang mengarah pada ekspresi akan situasi, pengalaman hidup, nilai-nilai, sikap dan harapan. Salah satunya adalah gaya hidup pada remaja. Banyak gaya hidup remaja masa kini yang menarik perhatian, mulai dari gaya bahasa, gaya busana, gaya pergaulan hingga gaya kejahatan remaja. Latar belakang sosial, ekonomi dan budaya mempengaruhi setiap gerak langkah mereka. Hal tersebut dapat dilihat dari cara mereka menghabiskan sebagian isi kantong atau dompetnya untuk menjelajahi tempat makan baru dan bergensi, fashion dengan mode yang tidak bisa ditebak arahnya, berganti ponsel model terbaru, selalu update dengan segala perkembangan musik, film dan gadget terbaru (Hawkins, 2007: 78).

Siswa SMA merupakan siswa usia remaja yang menurut kajian psikologi perkembangan periode remaja adalah masa transisi dari periode anak-anak ke periode dewasa. Menurut Irwanto (2002: 190) Masa usia ini bertepatan dengan masa remaja yang selamanya hangat dan menarik. Periode ini dianggap sebagai masa-masa yang amat penting dalam kehidupan seseorang khususnya dalam pembentukan kepribadian individu. Secara umum, periode remaja merupakan klimaks dari periode perkembangan sebelumnya. Ciri perilaku yang menonjol pada usia remaja terlihat pada perilaku sosialnya dalam masa ini dan sikap hidup hemat mempunyai arti yang amat penting dan sangat mempengaruhi perilaku. Pola perilakunya dipengaruhi oleh orang-orang sekitarnya dan pengalaman pribadinya (Irwanto, 2002: 320). Sebagai siswa SMA yang berada pada usia remaja maka perilaku konsumtif tidak terlepas dari pengaruh teman sebaya maupun orang-orang disekitarnya. Perilaku konsumsi siswa SMA saat ini secara empirik terlihat mempunyai perilaku konsumtif yang tinggi, terlihat pada perilaku siswa yang terbiasa makan di restoran, jalan-jalan dan berbelanja di mall memiliki berbagai jenis handphone dan berbagai macam barang-barang yang lain. Perilaku konsumsi siswa dianggap konsumtif karena kebutuhan atau konsumsi yang dilakukan tidak sesuai dengan kemampuan orang tua, apabila hal ini dibiarkan maka akan mempunyai dampak yang negatif untuk itu maka diperlukan pendidikan ekonomi baik di lingkungan keluarga maupun di lingkungan sekolah yang akan membentuk melek ekonomi yang berkaitan dengan sikap hidup hemat siswa sehingga akan menciptakan perilaku ekonomi yang rasional.

Kegiatan konsumsi tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan manusia. Karena kebutuhan manusia tidak terbatas dan manusia harus dapat memenuhi setiap kebutuhannya. Namun pada hakikatnya manusia selalu saja merasa kurang atau selalu merasa tidak puas akan sesuatu. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul. Barang-barang yang dahulu dianggap kebutuhan sekunder, berubah menjadi kebutuhan primer, dan barang-barang mewah telah menjadi kebutuhan sekunder, bahkan cenderung menjadi kebutuhan primer. Menurut Chatijah dan Purwadi (dalam Septi, 2013: 25) barang-barang kebutuhan tersier, pada saat ini juga telah banyak yang menjadi kebutuhan utama, yang biasanya berupa fasilitas-fasilitas yang membuat kesenangan semata seperti tempat bioskop, cafe, karaoke, tempat hiburan dan lain sebagainya. Konsumtif menjelaskan keinginan untuk memiliki atau mengkonsumsi barang secara berlebihan. Dan barang yang dikonsumsi biasanya kurang diperlukan dan bukan menjadi kebutuhan pokok (Sukari, 2013: 127). Perilaku konsumtif sendiri menggambarkan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001: 230). Padahal seharusnya konsumen dapat bertindak rasional dalam memenuhi kebutuhannya, namun kenyataannya tidak sedikit konsumen yang berperilaku tidak rasional atau menuruti kehendak hati dengan membeli barang yang tidak begitu dibutuhkan.

Menurut Dharmmesta dan Handoko (dalam Murisal, 2012: 45) hal tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku yang tidak direncanakan (*impulsive behavior*) yang akhirnya mengarah pada perilaku konsumtif dan memicu seseorang untuk bersikap boros. Rahman (dalam Sukari, 2013: 299) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dan hedonisme telah melekat pada kehidupan manusia. Karena hidup dalam dunia konsumerisme tidak pandang umur, jenis kelamin ataupun status sosial. Pola hidup konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi imuda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan. Loudon dan Bitta (dalam Rezki, 2013: 95) menjelaskan bahwa siswa adalah kelompok yang berorientasi konsumtif. Perilaku konsumtif pada remaja antara 12-18 tahun dapat terjadi karena pada saat tersebut remaja berada dalam tahapan usia yang merupakan masa peralihan dan pencarian identitas. Seharusnya pada usia tersebut siswa dapat menyesuaikan kebutuhannya.

Kebutuhan yang dapat menunjang prestasi mereka dalam kegiatan belajar (seperti membeli buku pelajaran, peralatan sekolah ,dll). Namun sering kali remaja yang bersekolah mengalami perubahan lingkungan, dari lingkungan keluarga di rumah beralih ke lingkungan sekolah yang sedikit banyak memberikan pengaruh kepada siswa. Dan pada akhirnya gaya hidup siswa disekolah memicu siswa berperilaku konsumtif. Siswa cenderung melakukan pembelian secara berlebihan tanpa memperhatikan kebutuhannya agar bisa diterima oleh lingkungannya, menaikkan gengsi, prestise dan untuk tampil beda dari lingkungannya. Selain itu perkembangan teknologi informasi menyebabkan *smartphone* menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi siswa. Sejalan dengan perkembangan *smartphone*, media sosialpun juga mengalami perkembangan. Angelina (2016:287) menyatakan melalui media sosial kita dapat terhubung dengan setiap orang untuk kebutuhan berkomunikasi, memperbanyak relasi, menambah wawasan dan pengetahuan, pendidikan, bisnis, maupun hiburan. Hal ini yang menyebabkan siswa terkadang tidak fokus dalam belajar, karena terlena dengan kemajuan teknologi yang memudahkan mereka dalam mencari informasi. Melalui sosial media siswa dapat mencari informasi apapun dan dimanapun. Tak jarang media sosial dijadikan ajang pamer bagi sebagian siswa. Karena siswa dapat memperbarui (*update*) aktivitas mereka. Padahal seharusnya sosial media dapat menjadi media yang memudahkan mereka dalam mencariteman belajar dengan mudah, mencari informasi terkait dengan pelajaran. Dengan banyaknya siswa yang mengakses media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *youtube*, dll membuat banyak produsen yang memasarkan produknya melalui mediasosial, sehingga

terjadilah aktivitas jual beli secara online. Produsen menjadikan siswa sebagai salah satu target pasar yang potensial, karena siswa mudah terbujuk rayuan iklan, suka mengikuti teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Belum lagi unsur-unsur budaya asing seperti pola pergaulan hedonis telah melekat pada gaya hidup remaja (Nesa, 2014: 14).

Pembelian yang tidak terkendali dan tidak berdasarkan kebutuhan merupakan salah satu contoh bahwa siswa belum mampu melakukan kegiatan konsumsi secara baik bahkan cenderung tidak rasional karena hanya membeli berdasarkan keinginan. Efek samping yang dihasilkan dari online shopping dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Remaja berperilaku konsumtif karena remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di kelompok. Padahal seharusnya siswa membangun hubungan yang pertemanan yang baik agar dapat menunjang prestasi belajarnya. dengan belajar kelompok, atau saling mengingatkan apabila teman melanggar peraturan sekolah,dll. Menurut Hartati (dalam Oki, 2016: 201) fenomena yang terjadi di kalangan remaja yaitu mereka melakukan berbagai cara untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya menyebabkan siswa berusaha untuk mengikuti beberapa atribut yang sedang banyak peminatnya. Dampak sosial dari perilaku konsumtif adalah dapat menciptakan kesenjangan antar sesama. Selain itu, siswa dapat menarik diri dan tidak ingin bergaul dengan teman sekelompoknya karena merasa tidak dapat memenuhi gaya hidup seperti temannya (Riska, 2016:117).

Kelompok teman sebaya sebagai kelompok yang lebih memberikan pengaruh dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Karena terkadang remaja membeli sesuatu bukan karena kebutuhan tapi karena pendapat orang lain sangat penting bagi dirinya dan ia ingin tampil menarik seperti teman-temannya. Untuk menuruti perilaku yang konsumtif bagi seseorang memerlukan biaya yang tidak sedikit. Menurut Lina dan Rosyid (dalam Wahyudi, 2013: 222) perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Padahal siswa merupakan pelajar yang tergolong bukan angkatan kerja (pengangguran) ataupun sedang bekerja melainkan mereka bersekolah, sehingga siswa tidak memiliki pendapatan tetap sendiri.

Pendapatan siswa dapat berasal dari uang saku dari orang tua, dan beasiswa (jika penerima beasiswa). Sekolah yang seharusnya menjadi tempat dimana parasiswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki (Gumulya, 2013:112). Ketika banyak siswa menerapkan gaya hidup konsumtif, kehidupan disekolah semakin jauh dari fungsi sekolah yang sebenarnya. Dalam bergaul dengan suatu kelompok sosial maupun dilingkungan sekitar, siswa tidak harus menyesuaikan perilaku teman-temannya atau pun orang lain, siswa diharapkan mampu menerima dan memandang bagaimana keadaan dirinya serta mampu bergaul dengan siapapun, dimanapun tanpa memandang dari mana individu berasal, bagaimana status sosial individu dan dari segi ekonomi individu. Selain itu seharusnya siswa dapat memanfaatkan uang saku dari orang tua dengan sebaik mungkin, agar nantinya ia dapat mengendalikan diri untuk tidak berperilaku konsumtif dan dapat mengalokasikan uang saku nya untuk kebutuhan sekolah, apalagi jika siswa mempunyai inisiatif untuk menabung, tentu dapat memberikan manfaat yang baik untuk masa yang akan datang.

Perilaku konsumtif siswa menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan siswa di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Ada banyak penyebab siswa berperilaku konsumtif seperti kemajuan teknologi yang memudahkan siswa melakukan belanja secara online melalui media sosial, adanya perubahan lingkungan. Penyebab lain yaitu dikarenakan di sekolah siswa bertemu dengan siswa lain yang memiliki tingkat ekonomi lebih tinggi, pergaulan dan pola pikir yang baru, style yang semakin berkembang, pengetahuan teknologidan informasi yang lebih maju, dan adanya uang saku yang diberikan

oleh orang tuanya, dan lengkapnya fasilitas yang mereka miliki (misalnya: mobil/kendaraan, smartphone, dan gadget lainnya). Untuk menduga penyebab perilaku konsumtif siswa, dilakukan observasi kepada beberapa siswa kelas XI di SMK Negeri 1 Kota Jambi. Hasil observasi mengarah pada temuan masalah perilaku konsumtif siswa yang diduga disebabkan oleh kurangnya Pengetahuan mengenai Penggunaan Media Sosial, Konformitas dan Pendidikan Ekonomi Keluarga. Sosial, Konformitas dan Pendidikan Ekonomi Keluarga.

Dipilihnya tiga variabel bebas tersebut juga dikarenakan variabel tersebut mewakili faktor-faktor internal dan eksternal serta pemilihan variabel bebas. Untuk memperkuat dugaan mengenai perilaku konsumtif di SMK Negeri 1 Kota Jambi dilakukan observasi awal pada tanggal 27 September 2020 dengan responden sebanyak 46 siswa. Tingginya angka penggunaan media sosial instagram dikarenakan instagram dapat digunakan sebagai media atau sarana untuk memasarkan produk dengan mudah dan jelas, sehingga banyak user atau pengguna menjadikan instagram sebagai lahan bisnis. Susan Rose sebagai product marketing director instagram menyatakan adopsi bisnis melalui Instagram di Indonesia termasuk lima tertinggi di dunia (<https://bisnis.tempo.co.id>). Lahan bisnis yang dimaksud disini adalah cara seseorang untuk mempromosikan dan menjual produk atau barang kepada pengguna instagram lain yang biasa disebut sebagai online shop. Dalam membeli barang siswa sering melihat review yang ada pada instagram karena barang yang akan dibeli dapat dilihat secara jelas dan spesifik melalui gambar dan video. Media sosial berpengaruh besar terhadap perilaku konsumtif siswa. Karena perkembangan teknologi saat ini yaitu melalui instagram siswa dapat mengakses akun-akun penjualan online dengan mudah dan praktis.

Siswa cenderung membentuk sekumpulan atau sekelompok teman sebaya yang memiliki kesamaan dalam hal adanya kebutuhan sosial, kesamaan hobi atau kegemaran, kesamaan sikap dan perilaku. Itulah sebabnya kelompok teman sebaya juga mempengaruhi perilaku konsumtif siswa. Mappiere (dalam Sukari, 2013:15) menyatakan bahwa remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di kelompok, salah satunya adalah mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebaya. Dan dipilihnya siswa kelas XI karena berdasarkan hasil penelitian Kanuk dan Schiffman (dalam Sari, 2005:50) menyatakan bahwa remaja usia 16 sampai 21 tahun tergolong konsumen yang konsumtif, karena dalam membeli produk hanya ditunjukkan untuk prestise dan harga diri. Menurut Sumartono (dalam Andin, 2016:42) mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja.

Karena secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Selain itu menurut Sukari (2013:159) remaja antar umur 12 sampai 18 tahun seringkali berperilaku konsumtif karena pada usia tersebut merupakan masa peralihan dan pencarian identitas. Kelas XI dipilih menjadi objek penelitian karena dinilai paling sesuai dengan kriteria. Kelas XI merupakan tahap awal atau penyesuaian dan belum terpengaruh dengan lingkungannya. Kelas XI adalah masa dimana siswa SMA merasa ingin melakukan banyak hal, lebih berorientasi pada lingkungan pergaulan dan selalu ingin mencoba hal baru. Padahal siswa kelas XI harusnya dapat memanfaatkan rasa penasarannya mereka kepada hal yang lebih positif seperti ke arah mata pelajaran. Semakin meningkatkan disiplin belajar mereka dan memanfaatkan uang saku untuk keperluan belajar. Tetapi kenyataannya selama ini, siswa kelas XI di SMK Negeri 1 masih banyak yang menerapkan perilaku konsumtif, baik konsumtif dalam berpakaian, gadget dan lain sebagainya. Dan kelas XII sudah mulai matang dan fokus mempersiapkan diri untuk ujian nasional dan mendaftar di perguruan tinggi.

Penelitian mengenai perilaku konsumtif dengan objek siswa XI sebelumnya juga pernah dilakukan oleh Andin (2016: 550) hasil penelitian tersebut adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 6 Yogyakarta. Siswa merupakan kalangan yang "melek" teknologi dan sangat dekat

dengan dunia internet sehingga fenomena penggunaan nmedia sosial instagramu ntuk melakukan online shopping sangat dekat dengan mereka. Selainitu, siswa merupakan salah satu yang berpotensi aktif dalam menggunakan situs jejaring sosial. Penggunaan variabel Pendidikan Ekonomi Keluarga, Media Sosial dan Konformitas yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa XI SMK Negeri 1 kota Jambi ini diperkuat dengan penelitian terdahulu seperti penelitian yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsiatas Lingkungan dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi” yang dilakukan oleh Purwati (2011:220) menyatakan bahwa status sosial ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa, semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua siswa, maka semakin tinggi pula tingkat rasionalitas siswa dalam berkonsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh Sipunga (2014:132) dengan judul“ Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu status sosial ekonomi orang tua orang tua tentu sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli pada remaja, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Lestari, 2006:117) From (1995:34) mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya.

Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Lebih jauh Karto diharjo (1995: 25) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai social ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merkter kenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja “Arrow atau tas Gucci”. Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut “Simbol Status”. Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995: 80) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan

kesenangan dari pada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman buruk yang dilakukan remajalainya. Dari uraian ini, peneliti menggunakan definisi dari Myers (2013: 90) yaitu, konformitas teman sebaya merupakan perubahan perilaku atau pemikiran individu agar sesuai dengan standar kelompok yang memiliki kesamaan usia. Baron dan Byrne (2005: 93) konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Berdasarkan pendapat ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa konformitas adalah perubahan sikap dan perilaku individu sebagai akibat dari adanya tekanan yang dibentuk oleh suatu kelompok, dimana individu berusaha agar sesuai dengan norma-norma yang ada didalam kelompok tersebut.

Sosial Media

Media sosial/*social media* atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Media sosial secara umum didefinisikan sebagai segala jenis media yang hanya bisa diakses melalui internet dan berisikan teks, foto, video, dan suara (Angelina, 2016:22). Menurut Kaplan dan Michael (dalam I Gusti, tanpa tahun: 10) media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0* yang merupakan platform dasar sosial media. Terdapat enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (*wikipedia*), blog dan microblogs (*twitter*), komunitas konten (*youtube*), situs jaringan sosial (*facebook, instagram*), dll. Kesimpulannya media sosial adalah sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Keberadaannya pun semakin tidak bisa dipisahkan dari cara berkomunikasi antar manusia (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014:56). Lebih ekstrimnya manusia kini tidak bisa dipisahkan dari media sosial. Dalam penelitian ini penggunaan media sosial lebih terfokus pada media sosial. Bentuk komunikasi yang terjadi dalam media sosial instagram tidak dilakukan dengan bertatap muka secara langsung, semua kegiatan dilaksanakan secara online atau memanfaatkan jaringan internet. Menurut Safko dan Brake (dalam Kuspuji, 2013:75) sosial media mengacu pada kegiatan dan perilaku dikalangan komunitas orang-orang yang bertemu secara online untuk berbagi informasi, pengetahuan dan pendapat menggunakan media percakapan. Media percakapan adalah aplikasi berbasis web yang memungkinkan dengan mudah membuat dan mengirimkan konten dalam kata-kata, gambar, video dan audio.

Konformitas

Konformitas pertama kali dipelajari secara sistematis oleh Salomon Asch (1951:69). Konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada (Kulsum & Jauhar, 2014:72). Myers (2013:133) mengemukakan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku atau pemikiran individu agar sesuai dengan standar kelompok. Menurut Feldman (dalam Sobur, 2016:54) konformitas adalah perubahan perilaku atau sikap yang dibawa oleh hasrat untuk mengikuti kepercayaan atau standar dari orang lain. Konformitas merupakan perubahan dalam seseorang untuk menyelaraskan lebih dekat dengan standar kelompok (King, 2010:90). Menurut Shiraev dan Levy (dalam Sobur, 2016:78) konformitas merupakan bentuk pengaruh sosial ketika individu mengubah sikap dan /atau perilakunya untuk mematuhi norma sosial yang ada. Menurut Tang, Wu, dan Sun (2013:56) konformitas adalah jenis pengaruh sosial yang melibatkan perubahan pendapat atau perilaku agar dapat dilakukan dengan kelompok. Santrock (2005:90) konformitas adalah ketika individu menerima sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka. Teman sebaya adalah orang-orang dengan tingkat usia atau tingkat kedewasaan yang

sama. Salah satu fungsi utama dari kelompok teman sebaya adalah untuk menyediakan berbagai informasi mengenai dunia luar keluarga. Dari kelompok teman sebaya remaja mendapatkan umpan balik mengenai kemampuan mereka, remaja belajar apakah yang mereka lakukan lebih baik, atau bahkan lebih buruk yang dilakukan remaja lainnya. Dari uraian ini, peneliti menggunakan definisi dari Myers (2013:60) yaitu, konformitas teman sebaya merupakan perubahan perilaku atau pemikiran individu agar sesuai dengan standar kelompok yang memiliki kesamaan usia.

Pendidikan Ekonomi Keluarga

Pendidikan Ekonomi Keluarga merupakan abstraksi gambaran atau ide dalam proses mengajarkan dan memberikan contoh yang baik untuk merubah perilaku seseorang dalam hal ekonomi dengan tujuan menunjukkan perilaku ekonomi yang baik. (dalam Afrianti, 2020:33). Seperti yang diketahui bahwa pendidikan ekonomi keluarga terdiri dari beberapa menifes, yaitu pemberian contoh nyata dalam aktivitas konsumsi, pemberian contoh dalam aktivitas produktif, pemberian penjelasan dalam pemanfaatan uang, strategi dalam memberikan penjelasan konsep ekonomi, pembiasaan untuk rajin menabung, berhemat, mengatur uang dalam pemenuhan kebutuhan, dan pembiasaan untuk selektif dalam pembelian barang dan jasa. Dengan pendidikan ekonomi keluarga yang bersifat informal berpengaruh terhadap pola pikir ekonominya. Sebagai contoh pemberian uang saku yang tidak berlebih akan membuat anak lebih selektif dalam menggunakan uangnya. Pembiasaan membeli barang yang sesuai kebutuhan kepada anak akan mewujudkan pola pikir yang baik. dengan pola pikir yang baik akan berpengaruh terhadap pola tindak dalam berkonsumsi. Selain itu peran dan fungsi keluarga erat kaitannya dengan sosialisasi anak sebagai konsumen. Sosialisasi yang diberikan kepada anak sebagai konsumen diartikan sebagai proses di mana seorang anak memperoleh pengetahuan, ketrampilan dan sikap yang relevan dengan fungsinya sebagai konsumen di pasar. Proses sosialisasi tersebut juga diartikan sebagai proses bagaimana seorang anak memperoleh pengetahuan tentang barang dan jasa serta pengetahuan konsumsi, pencarian informasi dan ketrampilan untuk menawar barang dan jasa (Schiffman & Kanuk, 2008).

Pendidikan merupakan salah satu peranan yang sangat penting dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Pendidikan suatu proses yang mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan dalam bertingkah laku, menurut Vernon S. Gerlach & Donal P. Ely (dalam Arsyad, 2012:23). Dengan kata lain, orang yang dianggap belajar adalah orang yang menunjukkan perubahan tingkah laku dalam hidupnya, yaitu mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang dianggap masuk akal atau memiliki kecakapan hidup sesuai dengan kaidah-kaidah kehidupan yang diperolehnya di dunia pendidikan. Generasi baru memiliki sikap hidup dalam menghadapi kehidupan masakini dalam proses perubahan dan pembaharuan. Pandangan yang dianut untuk menghadapi masa kini dinamakan modernitas. Modernitas setiap orang berbeda-beda, tergantung lingkungan masyarakat dimana orang tersebut hidup. Modernitas individu yang dimiliki masyarakat cenderung tinggi bila masyarakatnya sudah maju. Modernitas cenderung rendah bila Masyarakat tersebut belum maju (tradisional). Oleh karena itu, ada dua konsep modernitas, yakni modernitas masyarakat dan modernitas individu. Proses modernitas masyarakat maupun modernitas individu dikatakan lancar sangat tergantung pada keadaan masyarakat itu sendiri. Jadi, pandangan yang konstruktif terhadap inovasi baru dapat mempercepat proses modernitas. Apabila masyarakat individu bersifat terbuka terhadap hal-hal baru, maka ada kecenderungan proses modernitas itu akan berlangsung secara cepat.

Dalam masyarakat modern yang dinamis, transformasi tata nilai merupakan suatu proses yang harus dilakukan secara terus-menerus, dalam arti bahwa masyarakat dan individu terus menerus berusaha untuk memahami makna dari berbagai perubahan yang terjadi beserta

akibat yang ditimbulkan dalam kehidupan. Pendidikan yang mendasar pada perubahan tingkah laku dan modernitas memiliki peranan dalam membentuk sikap yang rasional, salah satunya yaitu pada pengambilan keputusan ekonomi yang dalam hal ini perilaku konsumsi yaitu pada pendidikan ekonomi dalam keluarga (Ayuningtyas, 2014:90). Keluarga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku ekonomi seseorang. Keluarga memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perkembangan anak, karena sebagian besar kehidupan anak berada di tengah keluarganya. Pendidikan yang diberikan orangtua seharusnya memberikan dasar bagi pengetahuan anak. Pola sikap, perilaku, dan nilai-nilai budaya lokal yang ditanamkan orang tua pada anak merupakan landasan bagi perkembangan tingkah laku anak selanjutnya (Wahyono, 2001:58). Pendidikan ekonomi keluarga memiliki peranan terkait pembentukan perilaku individu termasuk dalam hal konsumsi. Pendidikan dikeluarga juga membentuk literasi ekonomi yang dimiliki seseorang. Melalui pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan akan memunculkan pola pikir yang baik. Pola pikir ini terwujud dalam literasi ekonomi yang dimiliki seseorang. Berkaitan dengan pendidikan ekonomi dikeluarga, sesuai dengan *teori Vygotsky* dalam Santrock (2007:132) menyatakan bahwa sekolah formal merupakan salah satu agen budaya yang menentukan pertumbuhan remaja. Disamping itu, sikap orang tua juga memengaruhi pembentukan pengetahuan. Pendidikan yang pertama merupakan pondasi bagi pendidikan selanjutnya. Pemerolehan pengetahuan seseorang bermula dari lingkup individu sebagai peristiwa internalisasi. Terkait perubahan perilaku konsumsi yang terjadi, literasi ekonomi dianggap sangat penting dalam meningkatkan kompetensi setiap individu untuk membuat keputusan pribadi dan sosial tentang banyak isu-isu ekonomi yang akan dihadapi seumur hidupnya (Walstad, 1998:38). Hal ini dilatarbelakangi di mana aspek kehidupan selalu berkaitan dengan masalah ekonomi.

Literasi ekonomi yang telah didapatkan sejak dari pendidikan dikeluarga sampai di sekolah menengah atas (SMA), diharapkan dapat membentuk sikap yang rasional kepada siswa dalam berkonsumsi. Seperti yang diketahui bahwa pendidikan ekonomi keluarga terdiri dari beberapa manfaat, yaitu pemberian contohnya tadalam aktivitas konsumsi, pemberian contoh dalam aktivitas produktif, pemberian penjelasan dalam pemanfaatan uang, strategi dalam memberikan penjelasan konsep ekonomi, pembiasaan untuk rajin menabung, berhemat, mengatur uang dalam pemenuhan kebutuhan, dan pembiasaan untuk selektif dalam pembelian barang dan jasa. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada siswa SMA dan MA di wilayah kota batu dapat disimpulkan bahwa pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunikwati (2012:225), dalam penelitiannya menyatakan bahwa pendidikan ekonomi berpengaruh terhadap perilaku berkonsumsi. Rasionalnya adalah apabila pendidikan ekonomi keluarga baik maka perilaku konsumsi akan cenderung rasional. Senada dengan Suryani (2008:240) yang menyatakan bahwa peran dan fungsi keluarga erat kaitannya dengan sosialisasi anak sebagai konsumen. Sosialisasi yang diberikan kepada anak sebagai konsumen diartikan sebagai proses dimana seorang anak memperoleh pengetahuan, keterampilan dan sikap yang relevan dengan fungsinya sebagai konsumen di pasar.

Proses sosialisasi tersebut juga diartikan sebagai proses bagaimana seorang anak memperoleh pengetahuan tentang barang dan jasa serta pengetahuan konsumsi, pencarian informasi, dan keterampilan untuk menawar barang dan jasa (Schiffman & Kanuk, 2008:307). Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan yang dilakukan individu dalam bentuk reaksi individu maupun kelompok yang dipengaruhi oleh lingkungan sehingga muncul adanya sebuah rangsangan (KBBI). Perilaku juga dapat diartikan suatu yang dilakukan, dikatakan, dipikirkan dan dirasakan oleh individu dengan tanpa memperhatikan apakah itu mempunyai tujuan atau arti bagi individu. *Dalam Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikemukakan Icek (dalam Sumarwan, 2011:187) menyatakan bahwa perilaku manusia terlebih dahulu

dipengaruhi oleh minat (*behavior intenstion*). Minat akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma objektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku (*percieved behavioral control*) yaitu bagaimana konsumen memiliki persepsi terhadap pengendalian perilaku.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model analisis jalur (*path analysis*) yang dibantu dengan aplikasi *SPSS 25.0 for windows* untuk pengujian hipotesis. Karena diantara variabel eksogen dengan variabel endogen terdapat intervening yang memengaruhi. Penelitian ini dilakukan terhadap Siswa kelas XI SMK Negeri 1 Kota Jambi dengan secara sukarela mengisi kuesioner online. Menurut Sugiyono (2017:63) teknik random sampling adalah teknik penambihan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Selanjutnya Menurut Imron (dalam Pranata, Khairinal dan Denmar 2021: 41) Metode atau teknik pengumpulan data adalah suatu teknik pengumpulan data yang akan digunakan untuk memperoleh bahan dan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Penentuan ukuran sampel diambil berdasarkan rumus dari Slovin dalam Nursiyono (2015:152) tentang ukuran sampel yang ditentukan menurut rumus berikut:

$$N = \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)}$$

Dimana:

N : Populasi Penelitian

n : Sampel

E : presentasi kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir.

$$n = \frac{700}{1 + (700) \cdot (5\%)^2} = \frac{700}{1 + (700) \cdot (0,05)^2} = 254$$

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu angket. Uji Instrumen penelitian dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji homogenitas dan uji linearitas. Uji asumsi regresi yang digunakan yaitu uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan autokorelasi. Teknik analisis data berupa hasil analisis deskriptif dan analisis *path*. Dan uji hipotesisnya yaitu 1) Pengaruh langsung, 2) Pengaruh tidak langsung, 3) Pengaruh total.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Prasyarat Analisis

Hasil uji normalitas data, berdasarkan *one-sample Kolmogorov-Smirnov test* diketahui nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* lebih besar dari (0,149 > 0,05)), yang berarti data berdistribusi normal. Pada Uji homogenitas, hasil *Test of Homogeneity of Variances*, variabel media sosial diperoleh nilai Sig (0,139 > 0,05) pada variabel komformitas diperoleh nilai Sig (0,076 > 0,05), dan pada variabel pendidikan ekonomi keluarga (0,408 > 0,05) Artinya ketiga variabel penelitian bersifat homogen. Berdasarkan ANOVA table, media sosial terhadap perilaku konsumtif linier (nilai sig. *deviation from linearity* 0,198 > 0,05), variabel komfirmatas terhadap perilaku konsumtif linier (nilai sig. *deviation from linearity* 0,098 > 0,05), dan variabel pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif linier (nilai sig. *deviation from linearity* 0,074 > 0,05). Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak ditemukan

adanya korelasi antar variabel bebas sehingga pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas, diketahui nilai variabel media sosial mempunyai nilai tolerance $0,956 > 0,05$ dan nilai VIF $1,046 < 10$, variabel konformitas nilai tolerance $0,959 > 0,05$ dan VIF $1,043 < 10$, variabel pendidikan ekonomi keluarga mempunyai nilai tolerance $0,922 > 0,05$ dan VIF $1,085 < 10$. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan antara variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap variabel Y tidak terjadi gejala multikolinearitas. Berdasarkan dari *Coefficients^a* nilai signifikansi dari masing-masing variabel X_1 , X_2 , dan X_3 . Hal tersebut sesuai dengan kaidah pengujian uji heteroskedastisitas yaitu dengan melihat pola pada *scatterplot* dan hasil dari grafik scatterplots titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Pengaruh langsung Media Sosal terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga (H1)

Tabel 1. hasil coefficients

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 75,531 | 3,734 | | 20,225 | ,000 |
| | media sosial | -,189 | ,057 | -,203 | -3,287 | ,001 |

a. Dependent Variable: pendidikan ekonomi keluarga

Sumber: data primer, 2022

Berdasarkan table 1 Koefisiennya yaitu sebesar -0,203, diperoleh nilai thitung sebesar -3,287 dengan taraf signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, sedangkan nilai ttabel 3,287. Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 75,531 + (-0,189X_1)$, Karena thitung 3,287 lebih besar dari ttabel 1,650875. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh media sosial terhadap pendidikan ekonomi keluarga sebesar -0,203. Pengaruh langsung Konformitas terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga (H2)

Tabel 2. hasil coefficients

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 74,371 | 3,425 | | 21,712 | ,000 |
| | konformitas | -,214 | ,066 | -,201 | -3,249 | ,001 |

a. Dependent Variable: pendidikan ekonomi keluarga

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan table 2 Koefisiennya yaitu sebesar -0,201, diperoleh nilai thitung sebesar -3,249 dengan taraf signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, sedangkan nilai t_{tabel} 3,249. Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 74,371 + (-0,201X_2)$, Karena thitung 3,249 lebih besar dari t_{tabel} . Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh konformitas koterhadap pendidikan ekonomi keluarga sebesar -0,201.

Pengaruh langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif (H3)

Tabel 3. Hasil coefficients

| | | Coefficients ^a | | | |
|-------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t |
| 1 | (Constant) | 44,326 | 4,221 | | 10,500 |
| | media sosial | ,303 | ,065 | ,282 | 4,658 |

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel 3 Koefisiennya yaitu sebesar 0,282, diperoleh nilai thitung sebesar 4,658 dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai t_{tabel} . Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 44,326 + 0,282X_3$, Karena t_{hitung} 4,658 lebih besar dari t_{tabel} . Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,282.

Pengaruh langsung Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif

Tabel 4. Hasil Coefficients

| | | Coefficients ^a | | | |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t |
| 1 | (Constant) | 51,260 | 3,954 | | 12,965 |
| | konformitas | ,244 | ,076 | ,198 | 3,203 |

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel 4 Koefisiennya yaitu sebesar 0,198, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,203 dengan taraf signifikan sebesar $0,002 < 0,05$, sedangkan nilai t_{tabel} . Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 51,260 + 0,198X_4$, Karena t_{hitung} 3,203 lebih besar dari t_{tabel} . Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,198.

Pengaruh langsung Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif

Tabel 5. Hasil Coefficients

| | | Coefficients ^a | | | |
|-------|-----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | t |
| 1 | (Constant) | 81,293 | 4,533 | | 17,935 |
| | pendidikan ekonomi keluarga | -,277 | ,071 | -,240 | -3,931 |

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan table 5 Koefisiennya yaitu sebesar -0,240, diperoleh nilai thitung sebesar 3,931 dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai t_{tabel} . Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 81,293 + (-0,240X_5)$, Karena t_{hitung} 3,931 lebih besar dari t_{tabel} . Dengan

demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif sebesar -0,240.

Pengaruh tidak langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Kewirausahaan (H6)

Untuk mengetahui apakah variabel entrepreneur mentality mampu memediasi variabel pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausahaan yaitu:

Pengaruh langsung media sosial terhadap perilaku konsumtif

$$= P_{x1y}$$

$$= 0,282$$

Pengaruh tidak langsung media sosial melalui pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif

$$= (P_{x1X3}) \times (P_{yx3})$$

$$= -0,203 \times -0,240$$

$$= 0,049$$

Pengaruh Total

$$= \text{Pengaruh langsung} + \text{pengaruh tidak langsung}$$

$$= 0,282 + 0,049$$

$$= 0,331$$

Jadi pengaruh langsung yang diberikan media sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,282. Sedangkan pengaruh tidak langsung media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui pendidikan ekonomi keluarga sebesar 0,049. Maka pengaruh totalnya sebesar 0,331. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh tidak langsung media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui pendidikan ekonomi keluarga sebesar 0,049.

Pengaruh tidak langsung Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga (H7)

Untuk mengetahui apakah variable pendidikan ekonomi keluarga mampu memediasi variabel perilaku konsumtif terhadap pendidikan ekonomi keluarga yaitu:

Pengaruh langsung konformitas terhadap perilaku konsumtif

$$= P_{x2y}$$

$$= 0,198$$

Pengaruh tidak langsung konformitas melalui pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif

$$= (P_{x2X3}) \times (P_{yx3})$$

$$= -0,201 \times -0,240$$

$$= 0,048$$

Pengaruh Total

$$= \text{Pengaruh langsung} + \text{pengaruh tidak langsung}$$

$$= 0,198 + 0,048$$

$$= 0,246$$

Jadi pengaruh langsung yang diberikan media sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,048. Sedangkan pengaruh tidak langsung media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui pendidikan ekonomi keluarga sebesar 0,048. Maka pengaruh totalnya sebesar 0,246. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh tidak langsung media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui pendidikan ekonomi keluarga sebesar 0,048.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) terdapat pengaruh langsung Media Sosial terhadap Pendidikan Ekonomi Keluargasiswa kelas X SMK N 1 Kota Jambiyaitu sebesar -0,203, diperoleh nilai thitung sebesar -3,287 dengan taraf signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh media sosial terhadap pendidikan ekonomi keluarga sebesar -0,203 Siswa Kelas XI SMK N 1 Kota Jambi; 2) Terdapat pengaruh langsungKonformitasterhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi yaitu sebesar -0,201, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,249 dengan taraf signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh konformitas terhadap pendidikan ekonomi keluarga sebesar -0,201 Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi; 3) Terdapat pengaruh langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X SMKN 1 Kota Jambi yaitu sebesar 0,282, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,658 dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,282 Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi; 4) Terdapat pengaruh langsung Konformitas terhadap Perilaku KonsumtifSiswa Kelas X SMKN 1 Kota Jambi yaitu sebesar 0,198, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,203 dengan taraf signifikan sebesar $0,002 < 0,05$.

Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,198 Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi; 5) Terdapat pengaruh langsung Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi yaitu sebesar -0,240, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,931 dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif sebesar -0,240 Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi; 6) Terdapat pengaruh tidak langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi dengan nilai pengaruh langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif sebesar 0,282 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,049. Maka pengaruh totalnya sebesar 0,331. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Terdapat pengaruh tidak langsung media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui pendidikan ekonomi keluarga sebesar 0,049; 7) Terdapat pengaruh tidak langsung Konformitasterhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambidengan nilai pengaruh langsung pergaulan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebesar 0,048 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,048. Maka pengaruh totalnya sebesar 0,246. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh tidak langsung media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui pendidikan ekonomi keluarga sebesar 0,048.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut: 1)Media Sosial memiliki pengaruh terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga. Untuk itu diharapkan kedepan pihak SMKN 1 Kota Jambi dapat mendorong siswanya agar meningkatkan pengetahuan dengan mengenalkan serta memahami dengan mendalam tentang menggunakan media sosial yang tepat sertamenerapkan Pendidikan Ekonomi Keluarga untuk siswa SMKN 1 Kota Jambi; 2) Konformitas memiliki pengaruh terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga. Untuk itu diharapkan kepada siswa SMKN 1 Kota Jambi senantiasa dapat menjaga pergaulan agar selalu kearah yang positif. Hal positif yang dimaksud adalah saling menghargai dan

menghormati antar teman, menjaga kepercayaan, komitmen, dan menjaga solidaritas teman. Sejatinya persahabatan memang tidak harus dibatasi. Namun, akan lebih baik jika memilih untuk bersahabat dengan seseorang yang bias memberi pengaruh positif pada diri kita sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah & Safarina. (2010). *Sosiologi Pendidikan*. Victoria-Australia. PT: Raja grafindo Persada.
- Abdullah, Ridwan Sani. (2015). *Pembelajaran Sainifik untuk Implementasi Kurikulum 2013*.
- Afrianti. (2020). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Teman Pergaulan Terhadap Literasi Ekonomi Mahasiswa Universitas Jambi (Survei Pada Mahasiswa Semester Ganjil 2017-2018 Penelitian Ekonomi Universitas Jambi). *Jurnal penelitian pendidikan dan Ekonomi, Vol. 1*
- Agustin, Mubiar, & A. Nurishan, Juntika (2011). *Dinamika Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Andin. (2016). The Relation Between the Interaction of Peer Group and Consumtive Behavior Of Secound Grades Of SMAN Yogyakarta. *E-Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 2 (5), 41-49
- Andrew, Mc.K. (2002). *Assessing the Impact of Fiscal Policy on Poverty. Discussion Paper. World Institute for Development Economics Research*.
- Arifin, Zainal. (2011). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arini, Dyah R. (2009). *Pengaruh pendapatan dan belanja terhadap Pertumbuhan ekonomi, kemiskinan dan Pengangguran (studi pada apbn 2004-2008)*. Skripsi, FEUNISMA, Malang
- Ayuningtyas. T. (2014). *Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Pembelajaran Ekonomi Di Sekolah Terhadap Perilaku Konsumsi Yang Di Mediasi Oleh Prestasi Belajar*. Tesis tidak diterbitkan. Malang. PPSUM.
- Djamarah, Syaiful Bahri. (2002). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta Djamarah.
- Frisnawati, A. (2012). Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecenderungan Perilaku Prososial. *Jurnal Empathy. vol.: 50-54*.
- Hamalik, Oemar. (2010). *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Harlock B. Elisabeth (1978). *Perkembangan Anak*. Jilid 1. Edisi keenam. Jakarta: PT. Gelora Aksara Erlangga.
- Hasbi, M., & Awaru, A. O. T. (2018). Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 71-76.
- Hasbullah. (2005). *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hawkins, (2002), *Consumer Behavior*. India: PT. Limited
- Irwanto. (2002). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Prenhall indo
- Jessica Gumulya. MLU, (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi. Voll.II No .1,52*
- John W. Santrock (2007). *Perkembangan Anak*. Jilid 1 Edisikesebelas. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kharinal, 2016. Pengantar Bisnis dari Barter ke Online. Jambi: Salim Media Indonesia.
- Lermitte. PW Merrit. J. 2004. *Membuat Sistem Tunjangan, Agar Anak Pandai Mengelola Keuangan*. Terjemahan Lina Bundaran. Jakarta; PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4 (1), 133-147.
- Nazir, Mohammad. (2005). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Oktaviani. dewi. (2019). *Pengaruh mediasosial terhadap gaya hidup mahasiswa iain metro*. Skripsi

- Purwati, Ana. (2011). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, Prestasi Belajar Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi. *Jurnal Ekonomi Bisnis th. 16 No. II*
- Rahmawati (2020). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, konformitas teman sebaya dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif penggemar k-pop pada usia dewasa awal di kota Madiun (Survei Pada Mahasiswa Semester Ganjil 2017-2018 Penelitian Ekonomi Universitas Madiun). *Jurnal penelitian pendidikan dan Ekonomi*
- Risnawati, R., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan, 3(4),430-436*.
- Singarimbun. Masri. (2005). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sipunga, PN & Muhammad, AH. (2014). Kecenderungan perilaku konsumtif remaja ditinjau dari pendapatan orang tua pada siswa-siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. *Jurnal Psikologi Sosial dan Industri, 3(1)*.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sudjana. (2013). *Evaluasi Program Pendidikan Luar Sekolah Untuk Pendidikan Nonformal Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syaiful Bahri. 2002. *Rahasia Sukses Belajar*. Jakarta: RinekaCipta.
- Tambunan, Tulus T.H.J. (2001). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Tjipto Sumadi, (1999). *Wawasan Ilmu Pengetahuan Sosial (Editor)*. Bandung: Al Fabela
- Wahyono. (2001). *Pengaruh Kepala Ekonomi, Kepala Keluarga Terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi Di Lingkungan Keluarga*. Disertasi Tidak Diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.
- Waidi.(2006). *The Art of Re-engineering Your Mind Of Success*. Jakarta: Gramedia.
- Walgito, Bimo. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi offset
- Yusuf .Syamsu. (2005). *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Zuriah, Nuriah. (2007). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara