

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN TREN *FEAR OF MISSING OUT* (FoMO) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS PALANGKA RAYA

[The Influence of Economic Literacy and the Fear of Missing Out (FoMO) Trend on the Consumptive Behavior of Students in the Economic Education Study Program at the University of Palangka Raya]

Herta Tambunan^{1)*}, Tonich Uda²⁾, Dewi Rakhmawati³⁾, Eriawaty⁴⁾

Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Palangka Raya

¹⁾hertatambunan350@gmail.com (corresponding), ²⁾tonichuda@fkip.upr.ac.id,
³⁾dewi.rakhmawati@fkip.upr.ac.id, ⁴⁾eri@fkip.upr.ac.id

ABSTRAK

Fenomena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa semakin meningkat, terutama karena rendahnya literasi ekonomi dan tingginya paparan terhadap media sosial yang memicu kecemasan akan tertinggal tren sosial *fear of missing out* (FoMO). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi dan *tren fear of missing out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 50 mahasiswa sebagai sampel yang dipilih secara acak. Data dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk melihat pengaruh simultan dan parsial antara literasi ekonomi dan *fear of missing out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya. Sedangkan tren *fear of missing out* (FoMO) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya. Koefisien determinasi (R^2) literasi ekonomi, dan *fear of missing out* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya sebesar sebesar 0.677 atau 67.7%.

Kata kunci: Literasi Ekonomi; *Tren Fear Of Missing Out (Fomo)*; Perilaku Konsumtif; Mahasiswa.

ABSTRACT

The phenomenon of consumer behavior among students is increasing, especially due to low economic literacy and high exposure to social media that triggers anxiety about being left behind by the social trend of fear of missing out (FoMO). This study aims to analyze the influence of economic literacy and the trend of fear of missing out (FoMO) on the consumer behavior of students in the Economics Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Palangka Raya University. This study uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 50 students as a randomly selected sample. The data were analyzed using multiple linear regression techniques to see the simultaneous and partial effects between economic literacy and fear of missing out (FoMO) on consumer behavior. The results of the study indicate that there is no influence of economic literacy on consumer behavior of students of the Economics Education Study Program, Palangka Raya University. While the fear of missing out (FoMO) trend has a significant influence on consumer behavior of students of the Economics Education Study Program, Palangka Raya University. The coefficient of determination (R^2) of economic literacy, and fear of missing out on consumer behavior of students of the Economics Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Palangka Raya University is 0.677 or 67.7%.

Keywords: Economic Literacy; *Fear of Missing Out (FoMO)*; Consumptive Behavior; Students.

PENDAHULUAN

Perilaku konsumen pelajar semakin marak, terutama di era digital. Sumartono dalam (Syaifudin, 2018) menjelaskan bahwa perilaku konsumen banyak terjadi pada kalangan remaja, hal ini dikarenakan secara psikologis remaja masih dalam tahap konstruksi psikologi dan sangat rentan terhadap pengaruh dari luar. Remaja merupakan individu pada kelompok usia yang paling banyak menyerap informasi. Menurut Suyanto (2020), perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pengetahuan ekonomi dan pengaruh sosial. Hal ini menggambarkan pengaruh pengetahuan ekonomi terhadap perilaku konsumen

Literasi ekonomi adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut NCEE (dalam Firawaty dan Hasibuan 2018), literasi ekonomi menggambarkan kondisi seseorang yang dapat memahami masalah isu-isu ekonomi dasar dengan baik, sehingga memenangkinkan mereka untuk membuat keputusan ekonomi yang tepat.

Di sisi lain, tren *Fear of Missing Out* (FoMO) menjadi salah satu faktor mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. *tren Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan kecemasan yang muncul akibat perasaan tersisih dari aktivitas sosial atau tren yang sedang berlangsung, sebagaimana dikemukakan oleh Przybylski et al. Dalam konteks mahasiswa, tren *Fear of Missing Out* (FoMO) sering kali dipicu oleh penggunaan media sosial yang intens, di mana mereka melihat teman-temannya mengikuti tren atau memiliki barang-barang tertentu. Akibatnya, banyak mahasiswa cenderung terjebak dalam pola konsumsi impulsif untuk mempertahankan citra dirinya atau merasa diterima secara sosial.

Kombinasi antara literasi ekonomi yang rendah dan tekanan dari tren *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat menimbulkan perilaku konsumtif yang tidak sehat. Prabowo (2021), mengungkapkan bahwa mahasiswa dengan pemahaman keuangan yang terbatas cenderung mengalami kesulitan dalam mengelola pengeluaran, bahkan hingga terjebak dalam siklus utang. Hal ini menjadi perhatian penting bagi institusi pendidikan untuk meningkatkan literasi ekonomi mahasiswa. Studi oleh Agustina (2022) menunjukkan bahwa literasi ekonomi yang baik dapat membantu mahasiswa membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga mereka lebih rasional dalam membuat keputusan konsumsi. Hidayati (2023) mengungkapkan bahwa mahasiswa yang terpapar tren digital cenderung lebih mudah terpengaruh untuk mengadopsi pola konsumsi yang tidak bijak.

Di Universitas Palangka Raya, khususnya pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, mahasiswa diharapkan memiliki pemahaman yang baik tentang literasi ekonomi. Namun, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan ke beberapa mahasiswa program studi pendidikan ekonomi, ditemukan bahwa pemahaman mereka tentang literasi ekonomi dan pengelolaan keuangan yang masih kurang sehingga rentan terhadap pengaruh tren konsumtif, terutama dari platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Tiktok yang kerap kali menampilkan gaya hidup glamor sehingga mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial mereka. Berdasarkan identifikasi masalah maka diteliti sejauh mana “ literasi ekonomi dan tren *Fear of Missing Out* (FoMO) mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di lingkungan Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* (literasi ekonomi (X_1) dan tren *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2)) terhadap variabel *dependent* (perilaku konsumtif). Dengan tujuan untuk memperoleh seberapa besar pengaruh variabel *independent* (literasi ekonomi (X_1) dan tren *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_2)) terhadap variabel *dependent* (peningkatan volume penjualan) secara parsial maupun simultan.

Menurut Sugiyono (2021) menyatakan sebagai berikut: “Penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data berupa angka atau kuantitas. Peneliti menggunakan instrumen seperti angket atau kuesioner yang sudah terstruktur, yang selanjutnya dianalisis menggunakan statistik untuk mengetahui hubungan

antar variabel yang ada”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi pendidikan ekonomi sebanyak 221. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*.

Penelitian ini juga menggunakan teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2021), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang digunakan adalah metode random sampling dengan jumlah 50 orang mahasiswa. Responden penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 21, 22, 23. Sumber data di peroleh dengan menerapkan metode kusioner, dokumentasi, dan skala pengukuran. Analisis data dilakukan dengan bantuan uji regresi linier berganda menggunakan aplikasi statistik SPSS versi terbaru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2021) “Validitas berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan metode yang dikembangkan oleh Karl Pearson yaitu rumus korelasi product moment

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	r hitung	r tabel (5%)	Keterangan
a. Literasi Ekonomi			
Literasi Ekonomi_1	0,900	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_2	0,811	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_3	0,924	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_4	0,938	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_5	0,942	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_6	0,906	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_7	0,900	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_8	0,798	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_9	0,916	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_10	0,821	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_11	0,914	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_12	0,966	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_13	0,886	0,279	Valid
Literasi Ekonomi_14	0,893	0,279	Valid
b. Tren Fear of Missing Out (FoMO)			
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_1	0,897	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_2	0,853	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_3	0,920	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_4	0,781	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_5	0,784	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_6	0,856	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_7	0,798	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_8	0,780	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_9	0,779	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_10	0,905	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_11	0,816	0,279	Valid
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)_12	0,815	0,279	Valid
c. Perilaku Konsumtif			
Perilaku Konsumtif_1	0,805	0,279	Valid
Perilaku Konsumtif_2	0,969	0,279	Valid
Perilaku Konsumtif_3	0,942	0,279	Valid
Perilaku Konsumtif_4	0,929	0,279	Valid
Perilaku Konsumtif_5	0,862	0,279	Valid

Item Pernyataan	r hitung	r tabel (5%)	Keterangan
Perilaku Konsumtif_6	0,870	0,279	Valid
Perilaku Konsumtif_7	0,836	0,279	Valid
Perilaku Konsumtif_8	0,846	0,279	Valid
Perilaku Konsumtif_9	0,904	0,279	Valid

Berdasarkan tabel diatas Hasil Uji Validitas Instrument penelitian diatas dapat diketahui bahwa butir instrument pada variabel X_1 , X_2 dan Y yaitu sebanyak 35 butir instrument berupa pernyataan. Untuk mengetahui apakah suatu item layak digunakan atau tidak dengan cara r -hitung $>$ r -tabel dengan rumus ($N = 50$). Taraf signifikansinya sebesar 5% dan nilai r -tabel adalah **0,279** memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ dinyatakan **valid** secara keseluruhan berdasarkan hasil uji validitas oleh peneliti menggunakan IBM SPSS *Statistics* versi 25.

Uji Reliabilitas

Sugiyono (2021) menyatakan bahwa pengujian realibilitas dapat dilakukan dengan *test-retest stability* ekuivalen dengan kombinasi keduanya, bila korelasi positif signifikan maka instrumen dinyatakan reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

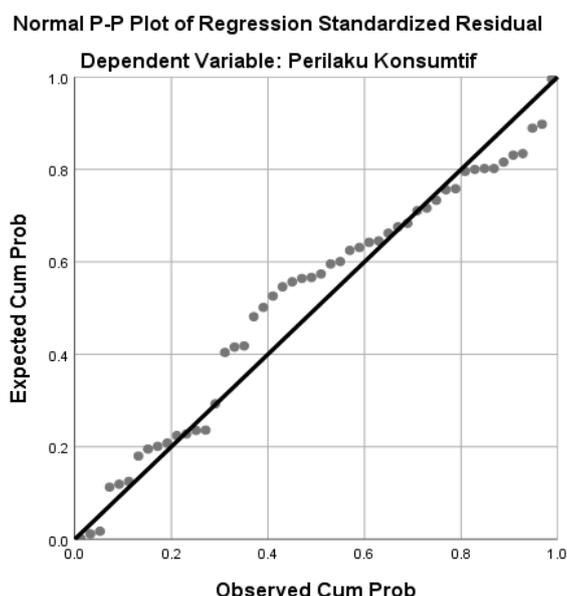
Variabel	N	Cronbach's Alpha	Keputusan
Literasi Ekonomi	14	0,979	Reliable
Tren <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	12	0,957	Reliable
Perilaku Konsumtif	9	0,964	Reliable

Berdasarkan tabel 2 hasil uji Reliabilitas SPSS 25 diatas diketahui nilai Cronbach Alpha (α) pada variabel X_1 sebesar 0,979, Variabel X_2 sebesar 0,957 dan variabel Y sebesar 0,964 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach Alpha variabel X_1 , X_2 dan $Y > 0,05$ maka data tersebut dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga dilakukan uji normalitas dengan melihat Grafik normal *p-p plot of regression standerdized residual* berikut;



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1 hasil uji normalitas diatas Menunjukkan bahwa sebaran titik-titik mengikuti garis diagonalnya, oleh karena itu sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas teknik *Probability plot* dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Dengan demikian maka asumsi normalitas untuk nilai residual dalam analisis regresi linear berganda pada penelitian ini dapat terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna. Pengujian multikolineritas dapat dilihat dari nilai korelasi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) melalui program SPSS *version 25*. Diperoleh hasil uji multikolineritas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

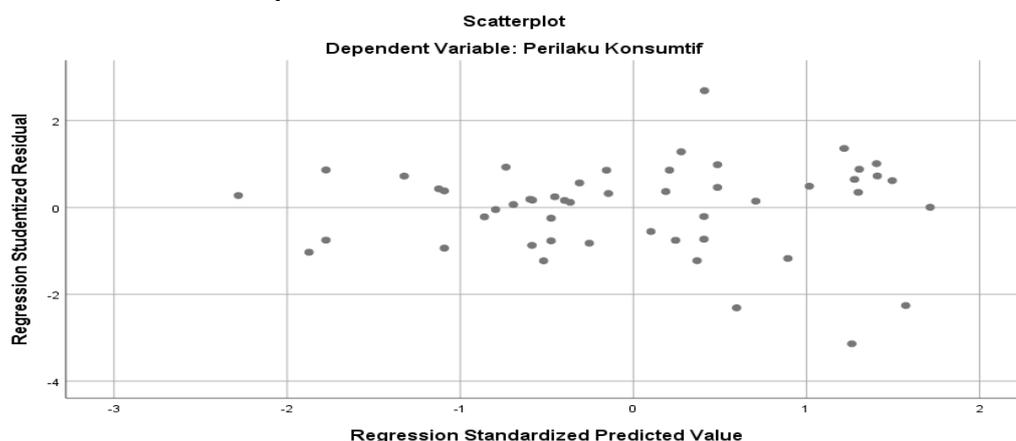
Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.032	3.702			1.630	.110		
Literasi Ekonomi	-.059	.063		-.079	-.940	.352	.969	1.032
Tren FoMO	.607	.064		.805	9.556	.000	.969	1.032

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel 3 hasil Uji multikolineritas menunjukkan bahwa variabel independent (Literasi Ekonomi dan Tren *Fear of Missing Out* (FoMO)) memiliki nilai *Toleran* sebesar 0.969 yang dimana nilai *Toleran* variabel independent lebih dari (>0.100) dan *VIF* sebesar 1.032 yang dimana *VIF* kurang dari (<10.00) maka berkesimpulan asumsi multikolineritas tidak terjadi gejala multikolineritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas atau ketidaksamaan varian dari model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas, sehingga dilakukan uji heteroskedastisitas dengan melihat Grafik *scatterplot* berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear berganda

Menurut Sugiyono (2021) menjelaskan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut: "Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2". Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Adapun persamaan regresi linier berganda literasi ekonomi dan tren *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan ekonomi adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.032	3.702		1.630	.110
Literasi Ekonomi	-.059	.063	-.079	-.940	.352
Tren FoMO	.607	.064	.805	9.556	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Dengan persamaan :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 6,032 + (-0,059) X_1 + 0,607 X_2$$

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diatas menunjukkan bahwa b2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0.607, menunjukkan bahwa variabel Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar -0.059, menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi (X1) mempunyai pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya variabel literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai a sebesar 6.032 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel perilaku konsumtif belum dipengaruhi oleh variabel Literasi Ekonomi (X1) dan Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) (X2).

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* secara individual dalam menjelaskan variasi variabel *dependent*.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (t) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.032	3.702		1.630	.110
Literasi Ekonomi	-.059	.063	-.079	-.940	.352
Tren FoMO	.607	.064	.805	9.556	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1) Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil parsial pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumen dengan menggunakan program SPSS versi 25 diperoleh nilai thitung sebesar -0,940, nilai signifikansi t sebesar 0,352, dan koefisien regresi (b1) sebesar -0,059. Karena nilai signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis pertama "literasi ekonomi berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya" ditolak.

2) Pengaruh Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil perhitungan parsial pengaruh tren *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku konsumen dengan menggunakan program SPSS versi 25 diperoleh nilai t sebesar 9,556, nilai signifikansi sebesar 0,000, dan koefisien regresi (b2) sebesar 0,607. Karena nilai signifikansi $t < 0,05$ dan koefisien regresi bertanda positif, maka hipotesis kedua “tren *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya” diterima.

Uji F

Uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Y).

Tabel 6. Hasil Uji F ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1482.113	2	741.057	49.180	.000 ^b
	Residual	708.207	47	15.068		
	Total	2190.320	49			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Tren FoMO, Literasi Ekonomi

Berdasarkan hasil uji f secara simultan pengaruh literasi ekonomi, tren *fear of missing out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif dengan menggunakan program SPSS versi 25, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 49.180 dengan nilai signifikansi F sebesar 0.000. Karena nilai sig. $F < 0.05$ maka hipotesis keempat yang berbunyi “terdapat pengaruh yang signifikan literasi ekonomi, tren *fear of missing out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya” diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.663	3.88178

a. Predictors: (Constant), Tren FoMO, Literasi Ekonomi

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa nilai *R square* sebesar 0,663 hal ini mengandung makna bahwa pengaruh variabel X_1 , X_2 terhadap variabel Y secara parsial jika dihitung berdasarkan rumus koefisien determinasi = $0,823 \times 0,823 = 0,677 = 67,7\%$ artinya kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent* yaitu sebesar 67,7%.

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari *R square* sebesar 0,677 (67,7%). Artinya bahwa variabel *independent* yang diteliti memiliki pengaruh kontribusi sebesar sebesar 67,7%. Sedangkan, 32,3% sisanya adalah faktor lain diluar variabel bebas (X) yang diteliti. Hal ini disebabkan karena keterbatasan variabel yang dipilih oleh peneliti hanya satu tidak dapat 100% memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya (Y).

Berdasarkan jawaban dari 50 orang responden memberikan jawaban pada kuesioner bahwa Literasi Ekonomi dan Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) secara Bersama-Sama Terhadap Perilaku konsumtif sebesar 67,7%

Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Penelitian Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t yang besar yaitu sebesar -0,940, nilai signifikansi t sebesar 0,352, dan nilai koefisien regresi (b1) sebesar -0,059. Karena nilai signifikansi $t > 0,05$ maka dapat

disimpulkan bahwa literasi ekonomi tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya.

Berdasarkan hasil yang diuraikan pada data penelitian dapat diketahui bahwa tingkat literasi ekonomi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya tergolong rata-rata, namun hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dapat disimpulkan bahwa baik mahasiswa yang memiliki tingkat literasi ekonomi tinggi maupun rendah tidak memiliki perbedaan dalam perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian A.N Solihat & S. Arnasik, mengungkapkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 9,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh seberapa tinggi tingkat literasi ekonomi, semakin tinggi tingkat literasi ekonomi maka akan semakin rasional perilaku konsumtif mahasiswa, dan sebaiknya. Dimensi literasi ekonomi dalam penelitian ini meliputi pengetahuan, sikap, dan keterampilan ekonomi yang sifatnya praktis dan berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.

Menurut Niko Ramadhani (2019), faktor-faktor yang mendorong seseorang berperilaku konsumtif adalah sebagai berikut: rasa gengsi yang tinggi, selalu mengikuti tren, hidup mewah, dan suka dikagumi orang lain. Meskipun pada dasarnya tujuan literasi ekonomi adalah untuk memungkinkan orang memahami biaya/manfaat suatu barang dalam kegiatan ekonomi, dengan kata lain, untuk mencegah orang tertentu terlibat dalam perilaku konsumsi. Namun berdasarkan karakteristik perilaku konsumen yang dijelaskan di atas, literasi ekonomi tidak mempengaruhi perilaku konsumen. Oleh karena itu, ketika perilaku konsumsi terjadi, mahasiswa tidak memiliki waktu atau kesempatan untuk menghafal dan menghitung berbagai bagian konsep ekonomi yang telah mereka pelajari. Oleh karena itu, tingkat pengetahuan ekonomi yang dimiliki tidak mempengaruhi perilaku konsumen.

Berdasarkan hasil dari penelitian Indah Pratiwi (2017), literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion. Oleh karena itu untuk mengantisipasi perilaku pembelian impulsif, bisa dilakukan dengan memiliki literasi ekonomi yang memadai melalui pemahaman terhadap ilmu ekonomi. Dalam literasi ekonomi akan memberikan mereka ilmu mengenai bagaimana cara mengelola pendapatan untuk kepentingan berkonsumsi.

Pengaruh Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) Terhadap Perilaku konsumtif

Dari hasil penelitian yang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 9.556 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,000 dan koefisien regresi (b_2) sebesar 0,607. Karena nilai signifikansi $t < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya”

Berdasarkan hasil deskripsi data variabel Tren *Fear of Missing Out* (FoMO), dapat diketahui bahwa Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) memegang peranan yang cukup penting dalam perilaku konsumtif. Banyaknya waktu yang dihabiskan mencari informasi sesuatu hal yang sedang viral di media sosial serta memiliki rasa takut tertinggal oleh zaman. Kondisi tersebut sedikit banyak berpengaruh terhadap perilaku pembelian mereka dan kemudian mengarah pada perilaku konsumtif.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Suci dkk (2023) bahwa Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah seseorang yang memiliki rasa kecemasan, takut tertinggal dan kehilangan momen, informasi, tren hingga gaya hidup seseorang yang dilihat dari jejaring internet. Sehingga semakin besar pengaruh Tren *Fear of Missing Out* (FoMO), maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya semakin kecil pengaruh Tren *Fear of Missing Out* (FoMO), maka semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya.

Berdasarkan hasil penelitian Haniya Zulfiana & Suparmi (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan kontribusi pengaruh sebesar 24,8%. Kesimpulannya, semakin tinggi gaya hidup hedonisme pada mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

Pengaruh Literasi Ekonomi dan Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) secara Bersama-Sama Terhadap Perilaku konsumtif

Literasi ekonomi dan tren *fear of missing out* (FoMO) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian dengan uji F yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 49.180 dengan nilai signifikansi F sebesar 0.000. Karena nilai sig. $F < 0.05$ maka hal ini berarti bahwa literasi ekonomi dan tren *fear of missing out* (FoMO) secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya. Sehingga dapat membuktikan hipotesis ketiga yang telah dikemukakan sebelumnya.

Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.677 atau 67.7%, Jadi dapat dikatakan bahwa 67.7% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan tren *fear of missing out* (FoMO). Sedangkan sisanya sebesar 32.3% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

Berdasarkan jawaban dari 50 orang responden memberikan jawaban pada kuesioner bahwa literasi ekonomi dan tren *fear of missing out* (FoMO) terhadap pengaruh perilaku konsumtif sebesar 67,7% dapat disimpulkan literasi ekonomi dan tren *fear of missing out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif di Program Studi Pendidikan Ekonomi. Temuan lainnya adalah ada 32,3% faktor lainnya yang mempengaruhi peningkatan perilaku konsumtif. Tidak terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Tren *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Berbagai sumber seperti buku, seminar, edukasi dan media digital membantu mahasiswa meningkatkan literasi ekonomi dan mampu mengelola keuangan secara bijak, bertanggung jawab dan tidak merusak ketika terlibat dalam perilaku konsumtif. Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan prinsip keuangan 50/30/20, yang menyatakan bahwa 50% untuk kebutuhan pokok, 30% untuk keinginan (seperti liburan atau hiburan) dan 20% untuk tabungan atau investasi dalam kehidupan sehari-hari. Diharapkan kepada mahasiswa agar tidak selalu mengalihkan fokusnya dalam peran menjadi seorang mahasiswa, yakni belajar; di samping itu, mahasiswa hendaknya memahami skala prioritas dan memilih pergaulan yang baik.

2. Bagi Dosen

Dosen dapat memberikan sosialisasi, edukasi dan pelatihan pada saat PKKMB (Pengenalan Kehidupan Kampus bagi Mahasiswa Baru) terkait literasi ekonomi yang diharapkan membantu mahasiswa memahami literasi ekonomi secara efektif. Selain itu, dosen dapat memberikan seminar atau diskusi secara berkelanjutan kepada mahasiswa yang mencakup tren-tren yang memengaruhi gaya hidup mahasiswa, memberikan pemahaman terkait *money lifestyle* (gaya hidup finansial) dan *social model life* (model sosial kehidupan), sehingga hal ini dapat membantu pola pikir dan mahasiswa sadar dampak negatif jika tidak bisa mengendalikan kebiasaan perilaku konsumtif.

3. Bagi Program Studi

Program Studi Pendidikan Ekonomi yaitu dapat memperkaya dari sisi kurikulum terkait isi dekripsi dan penjabaran-penjabaran di dalam kurikulum, yang diharapkan mampu memberikan pemahaman dan penanaman sikap, karakter, pola pikir dan nilai yang berkaitan dengan literasi ekonomi dan tren *Fear of Missing Out* (FoMO).

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperluas variabel lain yang memengaruhi perilaku konsumtif, seperti pengaruh lingkungan sosial, media sosial, gaya hidup, pengaruh *gender* standar ekonomi kebahagiaan dan ekonomi hijau (*green economy*). Penelitian juga bisa diperluas ke fakultas atau universitas lain untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan dalam pola konsumtif mahasiswa berdasarkan latar belakang pendidikan atau daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa . *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 5(1), 45-56.
- Firawaty & Hasibuan. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok teman sebaya terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk produk Fashion pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi UNM. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 6(7), 23-31
- Hidayati, N. (2023). Digitalisasi dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Sebuah Tinjauan . *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 30-40.
- Prabowo, A. (2021). Dampak FOMO terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa . *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(3), 112-122.
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk fashion di online shop pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98-107.
- Przybylski, AK, Murayama, K., DeHaan, CR, & Gladwell, V. (2013). *Takut Ketinggalan: Fenomena Seluler* . Komputer dalam Perilaku Manusia, 29(4), 1841-1848.
- Ramadhani, N. (2019). *Perilaku konsumtif dan pengaruh literasi ekonomi pada mahasiswa*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Cerdas.
- Solihat, A. N., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1–13.
- Suci, N., Andini, R., & Pratama, H. (2023). *Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada pengguna media sosial di kalangan remaja*. Jakarta: Penerbit Psikologi Digital.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (17th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sumartono dalam Nurjanah, S. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 30–40
- Suyanto, S. (2020). Konsumsi Perilaku Mahasiswa: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi . *Jurnal Penelitian Sosial*, 7(2), 67-78.
- Zulfiana, H., & Suparmi, S. (2024). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *Edukatif: Jurnal Pendidikan* , 3 (2), 63-70.