

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP BEREKONOMI RASIONAL PADA SISWA

Ika Wijayanti Anggraeni¹⁾, Hari Wahyono²⁾, Cipto Wardoyo³⁾
Pendidikan Ekonomi-Pascasarjana Universitas Negeri Malang
SMAN 1 Tenggarang Bondowoso
Email: ika.2704wijayanti@gmail.com

Abstrak

Siswa sebagai pelaku konsumsi harus bersikap rasional terhadap barang dan jasa yang dikonsumsi. Bersikap rasional yaitu mempertimbangkan fungsi atau kegunaan pada saat mengkonsumsi barang atau jasa daripada mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut. Sikap yang mencerminkan kecenderungan bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi, pada dasarnya telah dikenal oleh siswa SMA sejak mereka mengenal aktivitas ekonomi di lingkungan keluarga, maupun masyarakat di sekitar kehidupannya. Pemahamannya kemudian diperkaya melalui pendidikan ekonomi di sekolah, mulai dari jenjang Sekolah Dasar (SD) hingga kelas akhir di SMA. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi sikap berekonomi rasional siswa siswi SMA melalui gaya hidup. Tulisan ini akan menghasilkan rancangan penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu Proposional Stratified Random Sampling.

Kata Kunci: sikap berekonomi rasional, gaya hidup

PENDAHULUAN

Pada Era Global dan pasar bebas, berbagai jenis barang dan jasa dengan ratusan merek membanjiri pasar Indonesia. Persaingan antar merek setiap produk akan semakin tajam dalam merebut konsumen. Banyak kemudahan dalam penawaran barang dan jasa setiap produk. Bagi konsumen, pasar menyediakan berbagai pilihan produk dan merek yang banyak. Konsumen bebas memilih produk dan merek yang akan dibelinya. Keputusan membeli ada pada diri

konsumen. Konsumen akan menggunakan berbagai kriteria dalam membeli produk dan merek tertentu (Sumarwan, 2004:2). Diantaranya adalah ia akan membeli produk yang sesuai kebutuhannya, selernya dan daya belinya. Konsumen tentu akan memilih produk yang bermutu lebih baik dengan harga yang lebih murah.

Pada siswa SMA yang berada di usia remaja, perilaku konsumsi tidak lepas 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 atau café-café, jalan-jalan dan berbelanja di Mall memiliki berbagai jenis handphone, berbelanja lewat online 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 sehingga akan menciptakan perilaku ekonomi yang rasional.

Tingkat pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga bukanlah sekedar penyampaian atau pendidikan yang diajarkan oleh orang tua saja, namun yang menjadi landasan adalah hasil dari pendidikan tersebut yang akhirnya membentuk siswa bertindak rasional dalam melakukan tindakan ekonomi atau sebaliknya mereka mengabaikan

pendidikan yang diberikan orang tua mereka. Intensitas pendidikan ekonomi keluarga tergantung pada seberapa besar frekuensi orang tua dalam memberikan keteladanan bersikap rasional dengan pemberian contoh nyata dalam aktivitas konsumtif yang efisien, serta pemberian penjelasan tentang berperilaku ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Mereka beranggapan pada masa remaja, mereka dapat dengan bebas melakukan apa yang mereka suka. Jika tidak mengikuti perkembangan, berarti mereka tidak modern atau ketinggalan zaman. Saat ini dampak modernisasi pada remaja khususnya siswa SMA sudah sangat mudah ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Tampak ada perbedaan nilai pada remaja generasi sebelumnya. Perbedaan tersebut nampak dari kecenderungan perilaku pada dihadapkan pada gaya hidup yang hedonis dan mengutamakan kesenangan semata sebagai tujuan hidup. Menurut Entin (2016), bahwa siswa dengan anggaran yang tinggi justru mengalokasikan lebih banyak dana untuk kebutuhan pengeluaran

lainnya yang lebih bersifat tersier dan kesenangan semata, seperti menonton bioskop, menonton konser, bertamasya. Sehingga pada akhirnya, perilaku konsumsi pada siswa kurang memperhatikan skala prioritas dan cenderung tidak rasional.

Lingkungan sosial baik dalam keluarga, sekolah maupun masyarakat merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa. Lingkungan sosial keluarga merupakan kondisi sosial ekonomi orang tua yang dapat diukur dengan pekerjaan orang tua, penghasilan orang tua, dan pendidikan orang tua. Status sosial ekonomi merupakan suatu keberadaan kelompok-kelompok bertingkat dalam masyarakat tertentu, yang anggota-anggotanya memiliki kekuasaan, hak-hak istimewa, dan *prestige* yang berbeda (Sanderson, 1993:146). Beberapa hasil penelitian menunjukkan perilaku konsumsi siswa tidak lepas dari pengaruh tingkat status sosial ekonomi orang tua. Orang tua yang memiliki penghasilan tinggi maka seseorang cenderung memiliki gaya hidup yang tinggi pula dan orang tua yang

memiliki penghasilan rendah maka seseorang cenderung memiliki gaya hidup sederhana. Gaya hidup siswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa remaja atau puber, bukan orang tua lagi yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umum sama yang menjadi model utama (Fudyartanta, 2012).

Rasionalitas ekonomi sebagai sikap yang mencerminkan kecenderungan bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi, pada dasarnya telah dikenal oleh siswa SMA sejak mereka mengenal aktivitas ekonomi di lingkungan keluarga, maupun masyarakat di sekitar kehidupannya. Pemahamannya kemudian diperkaya melalui pendidikan ekonomi di sekolah, mulai dari jenjang Sekolah Dasar (SD) hingga kelas akhir di SMA. Meskipun demikian secara umum nampak bahwa sikap dan perilaku ekonomi siswa SMA, kurang rasionalitas. Bila ditelaah, penyebabnya dapat berasal dari lingkungan keluarga dan masyarakat, karena di lingkungan tersebut, selain

belajar, siswa SMA juga memperoleh pengaruh negatif terkait dengan nilai-nilai rasionalitas ekonomi. Kelemahan pendidikan ekonomi di sekolah, dapat pula menjadi penyebab kurang rasionalnya siswa SMA dalam sikap dan perilaku ekonomi.

Salah satu cara untuk mengajarkan siswa agar memiliki sikap berekonomi rasional, adalah dengan memberikan pemahaman untuk menjauhi perilaku konsumtif, dapat mempergunakan uang saku yang diberikan orang tua dengan baik dan tidak mudah terbujuk iklan yang menggiurkan baik online maupun offline. Dan untuk orang tua hendaknya mengantisipasi pola konsumsi dan gaya hidup di dalam keluarga sehingga pendidikan keuangan keluarga khususnya anak akan menuju arah yang lebih baik.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP BEREKONOMI RASIONAL

1. Faktor Lingkungan. Ditinjau dari lingkungan sosial maka lingkungan sangat berpengaruh terhadap perkembangan jiwa dan

karakter seorang anak. Apabila seorang anak berada di dalam lingkungan yang baik maka dapat memberikan pengaruh yang baik pula bagi perkembangan karakter anak, begitu juga sebaliknya, lingkungan yang tidak baik juga dapat memberikan pengaruh yang tidak baik bagi perkembangan karakter anak. Sebagai orang tua harus pintar dan jeli dalam memilih lingkungan yang baik bagi anak karena akan menentukan perkembangan karakter anak. Lingkungan sosial terdiri dari cara orang tua mendidik anak, keadaan ekonomi keluarga, masyarakat disekitar tempat tinggal siswa, teman bergaul siswa, dan hubungan siswa dengan siswa, sedangkan yang termasuk lingkungan nonsosial adalah suasana rumah, siaran televisi, serta keadaan gedung dan suasana rumah. Bentuk dan isi serta cara-cara pendidikan di dalam keluarga akan selalu mempengaruhi tumbuh dan berkembangnya watak, budi pekerti dan kepribadian setiap manusia (Syah, 2006:152).

2. Faktor keluarga. Ditinjau dari intensitas pendidikan ekonomi keluarga, lingkungan keluarganya merupakan media pertama yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang khususnya anak-anak. Di dalam lingkungan keluarga kita di berikan berbagai pendidikan supaya seorang anak menjadi mandiri, tidak hanya mandiri saja akan tetapi kita juga bisa mengarahkan anak tersebut kepada keputusannya sendiri untuk mengembangkan kemampuan mental, sosial, emosional maupun fisik yang ia miliki. Sehingga dapat mengembangkan suatu kehidupan yang sehat dan juga produktif. Lingkungan keluarga merupakan bekal bagi siswa dalam melakukan sosialisasi di dalam lingkungan sosial yang cangkupannya luas, tidak hanya dalam suasana rumah saja, tetapi juga bisa kita menggunakan bekal itu dalam lingkungan sosial di sekolah dan hidup bermasyarakat khususnya tentang sikap berekonomi rasional. Peran keluarga sangat dominan, baik dalam membentuk sikap, tingkah laku ekonomi. Anak-anak pada waktu kecil menerima cara mengelola keuangan yang baik, maka mereka akan tumbuh menjadi pribadi yang tangguh. Disamping itu mereka akan menjadi orang yang rasional dalam berkonsumsi, artinya dalam membeli barang selalu ditekankan pada kebutuhan bukan keinginan. Intensitas pendidikan ekonomi keluarga menurut Wahyono (2001) yaitu:
- a. Keteladanan yaitu proses pendidikan ekonomi yang diberikan oleh orang tua kepada anak melalui pemberian contoh nyata dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Indikator untuk mengukurnya terdiri dari: a) pemberian contoh nyata dalam aktivitas konsumsi yang bersifat efisien. b) pemberian contoh nyata dalam aktivitas produktif yang bersifat efisien.
 - b. Penjelasan Verbal yaitu proses pendidikan ekonomi yang diberikan oleh orang tua kepada anaknya melalui pemberian penjelasan tentang masalah-masalah ekonomi dalam

- kehidupan sehari-hari. Indikator untuk mengukurnya terdiri dari: a) frekuensi pemberian penjelasan tentang aktivitas produktif dan ketelitian dalam pemanfaatan uang maupun sumber daya lain, b) strategi dalam memberikan penjelasan.
- c. Tuntutan perilaku yang relevan yaitu proses pendidikan ekonomi yang diberikan oleh orang tua kepada anaknya melalui pembiasaan berperilaku ekonomis dalam kehidupan sehari-hari. Indikator untuk mengukur terdiri: a) pembiasaan untuk memanfaatkan waktu bagi aktivitas yang produktif, b) pembiasaan untuk rajin menabung, c) pembiasaan untuk berhemat, d) pembiasaan untuk mengatur uang dalam pemenuhan kebutuhan, e) pembiasaan untuk selektif dalam pembelian barang dan jasa.
- d. Diskusi atau kasus-kasus yang relevan yaitu, proses pendidikan ekonomi yang diberikan orang tua kepada anaknya melalui dialog tentang masalah-masalah ekonomi. Indikator untuk mengukurnya terdiri dari : a) frekuensi diskusi akan kasus-kasus yang berkaitan dengan masalah ekonomi, b) persepsi terhadap pendapat dan pernyataan anak dalam diskusi, c) variasi topik yang didiskusikan.
3. Faktor perubahan gaya hidup. Ditinjau dari gaya hidup, terjadinya perubahan gaya hidup dari generasi ke generasi karena adanya perubahan sosial di masyarakat dan lingkungan ekonomi yang berubah, merupakan peluang bagi pemasar untuk menciptakan produk dan menyesuaikan produknya sesuai dengan gaya hidup pasar yang dituju. Beberapa produk baru diciptakan di era internet, Restoran café yang dilengkapi Wifi, belanja online, merupakan layanan tambahan yang disediakan karena perubahan gaya hidup konsumen (Suryani,2013). Sehingga siswa

sebagai konsumen harus lebih jeli dalam pemilihan barang dan jasa, tidak hanya mengandalkan keinginan semata.

4. Ditinjau dari sikap berekonomi rasional, bahwa manusia dalam perilaku ekonomi senantiasa bertindak rasional, artinya secara umum tindakan manusia telah direncanakan sebelumnya dan dilakukan secara sadar melalui pemikiran yang matang (Zamroni, 1992). Anak muda zaman sekarang tidak mampu mengelola keuangannya, cenderung bersifat boros. Barang-barang yang mereka gunakan bukan berdasarkan apa yang mereka butuhkan tetapi lebih kepada meningkatkan gengsi, derajat maupun gaya hidup saja. Konsumsi seperti ini lebih bersifat konsumtif atau konsumsi gengsi semata.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian explanatori (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan teknik

analisis jalur (*path analysis*). Teknik ini dipilih untuk mencari hubungan antara variabel dengan variabel yang lain yang bersifat sebab akibat dan memamparkan pengaruh variabel – variabel yang berkaitan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 4, yaitu Lingkungan sosial (X1), Intensitas Pendidikan Ekonomi Keluarga (X2), Gaya Hidup (X3) dan variabel sikap Berekonomi Rasional (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kelas X, XI, dan XII IPS siswa siswi SMA Negeri 1 Tenggarang Bondowoso yang berjumlah siswa 258 siswa. Siswa yang dijadikan sampel penelitian ini diambil secara random (acak) dari siswa siswi SMAN 1 Tenggarang di masing-masing kelas yaitu mulai kelas X sampai dengan kelas XII program IPS. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *proportional random sampling*. Penetapan Teknik ini digunakan karena sampel berasal dari beberapa tingkat kelas IPS yang memiliki kondisi berbeda sehingga sampel perlu diambil secara proporsional. Jumlah total siswa dari ketiga tingkat kelas IPS tersebut yang

dijadikan sampel penelitian adalah 212 siswa. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner.

SIMPULAN

Siswa di dalam bersikap rasional dipengaruhi beberapa faktor yaitu lingkungan sosial, keluarga, dan gaya hidup.

(1) Lingkungan sosial yang terdiri dari keluarga, sekolah, dan masyarakat. Lingkungan sangat berpengaruh terhadap perkembangan jiwa dan karakter seorang anak yang akan menciptakan sikap anak itu rasional atau irasional.

(2) Intensitas pendidikan ekonomi keluarga. Di dalam keluarga

seberapa besar frekuensi dan proses pendidikan ekonomi yang diterapkan oleh orang tua agar timbul sikap positif dalam aktivitas ekonomi.

(3) Gaya hidup. Siswa berasal dari berbagai macam latar belakang dan status sosial orang tua yang berbeda, sehingga pola sikap yang terwujud dalam gaya hidup mereka juga akan berbeda pula. Perbedaan tersebut nampak dari kecenderungan perilaku pada remaja jaman sekarang yang dihadapkan pada gaya hidup yang hedonis dan mengutamakan kesenangan semata sebagai tujuan hidup.

DAFTAR RUJUKAN

Entin, 2016. *Pengaruh modernitas individu, lingkungan sosial, dan literasi ekonomi terhadap gaya hidup dan implikasinya pada perilaku konsumsi siswa SMK*. Disertasi. Bandung : UPI. (online) . Portal Berita UPI. Diakses 28 januari 2016.

Fudyartanta, Ki. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Pustaka Pelajar: Jogjakarta

Sanderson, S. 1993. *Sosiologi Makro sebuah pendekatan terhadap Realitas Sosial*. Jakarta: PT. Rajawali Persada.

Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suryani ,T. 2013. *Perilaku Konsumen di era Internet implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Syah, Muhibbin. 2006. *Psikologi Belajar*. Jakarta:Rajawali Pers.

Zamroni, 1992. *Pengantar Pengembangan Teori Sosial*, Yogya.