



Pendidikan Literasi Keuangan Dan Manajemen Diri Terhadap Perilaku Belanja Impulsif Mahasiswa

Sri Mutmainnah¹, Ellys Siregar², Rotua Sahat P. Manullang³, Gartima Sitanggang⁴
^{1,2,3,4} Universitas Negeri Medan, Indonesia

Corresponding Author : ✉ Mutmainnah.sri@gmail.com

ABSTRACT

Jangkauan internet yang luas memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi melalui situs belanja *online*. Hal tersebut akan mendorong manusia untuk melakukan Belanja Impulsif terutama di kalangan mahasiswa. Berkaitan dengan hal tersebut, maka Pendidikan Literasi Keuangan serta Manajemen diri dibutuhkan untuk menekan perilaku Belanja Impulsif. Dengan memiliki Pendidikan Literasi Keuangan serta Manajemen diri yang baik, mahasiswa diharapkan terluput dari perilaku Belanja Impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pendidikan Literasi Keuangan serta Manajemen diri memiliki pengaruh pada perilaku Belanja Impulsif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif korelasi. Populasi yang digunakan pada penelitian ini ialah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, sedangkan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 183 mahasiswa yang diambil menggunakan teknik sampling *Proportionate Stratified Random Sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yakni memakai kuesioner. Penelitian ini memakai teknik analisis data berupa analisis regresi linier berganda. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial Pendidikan Literasi Keuangan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Belanja Impulsif dengan nilai thitung > ttabel ($6,632 > 1,973$), secara parsial Manajemen diri memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Belanja Impulsif dengan nilai thitung > ttabel ($2,077 < 1,973$). Hasil uji F menunjukkan hasil bahwa Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Belanja Impulsif dengan nilai Fhitung > Ftabel ($35,767 > 3,05$). Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,276 yang memiliki arti bahwa variabel Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri memberikan sumbangan efektif terhadap variabel Belanja Impulsif sebesar 27,6%, dan sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Keywords

Pendidikan Literasi Keuangan, Manajemen Diri, Belanja Impulsif



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

PENDAHULUAN

Saat masyarakat memasuki Age of Society 5.0. Menurut Purwoto, Sumiwi, Tampenawas dan Santo (2021), Society 5.0 atau Society 5.0 merupakan konsep masyarakat berbasis teknologi yang mendukung kerja manusia dan berpusat

pada manusia. Perkembangan teknologi informasi tentunya akan memberikan dampak positif dalam berbagai bidang, khususnya bidang ekonomi. Luasnya jangkauan internet tentunya sangat bermanfaat dan memudahkan kegiatan ekonomi masyarakat, terutama kegiatan konsumsi yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya website yang menawarkan layanan e-commerce (toko online) seperti *Shopee, Lazada, Tokopedia*, masyarakat tidak lagi harus langsung ke pasar untuk membeli barang. Situs belanja online selain nyaman, tetapi juga memiliki efek negatif dalam mendorong Belanja Impulsif. Belanja Impulsif adalah pembelian yang tidak direncanakan yang terjadi secara tidak sadar. Rozaini & Ginting (2019) menjelaskan bahwa sehubungan dengan Belanja Impulsif, konsumen tertarik pada suatu produk dan sebelumnya tidak mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut, sehingga mereka cenderung membelinya secara spontan. Mahasiswa sering tergiur dengan promo dan diskon di toko online. Produk yang paling diminati adalah produk fashion, make up dan skin care.

Fenomena Belanja Impulsif yang terjadi di masyarakat kerap menimpa remaja-remajanya, termasuk mahasiswa. Mahasiswa masuk dalam kategori remaja akhir dan cenderung membeli barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan karena terlihat menarik. Mahasiswa sering menjadi salah satu target pasar karena gaya hidup mereka yang trendi, ditambah lagi mereka diberi kebebasan oleh orang tua untuk mengatur keuangan mereka tanpa campur tangan dari mereka. Kita terlena dan mudah tertipu untuk membeli barang-barang yang tidak kita butuhkan atau tidak kita butuhkan sama sekali. Alasannya sederhana, mereka tertarik pada diskon, pengiriman gratis, atau kemasan yang menarik. Masalahnya, masih banyak siswa yang tidak memiliki penghasilan sendiri dan sebagian besar mengandalkan uang dari orang tua. Oleh karena itu, penting untuk menemukan cara untuk mengekang dan menghindari Belanja Impulsif.

Berkaitan dengan maraknya perilaku Belanja Impulsif, pendidikan memegang peranan yang krusial sebagai pedoman dalam berperilaku dan pengambilan keputusan. Mahasiswa sebagai individu terdidik perlu memiliki pengetahuan yang lebih terkait dengan kegiatan konsumsinya, terutama bagi mahasiswa jurusan Ekonomi. Mahasiswa jurusan Ekonomi seharusnya memiliki pemahaman yang baik mengenai ilmu atau teori dasar ekonomi yang bisa dimanfaatkan sebagai pedoman dalam kegiatan ekonomi sehari-hari. Berkaitan dengan hal itu, maka Pendidikan Literasi Keuangan sangat dibutuhkan untuk menekan perilaku Belanja Impulsif pada mahasiswa. Pendidikan Literasi Keuangan merupakan pengetahuan ekonomi yang dimiliki

oleh seseorang yang dapat digunakan seseorang dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Pendidikan Literasi Keuangan adalah media yang memiliki fungsi untuk menjadikan seseorang yang awalnya berperilaku kurang cerdas menjadi berperilaku cerdas. Misalnya, bagaimana menyetor gaji untuk ditabung, melakukan investasi, melindungi dan untuk pemenuhan hajat hidup. Pendidikan Literasi Keuangan yang baik akan membantu mahasiswa dalam menentukan hal-hal yang paling mereka butuhkan sebelum memutuskan untuk membeli produk (Sina, 2012). Namun, berdasarkan wawancara yang dilakukan pada beberapa mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi, mereka yang seharusnya mempunyai pengetahuan yang memadai mengenai teori-teori ekonomi dan dapat menyusun skala prioritasnya justru kerap kali tidak bisa menghindari Belanja Impulsif.

Selain Pendidikan Literasi Keuangan, Manajemen diri juga berhubungan erat dengan perilaku Belanja Impulsif pada mahasiswa. Karena pada hakikatnya perilaku Belanja Impulsif mampu dikekang asalkan mahasiswa mempunyai Manajemen diri yang bagus. Manajemen diri ialah kemampuan seseorang dalam mengendalikan emosi dalam dirinya, mahasiswa adalah individu yang sudah memasuki usia dewasa. Semakin dewasa individu, maka kemampuannya dalam melakukan Manajemen diri juga akan semakin baik. Selaras dengan pendapat Ghufroon & Risnawita (2016) yang menyatakan bahwa faktor dari dalam diri yang memiliki peran dalam melakukan Manajemen diri ialah usia, kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri akan semakin baik seiring dengan kian bertambahnya usia seseorang.

Berdasarkan hasil observasi pada beberapa mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan, diketahui bahwa mereka rata-rata pernah melakukan Belanja Impulsif. Adapun alasan mereka terdorong untuk melakukan pembelian adalah karena pengaruh diskon, tagline gratis ongkir, promo, pengaruh iklan, dan bahkan banyak dari mereka mengaku membeli produk karena tertarik dengan tampilannya yang "lucu" dan terlihat "menarik". Mereka rata-rata juga belum berpenghasilan sendiri dan kebanyakan masih bergantung pada pemberian orang tua mereka. Uang tersebut tak hanya mereka gunakan untuk kebutuhan kuliah, mereka mengaku bahwa uang tersebut juga mereka gunakan untuk membeli produk *skincare*, *fashion*, atau sekedar nongkrong di *mall* dan *café*. Ketika mereka melakukan pembelian, mereka cenderung tidak memikirkan konsekuensinya. Ketika mereka merasa suka terhadap suatu barang, ada dorongan yang kuat untuk segera memilikinya. Seorang mahasiswa bahkan mengaku ketika mengunjungi situs belanja online, awalnya ia tidak ingin membeli barang tersebut, namun

menjadi tertarik untuk membelinya karena pengaruh diskon, gratis ongkos kirim, dan bentuknya yang menarik.

Penelitian yang relevan dilakukan oleh Rozaini & Ginting (2019) dimana penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa tidak terdapat pengaruh antara Pendidikan Literasi Keuangan terhadap Belanja Impulsif, sedangkan untuk Manajemen diri memiliki pengaruh terhadap Belanja Impulsif. Kemudian secara simultan, baik Pendidikan Literasi Keuangan maupun Manajemen diri sama-sama memberikan pengaruh terhadap Belanja Impulsif. Penelitian tersebut juga didukung oleh hasil penelitian dari Rosidah & Prakoso (2021) yang membuktikan tidak adanya pengaruh antara Pendidikan Literasi Keuangan terhadap Belanja Impulsif, sedangkan Manajemen diri memiliki pengaruh terhadap Belanja Impulsif, dan secara simultan baik Pendidikan Literasi Keuangan maupun Manajemen diri sama-sama berpengaruh terhadap Belanja Impulsif.

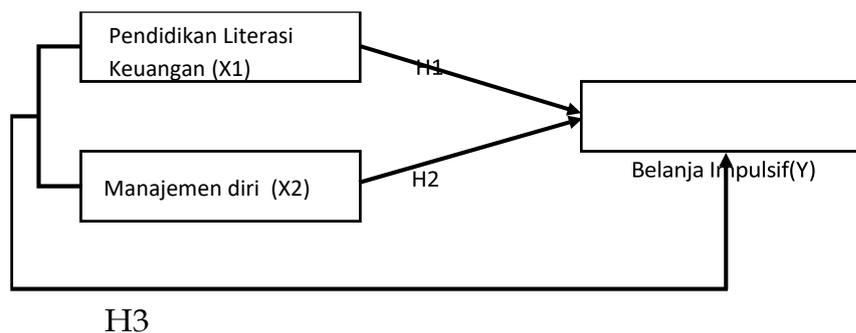
Sementara itu, hasil penelitian Pratiwi (2017) membuktikan bahwa baik secara simultan maupun secara parsial, Pendidikan Literasi Keuangan maupun Manajemen diri memberikan pengaruh terhadap Belanja Impulsif. Diperkuat oleh penelitian Suratno, Denmar, & Hepy, (2021) yang menunjukkan hasil yang sama dengan hasil penelitian Pratiwi (2017). Hal itu mengindikasikan adanya *research gap* sehingga menjadi menarik untuk diteliti.

Berdasarkan *research gap*, dan adanya kesenjangan antara teori dengan kenyataan di lapangan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri terhadap perilaku Belanja Impulsif di kalangan mahasiswa dengan judul "Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri Terhadap Perilaku Belanja Impulsif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif korelasi. Menurut Sugiyono (2015) metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi yang disebut positivisme yang dipakai untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu. Menurut Arikunto (2014) penelitian korelasi merupakan penelitian yang bertujuan untuk mencari ada atau tidaknya hubungan, seberapa erat, dan seberapa berarti hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), tersebut. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini ialah sumber data primer yang diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada responden melalui *google form*. Penelitian ini berlokasi di Universitas Negeri Medan yang berada di Jl. Willem Iskandar Pasar

V Medan Estate. Populasi yang digunakan ialah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan mulai dari semester 2, 4, 6, dan 8 yang berjumlah 335 mahasiswa, sedangkan jumlah sampel yang diambil sebanyak 183 mahasiswa. Sampel diambil dengan teknik sampling *Proportionate Stratified Random Sampling*. Metode pengumpulan data adalah angket/kuesioner yang digunakan untuk mencari data mengenai Pendidikan Literasi Keuangan, Manajemen diri, dan Belanja Impulsif. Jenis angket yang digunakan yaitu angket tertutup dengan 5 alternatif jawaban yang telah disediakan, dan menggunakan skala *Likert*. Teknik analisis yang dipakai untuk menganalisis data adalah teknik analisis regresi linier berganda.



Gambar 1.
Rancangan Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini antara lain:

1. H1: Terdapat pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan terhadap perilaku Belanja Impulsif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. H2: Terdapat pengaruh Manajemen diri terhadap perilaku Belanja Impulsif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. H3: Terdapat pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri terhadap perilaku Belanja Impulsif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, sebelum kuesioner dibagikan kepada responden maka terlebih dahulu melewati tahap uji coba instrumen. Uji coba instrumen dilakukan dengan cara memberikan angket kepada 30 responden kelas uji coba. Hasil uji validitas terhadap instrumen Pendidikan Literasi Keuangan, Manajemen diri dan Belanja Impulsif yang masing-masing berjumlah 20 butir soal dinyatakan lolos uji validitas karena telah memenuhi syarat dengan

memperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Selanjutnya hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Belanja Impulsif sebesar $0,905 > 0,60$, variabel Pendidikan Literasi Keuangan sebesar $0,897 > 0,60$, dan variabel Manajemen diri sebesar $0,894 > 0,60$. Berdasarkan perolehan hasil tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa instrumen untuk variabel Pendidikan Literasi Keuangan, Manajemen diri, dan Belanja Impulsif telah lolos uji reliabilitas karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dibanding nilai koefisien reliabilitas.

Tabel 1.

Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		183
Normal Parameters ^{a,b} Mean		.0000000
Std. Deviation		7.55200049
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.042
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.973
Asymp. Sig. (2-tailed)		.300

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa normal atau tidaknya data yang dipakai dalam model regresi. apakah data dalam model regresi berdistribusi normal (Ghozali, 2016). Apabila nilai *Asymp. Sig* $> 0,05$ maka data dinyatakan memiliki distribusi normal. Maka berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 1, data dinyatakan lolos uji normalitas karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* sebesar $0,300 > 0,05$.

Uji linieritas digunakan untuk memeriksa tepat atau tidaknya apakah spesifikasi model yang dipakai (Ghozali, 2016). Apabila nilai *Linierity* $< 0,05$ maka menunjukkan bahwa variabel independen dan variabel dependen memiliki hubungan yang bersifat linier. Berdasarkan hasil uji linieritas variabel Pendidikan Literasi Keuangan terhadap variabel pembelian impulsif diketahui bahwa nilai *Linierity* adalah $0,000 < 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel Pendidikan Literasi Keuangan dan variabel Belanja Impulsif memiliki hubungan yang bersifat linier sehingga lolos uji linieritas. Hasil uji linieritas

variabel Manajemen diri terhadap Belanja Impulsif memperoleh nilai *Linierity* sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel Manajemen diri dan variabel Belanja Impulsif memiliki hubungan yang bersifat linier sehingga lolos uji linieritas.

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk memeriksa ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan (Ghozali, 2016). Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas adalah dengan melihat nilai VIF dan *Tolerance*. Bilamana nilai $VIF \leq 10$ dan nilai *tolerance* $\geq 0,1$, maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolinieritas. Maka berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas, data dinyatakan lolos uji multikolinieritas karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai $VIF < 10$, yakni 1,201, dan memperoleh nilai *Tolerance* $> 0,1$, yakni 0,833.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya terdapat ketidaksamaan varians antara residual (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan untuk menemukan terjadinya heteroskedastisitas adalah apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Maka berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas, data dinyatakan lolos uji heteroskedastisitas karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,603 > 0,05$ untuk variabel Pendidikan Literasi Keuangan, dan nilai signifikansi sebesar $0,813 > 0,05$ untuk variabel Manajemen diri.

Tabel 2.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	(Constant)	9.776	7.215		1.355	.177
1	Pendidikan Literasi Keuangan	.617	.093	.458	6.632	.000
2	Manajemen diri	.197	.095	.144	2.077	.039

Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk menjawab analisis pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan (X1) dan kontrol (X2) diri terhadap perilaku Belanja Impulsif (Y). Berdasarkan Tabel 2 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,776 + 0,617X_1 + 0,197X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linier tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa: 1) (a) merupakan konstanta yang nilainya sebesar 9,776 menunjukkan nilai variabel Belanja Impulsif sebesar 9,776 apabila variabel Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri bernilai 0 (nol). 2) (b1) ialah koefisien regresi X1 yang besarnya 0,617 yang menunjukkan bahwa setiap pertambahan 1% variabel Pendidikan Literasi Keuangan, maka variabel Belanja Impulsif akan bertambah sebesar 61,7% dengan asumsi bahwa variabel Manajemen diri (X2) dianggap konstan. 3) b2) ialah koefisien regresi X2 yang besarnya 0,197 yang menunjukkan bahwa setiap pertambahan 1% variabel Manajemen diri (X1), maka variabel Belanja Impulsif (Y) akan bertambah sebesar 19,7% dengan asumsi bahwa variabel Manajemen diri (X1) dianggap konstan.

Uji hipotesis dilakukan untuk mendapati apakah secara parsial maupun simultan, Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri berpengaruh terhadap Belanja Impulsif. Uji hipotesis terdiri dari uji t dan uji F. Uji t bertujuan untuk mendapati apakah secara parsial Pendidikan Literasi Keuangan (X1) memiliki pengaruh terhadap Belanja Impulsif (Y), dan apakah variabel kontrol (X2) diri memiliki pengaruh terhadap Belanja Impulsif (Y). Kriteria untuk memutuskan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen dan variabel dependen adalah bilamana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 2, dapat dinyatakan bahwa secara parsial Pendidikan Literasi Keuangan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Belanja Impulsif (Y) karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yakni $6,632 > 1,973$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_1 yang berbunyi "Terdapat pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan terhadap perilaku Belanja Impulsif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan" diterima.

Selanjutnya, Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 2, dapat dinyatakan bahwa secara parsial Manajemen diri (X2) berpengaruh signifikan terhadap Belanja Impulsif (Y) karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yakni $2,077 > 1,973$, dan nilai signifikansi $0,039 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara variabel Manajemen diri (X2) terhadap Belanja Impulsif (Y). Maka H_2 yang berbunyi "Terdapat pengaruh Manajemen diri terhadap perilaku Belanja Impulsif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan" diterima.

Tabel 3.
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	4125.074	2	2062.537	35.767	.000 ^b
	Residual	10379.953	180	57.666		
	Total	14505.027	182			

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 3, dapat dinyatakan bahwa secara parsial Pendidikan Literasi Keuangan (X1) dan Manajemen diri (X2) berpengaruh signifikan terhadap Belanja Impulsif (Y) karena telah memenuhi syarat dengan memperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yakni $35,767 > 3,05$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_3 yang berbunyi "Terdapat pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri terhadap perilaku Belanja Impulsif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan" diterima.

Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan Terhadap Belanja Impulsif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji t, diperoleh hasil berupa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $6,632 > 1,973$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara Pendidikan Literasi Keuangan terhadap Belanja Impulsif. Sehingga dapat dijelaskan bahwa semakin baik Pendidikan Literasi Keuangan pada diri seorang mahasiswa, maka perilaku pembelian impulsif dalam dirinya juga akan semakin baik yang artinya perilaku Belanja Impulsif tersebut menjadi mudah ditekan. Hal tersebut selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Sina (2012) bahwa Pendidikan Literasi Keuangan adalah media yang memiliki fungsi untuk menjadikan seseorang yang awalnya berperilaku kurang cerdas menjadi berperilaku cerdas. Misalnya, bagaimana menyisihkan gaji untuk ditabung, melakukan investasi, melindungi dan untuk pemenuhan hajat hidup. Pendidikan Literasi Keuangan yang baik akan membantu mahasiswa dalam menentukan hal-hal yang paling mereka butuhkan sebelum memutuskan untuk membeli produk. Pendidikan Literasi Keuangan penting untuk dimiliki karena mampu menekan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Suratno Suratno, Denny Denmar, Hepy Hepy (2021) dan Ervin Damas Sulthoni (2021) dengan judul "Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi, Pendidikan Literasi Keuangan, dan Manajemen diri Terhadap Belanja Impulsif (Studi Kasus Guru SMA Negeri Kabupaten Musi Banyuasin)". Hasil dari penelitian tersebut membuktikan

bahwasannya Pendidikan Literasi Keuangan memiliki pengaruh terhadap variabel Belanja Impulsif sebesar 17,281 dengan nilai signifikansi sebesar 0,048. Penelitian lain yang juga memperkuat hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Ervin Damas Sulthoni (2021) yang berjudul “Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Belanja Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga”. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwasannya Pendidikan Literasi Keuangan memiliki pengaruh terhadap Belanja Impulsif sebesar 2,980 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004.

Peneliti mendapati bahwa mayoritas mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Medan memiliki Pendidikan Literasi Keuangan yang baik, kendati demikian sebagian besar dari mereka kerap kali tak bisa menekan perilaku Belanja Impulsif dalam diri mereka. Rupanya hal itu didorong oleh faktor-faktor seperti adanya diskon, promo yang menarik, kemasan yang lucu, dan lain sebagainya yang membuat mereka terlena sehingga mereka tak sempat menerapkan Pendidikan Literasi Keuangan yang dimilikinya dalam melakukan tindakan ekonomi.

Pengaruh Manajemen diri Terhadap Belanja Impulsif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji t, diperoleh hasil berupa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,077 > 1,973$ dan nilai signifikansi $0,039 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara Manajemen diri terhadap Belanja Impulsif. Sehingga dapat dijelaskan bahwa semakin baik Manajemen diri pada diri seorang mahasiswa, maka perilaku pembelian impulsif dalam dirinya juga akan semakin baik yang artinya perilaku Belanja Impulsif tersebut menjadi mudah ditekan. Hal tersebut selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Chaplin (2006) seperti yang dikutip di Nurdin et al. (2021) bahwa Manajemen diri ialah usaha individu untuk mengontrol tingkah lakunya agar tidak terjadi perbuatan yang buruk atau impulsif. Sejalan dengan teori Faidah, Harti, & Subroto, (2018) yang menyatakan bahwa Manajemen diri merupakan penanggulangan pada diri yang dapat dijadikan pedoman dalam menentukan tindakan berdasarkan skala prioritas.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Ainur Rosidah, Albrian Fiky Prakoso (2021) dengan judul “Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri Terhadap Belanja Impulsif pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya”. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwasannya Manajemen diri memiliki pengaruh terhadap Belanja Impulsif sebesar 4,715 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Penelitian lain yang juga memperkuat hasil penelitian ini adalah

penelitian yang dilakukan oleh Noni Rozaini, Bismi Aditya Ginting (2019) dengan judul “Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri Terhadap Perilaku Belanja Impulsif untuk Produk Fashion”. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwasannya Manajemen diri memiliki pengaruh terhadap Belanja Impulsif sebesar -6,549 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Peneliti mendapati bahwa mayoritas mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Medan memiliki Manajemen diri yang baik, kendati demikian sebagian besar dari mereka kerap kali tak bisa menekan perilaku Belanja Impulsif dalam diri mereka. Rupanya hal itu didorong oleh faktor-faktor seperti adanya diskon, promo yang menarik, kemasan yang lucu, dan lain sebagainya yang membuat Manajemen diri mereka goyah yang mengakibatkan terjadinya perilaku Belanja Impulsif .

Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri Terhadap Belanja Impulsif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji F, diperoleh hasil bahwa pengaruh signifikan antara Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri terhadap Belanja Impulsif dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $35,767 > 3,05$ dan nilai $0,000 < 0,05$. Hal tersebut berarti bahwa apabila kian baik tingkat Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri yang dimiliki oleh mahasiswa, maka perilaku Belanja Impulsif akan semakin baik dan mudah untuk dikontrol. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri terhadap Belanja Impulsif adalah sebesar 0,276. Hal itu menunjukkan bahwa 27,6% perubahan variabel Belanja Impulsif (Y) dipengaruhi oleh variabel Pendidikan Literasi Keuangan (X1) dan Manajemen diri (X2), dan sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh Muti' Atunnisa' & Yhadi Firdiansyah (2022) yang berjudul “Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri Terhadap Perilaku Belanja Impulsif pada Mahasiswa”. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwasannya Pendidikan Literasi Keuangan dan Kontrol secara bersama memiliki pengaruh terhadap perilaku Belanja Impulsif sebesar 23,612 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Penelitian lain yang juga memperkuat hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Indah Pratiwi (2017) dengan judul “Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan, Kelompok Teman Sebaya Dan Manajemen diri Terhadap Perilaku Belanja Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop pada Mahasiswa Jurusan

Pendidikan Ekonomi Undiksha". Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwasannya Pendidikan Literasi Keuangan dan Kontrol secara bersama memiliki pengaruh terhadap perilaku Belanja Impulsif sebesar 98,012 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis data, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri memberikan pengaruh terhadap Belanja Impulsif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan sebesar 27,6% dan sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini seperti gaya hidup, teman sebaya, dan promosi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwasannya meskipun Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri yang dimiliki oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan cenderung baik, namun pada kenyataannya mereka masih kerap kali tidak dapat menghindari perilaku pembelian secara impulsif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atunnisa', M., & Firdiansyah, Y. (2022). Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri Terhadap Perilaku Belanja Impulsif pada Mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(3), 279-295.
- Faidah, N., Harti, H., & Subroto, W. T. (2018). Pengaruh Pengalaman Ekonomi, Manajemen diri Serta Pendapatan Siswa Terhadap Perilaku Ekonomi Siswa Sma Di Kecamatan Pasir Belengkong Kabupaten Paser. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 6(1), 59.
- Fitrawaty, & Hasibuan, R. D. A. (2018). Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Belanja Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Pensisikan Ekonomi Angkatan 2015 Di Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 6(7), 21-27.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufuron, M., & Risnawita, N. R. (2016). *Teori - Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nurdin, M. N. H., Rahmah, A. I., Ansyar, A., Salim, M. Y., Jannah, M., & Fitriazahra, M. (2021).

Regulasi Emosi sebagai Upaya Manajemen diri Warga Binaan Rutan Kelas 1 Makassar.

PENGABDI: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat, 2(2), 197–202.

Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan , Kelompok Teman Sebaya Dan Manajemen diri Terhadap Perilaku Belanja Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98.

Purwoto, P., Sumiwi, A. R. E., Tampenawas, A. R., & Santo, J. C. (2021). Aktualisasi Amanat Agung di Era Masyarakat 5.0. *DUNAMIS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*, 6(1), 315–332.

Rosidah, A., & Prakoso, A. F. (2021). Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan dan Manajemen diri Terhadap Belanja Impulsif pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 275–287.

Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan Dan Manajemen diri Terhadap Perilaku Belanja Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1.

Sina, P. G. (2012). Analisis Pendidikan Literasi Keuangan . *Jurnal Economia*, 8(2), 135–143.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulthoni, E. D. (2021). *Pengaruh Pendidikan Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Belanja Impulsif Untuk Produk Fashion di Online Shop pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi, Pendidikan Literasi Keuangan , dan Manajemen diri Terhadap Belanja Impulsif (Studi Kasus Guru SMA Negeri Kabupaten Musi Banyuasin). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 501–515.