

## Penggunaan *E-Commerce* Dan Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Siswa: Antara Konsumtif Atau Pendapatan?

Acep Supriatna<sup>1</sup>, Aida Zahra<sup>2</sup>, Amelia Putri Meilani<sup>3</sup>, Moch Fahri Khusaeni<sup>4</sup>, Rahma Jamilah<sup>5</sup>, Rama Wijaya Abdul Rozak<sup>6</sup>, Heni Mulyani<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Pendidikan Akuntansi, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung

<sup>6</sup>Departemen Pendidikan Umum, Universitas Pendidikan Indonesia

E-mail: [acepsupriatna@upi.edu](mailto:acepsupriatna@upi.edu)<sup>1</sup>, [aidazahra@upi.edu](mailto:aidazahra@upi.edu)<sup>2</sup>, [ameliaputrimeilani@upi.edu](mailto:ameliaputrimeilani@upi.edu)<sup>3</sup>, [imfhryk@upi.edu](mailto:imfhryk@upi.edu)<sup>4</sup>, [rahmajamilahpak22@upi.edu](mailto:rahmajamilahpak22@upi.edu)<sup>5</sup>, [ramawijaya@upi.edu](mailto:ramawijaya@upi.edu)<sup>6</sup>, [henimulyani@upi.edu](mailto:henimulyani@upi.edu)<sup>7</sup>,

**Abstract.** *Technological growth and digitization have had a significant impact on economic activity, especially with the increasing popularity of e-commerce as a form of buying and selling online. E-commerce provides convenience and comfort for consumers, but can lead to excessive consumptive behavior, especially for students. This consumptive nature can trigger a lifestyle of hedonism and poor financial management in students. Therefore, there needs to be an effort to teach students about the importance of prioritizing needs and good financial management. This study uses a descriptive qualitative approach to understand students' understanding of e-commerce and financial literacy and its relation to students' consumptive attitudes and students' entrepreneurial interest in using e-commerce. Questionnaires were distributed via Google Form to SMA/SMK equivalent students. Questions in the questionnaire include knowledge of using e-commerce, level of financial literacy of students, consumptive attitudes and financial management, as well as entrepreneurial interest in using e-commerce. This research shows that e-commerce is widely used by high school/vocational high school students and its equivalent in consumption activities, especially through the Shopee platform. However, the use of e-commerce has no effect on students' consumptive attitudes because they buy goods according to their needs. However, the use of e-commerce has an effect on students' interest in entrepreneurship because it is easily accessible and effective. The level of financial literacy of students is in the medium category and students have an understanding of managing and managing their finances well, so they tend not to act consumptively in their consumption activities. Good student financial literacy also fosters entrepreneurial interest.*

**Keywords:** : *E-commerce Application, Financial Literacy, Consumerism, Entrepreneurial Interest.*

**Abstrak.** Pertumbuhan teknologi dan digitalisasi telah membawa dampak signifikan pada kegiatan ekonomi, terutama dengan meningkatnya popularitas *ononlinm* sebagai bentuk jual beli *online*. *E-commerce* memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen, tetapi dapat menyebabkan sifat konsumtif yang berlebihan, khususnya pada siswa. Sifat konsumtif ini dapat memicu gaya hidup hedonisme dan buruknya manajemen keuangan pada siswa. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk mengajarkan siswa tentang pentingnya memprioritaskan kebutuhan dan pengelolaan keuangan yang baik. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pemahaman siswa tentang *e-commerce* dan literasi keuangan serta kaitannya dengan sikap konsumtif siswa dan minat wirausaha siswa dalam menggunakan *e-commerce*. Kuesioner disebarluaskan melalui *Google Form* kepada siswa SMA/SMK sederajat. Pertanyaan dalam kuesioner mencakup pengetahuan penggunaan *e-commerce*, tingkat literasi keuangan siswa, sikap konsumtif dan

pengaturan keuangan, serta minat wirausaha dalam menggunakan *e-commerce*. Penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* banyak digunakan oleh siswa SMA/SMK sederajat dalam kegiatan konsumsi, terutama melalui platform *Shopee*. Namun, penggunaan *e-commerce* tidak berpengaruh pada sikap konsumtif siswa karena mereka lebih membeli barang sesuai kebutuhan. Akan tetapi, penggunaan *e-commerce* berpengaruh pada minat berwirausaha siswa karena mudah diakses dan efektif. Tingkat literasi keuangan siswa berada pada kategori sedang dan siswa memiliki pemahaman dalam mengelola dan mengatur keuangannya dengan baik, sehingga cenderung tidak bertindak konsumtif dalam aktivitas konsumsinya. Literasi keuangan siswa yang baik juga menumbuhkan minat wirausaha.

**Kata kunci:** Penggunaan *E-Commerce*, Literasi Keuangan, Sikap Konsumtif, Minat Wirausaha

## **LATAR BELAKANG**

Lajunya pertumbuhan teknologi berdampak pada beberapa aspek kehidupan tidak terkecuali pada kegiatan ekonomi (Artheswara & Sulistiawati, 2020). Menurut Fernando & Puspa, digitalisasi aktivitas ekonomi mulai berkembang pesat sejak terjadinya pandemi *covid-19*, salah satu bentuknya yaitu kegiatan jual beli di situs *online* (dalam Artheswara & Sulistiawati, 2020). Kegiatan jual beli ini dilakukan di suatu tempat yang dinamai dengan *e-commerce*. Menurut Rerung menyebutkan bahwa untuk memenuhi kebutuhan serta menciptakan daya saing khususnya dalam hal promosi telah dikembangkan suatu produk dari sistem teknologi informasi yaitu *e-commerce*, *e-commerce* dapat digunakan untuk menjual produk atau jasa lintas daerah bahkan lintas negara (Mauludin, Saputra, Sari, & Munawaroh, 2022). Pengaruh adanya *e-commerce* ini berdampak luas diseluruh kalangan dewasa dan remaja atau siswa.

Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan seringkali membuat penggunaanya menjadi konsumtif, utamanya adalah siswa. Penyebab siswa menjadi konsumtif salah satunya disebabkan oleh kondisi psikis yang sangat labil sehingga mudah dipengaruhi, beberapa aspek yang dipengaruhi yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan (Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny, & Herlina, 2017). Oleh karenanya dalam hal ini sikap konsumtif akan menjadikan munculnya gaya hidup hedonisme yakni sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan semata. Idealnya tindakan konsumsi seorang siswa seharusnya hanya memprioritaskan yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan saja (Fauziyah & Handayani, 2020). Jika sifat konsumtif ini terus dibiarkan dan tidak diberikan pengetahuan mengenai batasan dalam konsumsi maka akan menjadi karakter yang melekat pada setiap siswa dan akan menjadi *culture* atau kebiasaan yang akan diteruskan hingga

dewasa nanti, akibatnya siswa akan memiliki ketergantungan kepada pihak lain dan akan memiliki manajemen keuangan yang buruk karena sulit diatur.

Wulandari, dkk (Fauziah & Handayani, 2020) menjelaskan bahwa kecenderungan remaja dalam berkonsumsi adalah berlebihan atau berperilaku konsumtif. Penyebab siswa menjadi konsumtif ini selain faktor dunia luar adalah tingkat literasi keuangan yang masih rendah dan kurang dipahami siswa, seperti yang dijelaskan dalam Kusumaningtyas & Candra Sakti, 2017 literasi keuangan yang baik akan menghindarkan dari sikap konsumtif yang ditunjukkan siswa, dan sebaliknya diikuti dengan gaya hidup yang tinggi maka akan tinggi pula sikap konsumtif yang ditunjukkan siswa. Perkembangan teknologi saat ini menciptakan perubahan kepada siswa yang mendapat berbagai fasilitas dengan segala sesuatu dilakukan secara cepat dan mudah dengan bantuan teknologi, termasuk dalam bidang konsumsi yakni penggunaan *e-commerce*. Disamping penggunaan *e-commerce* yang dapat memunculkan sifat konsumtif, di sisi lain penggunaan *e-commerce* juga bisa bermanfaat sebagai media berwirausaha. Berdasarkan penelitian sebelumnya bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM yang menggunakan *e-commerce* sebagai media berwirausaha (Leni Gustina, Welia Novita, 2022).

Penelitian ini mengarah pada penggunaan *e-commerce* apakah dapat menjadikan siswa bersikap konsumtif sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa remaja cenderung berkonsumsi secara berlebihan, atau justru penggunaan *e-commerce* ini dapat menarik minat siswa untuk berwirausaha dan berpenghasilan karena dalam penelitian sebelumnya dijelaskan pula penggunaan *e-commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Oleh karena itu kami ingin meneliti lebih lanjut apakah penggunaan *e-commerce* dan tingkat literasi keuangan berpengaruh pada sikap konsumtif atau malah berpengaruh pada minat siswa untuk berwirausaha dan memiliki pendapatan, dengan tujuan untuk mendeskripsikan luas pengetahuan tentang *e-commerce* dan tingkat literasi siswa serta dampaknya terhadap sikap konsumtif dan minat berwirausaha siswa. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi setiap pembaca agar dapat menggunakan *e-commerce* dengan lebih bijak.

## **KAJIAN TEORITIS**

### ***E-Commerce***

Menurut Rerung untuk memenuhi kebutuhan serta menciptakan daya saing khususnya dalam hal promosi telah dikembangkan suatu produk dari sistem teknologi informasi yaitu *e-commerce*, *e-commerce* dapat digunakan untuk menjual produk atau jasa lintas daerah bahkan lintas negara. *E-commerce* juga digunakan sebagai istilah penjualan barang dan jasa yang dapat diakses secara jarak jauh menggunakan jaringan internet, selain itu promosi atau iklan dalam situs web juga termasuk kedalam bentuk *e-commerce* (Rehatalanit, 2021). Rose Rahmidani juga menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan pemanfaatan teknologi *world wide web* (WWW) untuk kegiatan bisnis berupa pemasaran produk dan promosi menggunakan alamat domain “. com” (Rahmidani, 2015).

### **Penggunaan *e-commerce* dan sikap konsumtif**

Penggunaan *e-commerce* oleh siswa SMA/SMK sederajat dapat mempengaruhi sikap konsumtif mereka. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* dapat meningkatkan tingkat impulsivitas dan kecenderungan untuk membeli barang secara tidak perlu. Stimulus eksternal seperti tawaran promo dan iklan *online* juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk (Park & Kim, 2003). Menurut teori kognitif perilaku, sikap konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti motivasi, persepsi, dan emosi (Huang & Chen, 2010). Penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan motivasi dan persepsi konsumen terhadap produk, yang dapat memicu keinginan untuk membeli produk tersebut.

### **Literasi Keuangan dan Minat Wirausaha**

Literasi keuangan dapat mempengaruhi minat wirausaha siswa SMA/SMK sederajat. Literasi keuangan mencakup kemampuan individu untuk memahami dan mengelola keuangan mereka dengan baik. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik lebih mungkin untuk mengambil keputusan keuangan yang bijak dan memiliki kemampuan untuk mengelola risiko finansial. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan siswa SMA/SMK sederajat yang rendah dapat menghambat minat wirausaha mereka. Sejalan dengan itu terdapat sebuah teori kecenderungan perilaku dalam konteks keuangan dipelopori oleh Richard H. Thaler, seorang ekonom dari University of Chicago. Teori ini juga dikenal dengan sebutan *behavioral economics* atau ekonomi perilaku. Thaler dan beberapa peneliti lainnya mengembangkan teori ini pada tahun 1970-an dan 1980-an,

dengan mengamati perilaku konsumen dalam konteks keuangan dan mengidentifikasi sejumlah bias dan kecenderungan perilaku yang terjadi. Teori kecenderungan perilaku atau *behavioral economics* mengacu pada penggunaan pengetahuan tentang psikologi dan perilaku manusia untuk menjelaskan keputusan keuangan yang dibuat oleh individu. Teori ini menekankan bahwa individu seringkali tidak berperilaku secara rasional dalam mengambil keputusan keuangan, karena adanya bias dan kecenderungan perilaku yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Seiring dengan perkembangan teori ini, kini *behavioral economics* telah menjadi salah satu bidang studi yang penting dalam ilmu ekonomi dan keuangan, dengan banyak penelitian yang menguji dan menerapkan prinsip-prinsipnya dalam berbagai konteks, termasuk dalam studi tentang literasi keuangan dan minat wirausaha.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan data mendalam dan diharapkan bisa memudahkan dalam memberikan penjelasan mengenai pemahaman siswa dalam menggunakan *e-commerce* dan pengetahuannya tentang literasi keuangan dari segi pemahaman pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan pribadi dan tabungan serta kaitannya dengan sikap konsumtif siswa dan minat wirausaha siswa dalam menggunakan *e-commerce*. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada siswa SMA/SMK sederajat yang menggunakan *e-commerce*. Sebanyak total 80 responden siswa SMA/SMK sederajat dengan jumlah 67 siswa perempuan dan 13 siswa laki-laki. Kuesioner disebarakan dan diisi melalui *Google Form* berisi pertanyaan yang meliputi pengetahuan penggunaan *e-commerce*, tingkat pengetahuan literasi keuangan siswa, bagaimana sikap konsumtif dan cara mengatur keuangannya, serta minat wirausaha dalam menggunakan *e-commerce*. Kuesioner disebar pada tanggal 13-24 maret 2023 melalui platform *WhatsApp* dan *Twitter*. Berikut karakteristik dan jumlah responden pada penelitian ini.

**Tabel 1**  
Karakteristik Responden

Gender	Usia	SMA/SMK/MA	Uang Saku	Pendapatan Orangtua	Jumlah
Perempuan	15-19 tahun	SMA	<Rp10.000- >Rp30.000	<Rp1.000.000- >Rp5.000.000	36
Laki-Laki	16-18 tahun	SMA	<Rp10.000- >Rp30.000	<Rp1.000.000- >Rp5.000.000	17
Perempuan	16-20 tahun	SMK	<Rp10.000- >Rp30.000	<Rp1.000.000- >Rp5.000.000	21
Laki-laki	17 tahun	SMK	<Rp10.000- >Rp30.000	<Rp1.000.000- >Rp5.000.000	2
Perempuan	17-18 tahun	MA	<Rp10.000- >Rp30.000	<Rp1.000.000- >Rp5.000.000	4

Data yang diterima kemudian akan diolah dengan tahapan sebagai berikut :

1. Tabulasi data

Data berupa jawaban dari responden akan ditelaah terlebih dahulu. Karena kuesioner yang diberikan berupa pertanyaan terbuka di mana setiap responden bebas menuangkan idenya, maka ide-ide tersebut akan dikategorikan berdasarkan kesamaan isi atau maksud dari ide tersebut.

2. Deskripsi dan Analisis

Untuk memaknai dan menjelaskan jawaban-jawaban responden yang telah dikategorikan, maka setiap kategori jawaban akan dideskripsikan dan dianalisis. Deskripsi berupa penjelasan dari setiap kategori jawaban.

3. Pembahasan

Proses pembahasan yang merupakan hasil tabulasi, deskripsi dan analisis dari jawaban-jawaban responden. Pembahasan diuraikan dengan kata-kata tertulis dan dibahas secara komprehensif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tabulasi dan Deskripsi Analisis Data**

Kuesioner yang disebarkan kepada responden menghasilkan jawaban-jawaban yang peneliti kategorikan berdasarkan kesamaan isi atau ide dari setiap jawaban, dan setiap pertanyaan juga berada dalam kategorinya masing-masing.

**Tabel 2**  
Tingkat Pengetahuan dan Penggunaan *E-commerce*

No	Pertanyaan	Pengkategorian Jawaban	f	%
1	Apa yang anda ketahui mengenai <i>e-commerce</i> ?	Tempat jual beli atau transaksi secara <i>online</i> (menggunkan internet)	78	97,5%
		Tidak/kurang tahu.	2	2,5%

2	Bagaimana pendapat anda mengenai <i>e-commerce</i> saat ini?	Memberikan dampak positif yakni memudahkan dalam transaksi jual beli, baik bagi penjual maupun pembeli.	76	95%
		berdampak negatif yakni meningkatnya tindakan penipuan <i>online</i> .	2	2,5%
		Tidak tahu.	2	2.5%
3	Sebutkan <i>e-commerce</i> favorit anda yang selalu anda gunakan!	Shopee	67	83,75%
		Lazada	18	22,5%
		Tiktok Shop	7	8,75%
		Tokopedia	10	12,5%
4	Apakah anda suka berbelanja di <i>e-commerce</i> ? Jika iya? tidak sebutkan alasannya!	Ya karena lebih memudahkan, menghemat dan praktis dalam penggunaannya.	68	85%
		Kadang-kadang saat dibutuhkan saja	8	10%
		Tidak, karena lebih senang berbelanja <i>offline</i> .	4	5%

Berdasarkan tabulasi data dan pengkategorian setiap pertanyaan kuesioner didapat data bahwa tingkat penggunaan *e-commerce* dikalangan Siswa SMA/SMK sederajat dominan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* dipilih sebagai media berbelanja dengan alasan lebih memudahkan, cepat, dan praktis dalam proses transaksi berbelanja, alasan lainnya karena *e-commerce* menyediakan berbagai pilihan produk yang dibutuhkan sehingga memudahkan untuk mencari barang apapun yang dibutuhkan.

Sejalan dengan hal itu Menurut (Wardhani, Gofur, & Wurianto, 2020) sebagian besar siswa SMA/SMK sederajat banyak yang sudah menggunakan *e-commerce*, dengan faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* karena kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap transaksi *online*, dan keuntungan harga yang ditawarkan. Dalam penelitian saat ini pun siswa banyak menggunakan *e-commerce* dan menjadi pilihan saat akan berbelanja dengan berbagai kemudahan baik dari segi fitur ataupun kelengkapan produk yang tersedia.

**Tabel 3**

Tingkat Perilaku Konsumtif Dalam Penggunaan *E-commerce*

No	Pertanyaan	Pengkategorian Jawaban	f	%
1	Kapan waktu yang biasa anda gunakan untuk berbelanja di <i>e-commerce</i> ?	Tergantung kebutuhan	25	31,25%
		Kapan saja, tidak menentu.	55	68,75%
2	Apakah anda suka membeli barang secara berlebihan? jika iya barang apa yang biasa anda beli?	Tidak, sesuai kebutuhan saja	65	81,25%
		Ya, seperti skincare, pakaian, aksesoris, dan mercendise.	15	18,75%
3	Apakah anda selalu membandingkan harga saat membeli barang atau langsung membeli barang yang anda sukai tanpa melihat harga?	Ya, saya selalu membandingkan harga terlebih dahulu	73	91,25%
		Tidak, saya membeli barang jika suka	4	5%
		Kadang-kadang saya membandingkan harga.	3	3,75%
4	Bagaimana jika saat diskon di <i>e-commerce</i> apakah anda membeli banyak produk meskipun bukan produk yang anda butuhkan?	Tidak, hanya mengambil diskon untuk barang yang dibutuhkan saja	60	75%
		Ya jika barangnya menarik	10	12,5%
		Kadang-kadang	10	12,5%
5	Anda lebih suka membeli barang karena menarik atau anda lebih suka membeli barang karena kebutuhan dan kebermanfaatannya, sebutkan alasan anda memilih salah satunya!	Lebih suka membeli barang karena kebutuhan dan kebermanfaatannya	71	88,75%
		Lebih suka membeli barang karena menarik	3	3,75%
		Bisa keduanya	6	7,5%

Dilihat dari data diatas dapat disimpulkan bahwa kecenderungan siswa dalam berkonsumsi terindikasi siswa memiliki tingkat konsumtif rendah dalam penggunaan *e-commerce*, hal tersebut diniai berdasarkan setiap kategori jawaban siswa dominan menunjukkan jawaban bahwa kegiatan berbelanja dalam menggunakan *e-commerce* siswa tidak berlebihan, hal itu menunjukkan siswa mementingkan kebutuhan daripada keinginan. Didapati juga bahwa siswa tidak belanja secara berbelebihan saat ada promosi atau tidak



tergiur diskon untuk barang yang sekiranya tidak dibutuhkan.

Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa adanya peningkatan perilaku konsumtif pada siswa SMA akibat belanja *online*, salah satu faktor penyebab tingginya perilaku konsumtif tersebut adalah strategi pemasaran melalui iklan promosi dan penawaran diskon (Rohini, 2018),

tetapi pada penelitian ini siswa ternyata banyak yang memilih untuk tidak berkonsumsi berlebihan sekalipun terdapat diskon dan promo dengan faktor dilihat dari kebutuhan terhadap barang itu sendiri, jika tidak terlalu dibutuhkan siswa memilih untuk tidak berbelanja.

**Tabel 4**  
Tingkat Literasi Keuangan Siswa

No	Pertanyaan	Pengkategorian Jawaban	f	%
1	Apakah anda pernah menonton atau membaca mengenai pengetahuan literasi keuangan? Jika iya sebutkan apa yang anda ketahui mengenai literasi keuangan!	Pernah, yang diketahui meliputi manajemen keuangan, menabung dan pengelolaan keuangan	37	46,25%
		Tidak pernah.	43	53,75%
2	Apakah anda suka menyisihkan uang atau menabung? Jika iya berapa persen uang yang anda tabung dari uang saku anda?	>30%	20	25%
		21%-30%	14	17,5%
		10%-20%	16	20%
		<10%	6	7,5%
		Tidak menentu	17	21,25%
3	Bagaimana cara anda membuat perencanaan keuangan dalam sehari/per minggu nya!	Dengan cara menabung, berhemat dan mengontrol pengeluaran	38	47,5%
		Dengan cara mencatat atau menyusun rencana pengeluaran	29	36,25%
		Tidak pernah membuat perencanaan	13	16,25%
4	Apakah anda selalu menghitung setiap pengeluaran?	Ya	54	67,5%
		Tidak	19	23,75%
		Kadang-kadang	7	8,75%

5	Bagaimana cara anda mengelola keuangan anda secara efektif?	Dengan cara menghitung pengeluaran dan pemasukan dan membuat perencanaan keuangan seperti rencana pengeluaran	26	32,5%
		Dengan cara berhemat, membeli barang yang benar-benar dibutuhkan saja dan menabung	46	57,5%
		Jawaban tidak jelas	8	10%

Tingkat Literasi Keuangan disini dinilai berdasarkan aspek pengelolaan keuangan dan *saving* siswa dapat dilihat dari data bahwa kesadaran menabung dikalangan siswa cukup tinggi, siswa suka menyisihkan sebagian uang sakunya. Selain itu, siswa tahu cara merencanakan keuangannya yaitu dengan cara menabung, berhemat, megontrol pengeluaran, mencatat atau menyusun rencanya pengeluaran.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan siswa dari aspek pemahaman pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan pribadi dan tabungan berada pada kategori sedang di mana menurut Asri Srigustini & Iis Aisyah pada kategori ini tingkat pengetahuan siswa terhadap literasi keuangan relatif rendah sedangkan pada aspek sikap dan perilaku seperti kecenderungan siswa untuk mengelola keuangannya dengan baik relatif tinggi (Srigustini & Aisyah, 2021).

**Tabel 5**  
Tingkat Minat Berwirausaha Siswa

No	Pertanyaan	Pengkategorian Jawaban	f	%
1	Apakah anda memiliki minat untuk menggunakan <i>e-commerce</i> sebagai tempat wirausaha?	Berminat	50	62,5%
		Tidak berminat	30	37,5%
2	Apakah anda memiliki bisnis <i>online shop</i> ? Jika iya apakah sebagai penjual langsung atau reseller?	Ya, sebagai penjual langsung	4	5%
		ya, sebagai reseller tidak memiliki bisnis <i>online shop</i>	11 65	13,75% 81,25%
3	Apa yang membuat anda tertarik untuk mengawali bisnis <i>online shop</i> yang anda miliki? (diambil dari responden yang memiliki bisnis <i>online shop</i> yaitu 15 responden)	untuk meraih keuntungan dan menambah pendapatan	8	53,4%
		untuk mencari pengalaman karena mudah digunakan dan peluang pemasaran lebih luas	1	6,6%
			6	40%
4	Berapa omset atau keuntungan yang anda dapat selama membuka usaha <i>online shop</i> ? (diambil dari responden yang memiliki bisnis <i>online shop</i> )	Bervariatif, mulai dari <Rp. 100.000 sampai >Rp. 500.000, ada pula yang mengambil keuntungan sekitar 10% hingga 65% dari modal	-	-
5	Menurut anda, apakah membuka <i>online shop</i> untuk seorang siswa efektif dan bagus untuk dijalankan?	Ya, sangat bagus dan efektif	69	86,25%
		Bisa jadi kurang efektif tergantung kepada orangnya	11	13,75%

Dilihat dari data minat berwirausaha siswa kebanyakan tertarik untuk berwirausaha. Ini menunjukkan bahwa siswa mampu melihat peluang dari *e-commerce* selain hanya digunakan sebagai media belanja *online*, namun hanya sedikit yang berani memulai usaha dengan memanfaatkan *e-commerce* dengan alasan bahwa tidak berani mengambil resiko dan tidak memahami cara berdagangnya. Menurut siswa membuka *online shop* dikalangan siswa sangat efektif dengan alasan dapat menambah uang saku, menambah pengalaman berwirausaha dan memperluas peluang pemasaran, sementara sisanya menyatakan kurang efektif tergantung pada pengelolaan siswa dari segi pembagian waktu apakah mampu mengatur antara belajar dan berdagang dengan baik atautah tidak. Sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa siswa pengguna *e-commerce* memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi (Seprina, Suroyo, & Komalasari, 2018) .

#### **Analisis Berdasarkan Gender dan Asal Sekolah**

Berdasarkan data yang didapat bahwa responden didominasi oleh perempuan yakni siswi SMA/SMK sederajat dibandingkan dengan responden laki-laki atau siswa SMA/SMK sederajat, dengan asal sekolah siswa didominasi oleh siswa SMA. Sesuai karakteristik responden yakni harus menggunakan *e-commerce* dapat dilihat bahwa responden perempuan lebih dominan daripada laki-laki yang berarti perempuan lebih sering berbelanja dan menggunakan *e-commerce* daripada laki-laki. Sejalan dengan hal ini, Menurut Mulya Amri (2019) selaku Research Director Katadata Insight Center bahwa perempuan lebih dominan dalam penggunaan *e-commerce* atau belanja *online* daripada laki-laki (Verena, Deborah., Bambang Sugiarto. & Fery, 2023). Jika dilihat dari asal sekolah responden berdasarkan data siswa SMA lebih banyak menggunakan *e-commerce* dan sering berbelanja *online* daripada siswa SMK atau MA.

#### **Analisis Berdasarkan Usia**

Dilihat dari rentang usia responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini adalah Siswa SMA/SMK sederajat yang berumur 15-20 tahun yang termasuk dalam generasi Z atau generasi yang mahir dalam memanfaatkan perubahan teknologi dalam berbagai kegiatan sehari-harinya. Tak heran jika mereka terbiasa menggunakan *e-commerce* dan mahir menggunakannya. Menurut hasil survei APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia), sebesar 99,6% responden dengan usia 13-18 tahun sudah menggunakan internet, artinya hampir semua orang dengan usia 13-18 tahun sudah tahu dan bisa menggunakan internet, termasuk di dalamnya penggunaan *e-commerce* ini (APJII, 2022). Hal ini juga sejalan

dengan hasil riset Populix dimana intensitas belanja *online* berdasarkan kelompok usia tertinggi diisi oleh kalangan usia 18-21 tahun (Populix, 2020).

### **Analisis Berdasarkan Uang Saku dan Pendapatan Orangtua**

Jika dianalisis dari sisi uang saku siswa dan tingkat konsumtifnya dapat disimpulkan bahwa siswa dengan uang saku yang tinggi siswa kebanyakan memiliki tingkat konsumtif rendah. Sejalan dengan itu dapat disimpulkan juga bahwa siswa mampu dan pandai dalam mengelola keuangannya meskipun memiliki uang saku besar siswa memilih untuk tidak konsumtif, hal ini dapat dikaitkan juga dengan tingkat literasi keuangan siswa yang bermakna sejalan dengan praktiknya.

Menurut Novia Laura dalam penelitiannya bahwa peningkatan jumlah uang saku dapat memicu perilaku konsumtif pada siswa, namun siswa cenderung membelanjakannya untuk kegiatan konsumsi yang dianggap penting (Laura, 2018).

Pendapatan Orang tua siswa berpengaruh terhadap uang saku yang akan diberikan kepada siswa kemudian pendapatan orang tua juga akan mempengaruhi sikap siswa apakah konsumtif atau tidak dilihat dari kemampuan orang tuanya. Pendapatan orang tua siswa bervariasi mulai dari >Rp1.000.000 hingga lebih dari Rp5.000.000 setiap bulannya namun dapat disimpulkan bahwa penghasilan orang tua yang tinggi tidak membuat anaknya memiliki tingkat konsumtif yang tinggi. Maka dalam hal ini siswa tidak mengandalkan kemampuan orang tuanya dan memanfaatkan hal tersebut untuk bersikap konsumtif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Agustina dkk bahwa pendapatan orangtua tidak mempengaruhi perilaku konsumtif siswa SMA (Agustina, Zainudin, & Mujahidin, 2020).

### **HASIL PEMBAHASAN**

Hasil Penelitian penggunaan *e-commerce* disertai pengetahuan literasi keuangan dari aspek pemahaman pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan pribadi dan tabungan siswa SMA/SMK sederajat menunjukkan bahwa siswa banyak berminat berwirausaha sedangkan untuk tingkat konsumsinya justru rendah. Hal tersebut bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa remaja cenderung bersikap konsumtif seiring dengan intensitas penggunaan *e-commerce* (Fauziyah & Handayani, 2020). *E-commerce* banyak digunakan siswa di tingkat SMA sederajat karena mudah dan praktis digunakan. Dengan segala kemudahan yang ditawarkan, para siswa berpendapat bahwa penggunaan *e-commerce* saat ini memberikan dampak positif seperti mempermudah transaksi jual beli baik bagi penjual maupun pembeli. Selain itu menurut (Simbolon, 2020) Faktor yang dapat mempengaruhi pembelian dalam *e-commerce* adalah kualitas layanan jasa yang diberikan

membuat kepercayaan bagi pembeli yakni siswa atau siswi sekolah. Shopee menjadi *e-commerce* yang paling sering digunakan dikalangan siswa.

Pemborosan saat berbelanja di *e-commerce* sangat dihindari oleh siswa, karena itu siswa lebih memperhatikan faktor kebutuhan dan kebermanfaatan barang yang hendak dibeli. Selain itu siswa cenderung mencari harga yang lebih murah dengan kualitas yang relatif sama dan mengambil potongan harga untuk lebih menghemat konsumsinya. Saat siswa memiliki barang yang ingin dibeli tetapi uang yang dimiliki belum mencukupi, siswa akan menyisihkan sebagian uang sakunya dan mengontrol pengeluaran. Jika uang yang ditabung sudah mencukupi, barulah siswa dapat membeli barang yang mereka inginkan. Perencanaan tersebut dilakukan siswa sebagai bentuk pengelolaan keuangan pribadinya. Selain sebagai media untuk membeli barang, *e-commerce* juga dimanfaatkan beberapa siswa untuk berdagang secara *online*. Menurut (Rofik & Khamainy, 2021) dalam bisnis *online* produk tidak dituntut harus produk sendiri, bahkan produk orang lainpun bisa diperjualbelikan, yang terpenting sebagai modal utama bisnis *online* adalah adanya internet, penggunaan internet saat ini sudah sangat merebak oleh karena itu membuka bisnis *online* memberikan peluang yang besar. Menambah uang saku menjadi motivasi siswa yang telah memiliki bisnis sedangkan yang belum memiliki bisnis banyak yang berminat untuk berdagang *online* melalui *e-commerce* namun mereka masih ragu dan takut gagal dalam memulai bisnis.

## **KESIMPULAN**

Dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan konsumsi dari segi berbelanja siswa ditingkat SMA/SMK sederajat banyak menggunakan *e-commerce* dan mengatakan lebih menyukai berbelanja *online* daripada belanja langsung, dengan alasan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Disamping itu keterkaitan dan pengaruh literasi keuangan siswa mempengaruhi terhadap perilaku konsumtif dan minat wirausaha siswa. Ada hubungan positif antara literasi keuangan, penggunaan *e-commerce* dan minat berwirausaha dimana literasi keuangan yang baik akan membuat siswa lebih bijak dalam menggunakan *e-commerce*, dan minat berwirausaha siswapun meningkat dengan adanya *e-commerce* sebagai media berwirausaha. Sebaliknya, ada hubungan negatif antara literasi keuangan dengan sifat konsumtif dimana semakin baik tingkat literasi keuangan siswa maka sikap konsumtif siswa akan semakin rendah. Penggunaan *e-commerce* sebagai media berbelanja

yang praktis dan mudah digunakan ternyata tidak mempengaruhi sikap konsumtif dikalangan siswa yang memiliki tingkat literasi keuangan sedang. Namun masih sedikit siswa yang sudah memulai usaha dengan memanfaatkan *e-commerce*, artinya masih sedikit pula siswa yang memiliki pendapatan dari penggunaan *e-commerce*.

## **SARAN**

Rekomendasi yang dapat dikembangkan lebih lanjut dalam penelitian ini untuk penelitian selanjutnya diantaranya dapat dilihat dari segi tingkat literasi keuangan siswa banyak yang belum membaca dan mencari tahu mengenai literasi keuangan, alangkah baiknya penelitian berikutnya diikuti dengan pemberian materi literasi keuangan terhadap siswa, hal inipun dapat menjadi rekomendasi bagi pihak instansi pendidikan agar dapat meningkatkan tingkat pengetahuan literasi keuangan siswa. Dalam penelitian ini, aspek yang diukur guna menentukan tingkat literasi keuangan hanya menggunakan aspek pengelolaan keuangan pribadi saja, untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambah aspek seperti asuransi dan investasi kedalam pengukuran tingkat literasi siswa. Kemudian diharapkan penelitian selanjutnya menambahkan faktor pengaruh perilaku konsumtif siswa dalam penggunaan *e-commerce* ini seperti dari lingkungan teman atau sosial siswa dan sebagainya.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Agustina, Rika, Zainudin, M., & Mujahidin, Ali. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Pendapatan Organ TUA Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan Edutama*, (1), 1–11.
- APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od*, (June), 10. Retrieved from [apji.or.id](http://apji.or.id)
- Artheswara, Lana Ciarna, & Sulistiawati, Asri. (2020). Tingkat Penggunaan E-Commerce pada Remaja di Kota dan Kabupaten Bogor. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4(4), 441. <https://doi.org/10.29244/jskpm.4.4.441-452>
- Fauziyah, Mona, & Handayani, Sri. (2020). Pengaruh Intensitas Pemanfaatan E-Commerce Dan Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 76–83. <https://doi.org/10.17977/um014v13i12020p076>
- Huang, H. C., & Chen, M. F. (2010). The Impact of Online Shopping Experience on Risk Preceptions and Online Purchase Intentions : An Empirical study. *Journal of Risk Research*, 251–267.
- Laura, Novia. (2018). Analisis Pengawasan Orang Tua dalam Penggunaan Uang Saku Siswa di SMA Negeri 1 Bandar Sei Kijang Kabupaten Pelalawan.
- Leni Gustina, Welia Novita, Yohan Triadi. (2022). Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*

- JTEKSIS, 4(1), 152–161. Retrieved from <http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/392/228>
- Lestarina, Eni, Karimah, Hasnah, Febrianti, Nia, Ranny, Ranny, & Herlina, Desi. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mauludin, M. Soleh, Saputra, Adnan Dewa, Sari, Anggi Zulfika, & Munawaroh, Itatul. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1). Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Park, C. W., & Kim, Y. G. (2003). Identifying Key Factors Affecting Consumer Purchase Behavior In An Online Shopping Context. *International Journal Of Retail & Distribution Management*, 16–29.
- Populix. (2020). Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia. Retrieved from <https://info.populix.co/articles/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia/#:~:text=Menurut hasil riset Populix%2C intensitas,ke tiga dengan perolehan 18%25>
- Rahmidani, Rose. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi(Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 5(1), 345–352. Retrieved from <http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/133/2012-pengguna-internet-di-indonesia->
- Rehatalanit, Y. L. .. (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69. Retrieved from <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Rofik, Mohammad, & Khamainy, Arief Hidayatullah. (2021). Pelatihan Penggunaan Platform E-Commerce Guna Menarik Minat Siswa Berwirausaha (Pelatihan Bagi Siswa Kelas 3 MA ASWAJ Ambunten). *ABDI KAMI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 127–136.
- Rohini, Desti. (2018). Pengaruh Belanja Online di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul. Retrieved from [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/31905/1/1372001\\_BAB-I\\_V\\_DAFFTAR-PUSTAKA.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/31905/1/1372001_BAB-I_V_DAFFTAR-PUSTAKA.pdf)
- Seprina, Lin, Suroyo, Heri, & Komalasari, Dinny. (2018). Pengaruh Efektivitas Penggunaan E- Commerce Pada Peningkatan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa Smk Bina Jaya Palembang. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, 8(2), 2089–0265.
- Simbolon, Laurensius Arliman. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-COMMERCE PADA SISWA/SISWI DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN. *Ensiklopedia of Journal*, 2(3), 179–185.
- Srigustini, Astri, & Aisyah, Iis. (2021). Measurement of Financial Literacy As Basic Literacy in 21St Century Economic Learning. 108–113.



- Verena, Deborah., Bambang Sugiarto., Wijaya, & Fery. (2023). PENDIDIKAN , TINGKAT PENDAPATAN DAN KEPEMILIKAN PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL PADA TRANSAKSI E-COMMERCE Pendahuluan disediakan juga beragam , mulai dari contohnya menunjukkan. 4(1), 24–41.
- Wardhani, Fitriana Kusuma, Gofur, Abdul, & Wurianto, Arif Budi. (2020). Adoption o E-commerce Among High School Students in Indonesia. *Journal of Economics, Bussines, and Accountancy Ventura*, 23, 1–10.