

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **2.1 Pengertian Pengelolaan Uang Saku**

Uang saku merupakan pendapatan yang diterima oleh seseorang, pendapatan dapat mempengaruhi perilaku ekonomi manusia. Terbatasnya pendapatan yang dimiliki oleh seseorang membuatnya harus bisa mengelola keuangannya dengan baik sehingga dapat memenuhi kebutuhannya. Karena keterbatasan uang saku akan membuat seseorang untuk lebih rasional dalam mengambil keputusan untuk berperilaku konsumsi, maka dengan keterbatasan itu mengharuskan seseorang untuk mampu mengelola keuangannya.

Marteniawati (2012:16) menyatakan bahwa “Pengelolaan uang saku merupakan upaya yang dilakukan seseorang (mahasiswa) untuk mengatur uang yang diterima dari keluarga yang ditujukan untuk biaya hidup selama yang bersangkutan menempu studi”.

Sedangkan menurut Hartanto (2016:24) “uang saku merupakan pendapatan yang diperoleh anak dari orang tuanya, dimana uang saku ini dapat mempengaruhi bagaimana pola konsumsi seseorang”. Karena pada umumnya semakin tinggi uang saku yang diterima, maka semakin tinggi pola konsumsi seseorang. Salah satu faktor yang mempengaruhi pola konsumsi siswa yaitu uang saku, dengan pemberian uang saku yang berbeda-beda dari setiap siswa yang menerima uang sakunya yang beragam, ada yang menerima uang saku setiap minggu dan ada yang menerima uang saku setiap bulannya.

Berdasarkan kesimpulan dari 2 pendapatan para ahli di atas, pengelolaan uang saku merupakan upaya untuk melatih kemampuan siswa dalam mengelola uang yang diterima dari orang tua guna untuk memenuhi kebutuhannya selama menempuh pendidikan. Alasan orang tua memberikan uang saku kepada anaknya bertujuan untuk memberikan bekal yang dapat dikelola oleh anak dan anak bisa belajar mengatur keuangannya dengan tepat Pengelolaan uang saku juga dapat

diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, guna menata hidup dalam memenuhi kebutuhannya.

### **2.1.1. Indikator Pengelolaan Uang Saku**

Menurut Joycelyn Hadley-Buxton (2006 : 26) “mengemukakan saran untuk membelanjakan uang adalah sebagai berikut:

1. Sebelum membelanjakan uang, tentukan barang apa yang sebenarnya diinginkan.
2. Buatlah daftar kepentingan barang yang akan dibeli.
3. Melihat catatan debit dan kredit atau anggaran dana yang dimiliki.
4. Luangkan waktu untuk melihat apa yang diinginkan dan memilih dengan hati-hati sehingga akan mendapatkan hasil yang terbaik.
5. Bandingkan harga untuk barang yang sama ke beberapa toko untuk mendapatkan harga yang terbaik.
6. Diskusikan rencana pembelian dengan orang tua.
7. Jika membayar secara kontan tanyakan potongan harganya.

## **2.2 Pengertian Kecerdasan Emosional**

Menurut Ramayulis (2013:162) mendefinisikan bahwa:

“Kecerdasan emosional adalah seseorang yang mampu menggali, membangkitkan, dan menciptakan dorongan emosional menjadi dorongan atau motivasi positif, yang ia sanggup merubah rasa malas menjadi rajin, merubah sikap masabodo menjadi peduli, menegakan disiplin diri, mengendalikan amarah, menahan hawa nafsu atau keinginan dan mengatasi kesedihan”.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kecerdasan emosional suatu jenis kecerdasan yang memahami, mengenali, merasakan, mengelola dan memimpin perasaan sendiri dan orang lain. Kemampuan ini dimiliki oleh seseorang yang menuntut adanya perasaan untuk belajar mengakui, menghadapi perasaan pada diri dan orang lain serta menanggapi dengan tepat dalam hubungannya dengan orang lain dan menerapkannya dalam kehidupan dan pekerjaan sehari-hari. Kecerdasan emosi menggambarkan kemampuan seseorang untuk mampu mengelola dorongan dan perasaan emosi yang dalam dirinya.

### **2.2.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kecerdasan Emosional**

Menurut Goleman (2005: 387) Faktor-faktor yang mempengaruhi kecerdasan emosional yaitu:

1. Lingkungan Keluarga, kehidupan keluarga merupakan sekolah pertama dalam mempelajari emosi. Dalam hal ini peran orang tua sangatlah dibutuhkan. Orang tua adalah subyek pertama yang perilakunya diidentifikasi oleh anak dan kemudian diinternalisasi yang akhirnya menjadi bagian dari kepribadian yang sangat menguntungkan bagi anak.
2. Lingkungan Non Keluarga, dalam hal ini berkaitan dengan lingkungan masyarakat dan lingkungan sekolah. Di lingkungan ini, anak dapat diberi pelajaran dasar untuk hidup yang mungkin belum pernah mereka dapatkan. Pelajaran tentang mengidentifikasi perasaan, mengendalikan dorongan hati, mengemukakan perasaan, berempati, mengelola amarah dan menyelesaikan permasalahan merupakan keterampilan emosional yang dapat diajarkan kepada anak. Pembelajaran emosi dapat dilakukan dengan memberi peran anak sebagai seseorang diluar dirinya, sehingga anak dapat belajar mengenali bagaimana perasaan orang lain ketika dihadapkan pada suatu permasalahan.

### **2.2.2 Indikator Yang Memiliki Kecerdasan Emosional**

Menurut Salovey (Daniel Goleman, 2005: 58-63), menempatkan kecerdasan pribadi Gardner dalam definisi dasar tentang kecerdasan emosional yang dicetuskannya seraya memperluas kemampuan ini menjadi lima wilayah utama antara lain:

1. Mengenal emosi diri  
Mengenal emosi diri merupakan suatu kemampuan untuk mengenali perasaan sewaktu perasaan itu terjadi. Kemampuan ini merupakan dasar kecerdasan emosional. Para ahli psikologi menyebutkan kesadaran diri sebagai “metamood” yakni kesadaran seseorang akan emosinya sendiri. Menurut John Mayer dalam Daniel Goleman (2005: 64), kesadaran diri adalah waspada terhadap suasana hati maupun pikirannya, bila kurang waspada maka individu menjadimudah larut dalam aliran emosional dikuasai oleh emosi. Kesadaran diri belum menjamin penguasaan emosi, namun merupakan salah satu prasyarat penting untuk mengendalikan emosi sehingga individu mudah menguasai emosi.
2. Mengelola emosi  
Mengelola emosi merupakan kemampuan individu dalam menangani perasaan agar dapat terungkap dengan tepat dan selaras, sehingga tercapai keseimbangan dalam diri individu. Menjaga agar emosi yang merisaukan, tetap terkendali merupakan kunci menuju kesejahteraan emosi. Emosi yang meningkat dengan intensitas terlampau lama, akan mengoyak kestabilan kita. Kemampuan untuk menghibur diri sendiri, melepaskan kecemasan, kemurungan atau ketersinggungan dan akibat-akibat yang ditimbulkan serta kemampuan untuk bangkit dari perasaan-perasaan yang menekan.

### 3. Memotivasi diri sendiri

Memotivasi diri sendiri merupakan menata emosi sebagai alat untuk mencapai tujuan adalah hal yang sangat penting dalam kaitan untuk memberi perhatian, untuk memotivasi diri sendiri dan untuk berkreasi kendali diri emosional, menahan diri terhadap kepuasan dan mengendalikan dorongan hati adalah landasan keberhasilan dalam berbagai bidang. Orang-orang yang memiliki keterampilan ini cenderung jauh produktif dan efektif dalam hal apapun yang mereka kerjakan.

### 4. Mengenali emosi orang lain

Kemampuan mengenali emosi orang lain atau yang disebut empati adalah kemampuan seseorang untuk mengenali orang lain atau peduli, menunjukkan kemampuan empati yang disebut “keterampilan bergaul” lebih mampu menangkap sinyal-sinyal sosial yang tersembunyi yang mengisyaratkan apa-apa yang dibutuhkan atau dikehendaki orang lain. Sehingga ia lebih mampu menerima sudut pandang orang lain, peka terhadap perasaan orang lain dan lebih mampu untuk mendengarkan orang lain. Berempati terhadap perasaan orang lain dijadikan dasar untuk membangun hubungan interpersonal yang sehat.

### 5. Membina hubungan

Kemampuan untuk menerima hubungan merupakan suatu keterampilan yang menunjang popularitas, kepemimpinan dan keberhasilan antar pribadi. Keterampilan dalam berkomunikasi merupakan kemampuan dasar dalam keberhasilan dalam membina hubungan. Seseorang dengan kemampuan ini pandai merespon tanggapan orang lain sesuai dengan yang dikehendaki, orang yang tidak memiliki keterampilan ini akan dianggap angkuh, sombong, tidak berperasaan dan akhirnya akan dijauhi orang lain.

## 2.3 Tinjauan Atas Pemahaman Dasar Ekonomi (*Literacy Economic*)

Ilmu ekonomi merupakan pedoman bagi siswa dalam menentukan barang dan jasa yang akan dibeli. Pemahaman dasar ekonomi merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi seorang dalam berkonsumsi, karena rasional atau tidaknya perilaku konsumsi seseorang. Maka dari itu pemahaman dasar ekonomi dibutuhkan supaya mampu mengurangi atau meminimalisir perilaku konsumsi yang tidak rasional atau irasional.

Sedang Menurut Sina (2012: 135) menyatakan bahwa: “literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup”.

Menurut Pandey & Bhattacharya (2012: 3) menyatakan bahwa:

“Melek ekonomi adalah kemampuan untuk menggunakan konsep ekonomi untuk membuat keputusan tentang penghasilan, tabungan, pengeluaran dan mengalokasikan uang. Berdasarkan pendapat di atas literasi ekonomi merupakan keterampilan individu untuk merubah perilaku dari tidak tahu menjadi tahu. Kemampuan itu dihasilkan melalui pembelajaran agar mengetahui, bagaimana cara berperilaku ekonomi dengan baik dan benar”.

Sedangkan menurut Jappelli (2009) pada prinsipnya literasi ekonomi, “merupakan alat untuk mencapai tujuan, hanya saja pada kenyataannya tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang tinggi sehingga mengkerucutkan peluang mencapai kesejahteraan. Salah satu indikatornya adalah menjadi orang yang cerdas dalam mengelola sumber daya ekonominya guna mencapai kesejahteraan”.

Robert F. Duvall, Presiden dan CEO Dewan Nasional Pendidikan Ekonomi (NCEE) (Neti Budiwati,2014:19) menyatakan, “Melek ekonomi adalah keterampilan penting, sama pentingnya dengan membaca literasi.” Memiliki pengetahuan dasar ekonomi (literasi ekonomi), siswa dapat mengelolah dengan cerdas keuangannya, apalagi siswa masih mendapatkan uang dari orang tuanya sehingga siswa harus benar- benar memahami kebutuhan utama yang harus dimiliki sebagai seorang siswa dan mampu bersikap rasional. Siswa harus mampu mengendalikan keinginan untuk membeli barang yang tidak rasional.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi merupakan kemampuan untuk menggunakan konsep dasar ekonomi dan cara berpikir kritis dalam pembuatan keputusan ekonomi. Literasi ekonomi dapat membuat seseorang menjadi cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk memenuhi kebutuhannya dan mencapai kesejahteraannya dengan cara mengaplikasikan konsep ekonomi tersebut. Terkait dengan perilaku konsumsi siswa atau remaja pendidikan yang memegang peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia yang bermutu dan berkualitas. Pendidikan merupakan proses yang mengakibatkan adanya perubahan dalam perilaku, dikatakan bahwa orang dianggap belajar jika menunjukan perubahan yang terjadi dalam tingkah laku hidupnya.

### 2.3.1 Indikator Pemahaman Dasar Ekonomi (Literacy Economic)

Di Amerika sosialisasi melek ekonomi dilakukan oleh NCEE (The national council on economic education) dan kriteria economic literacy menurut NCEE (*The National Council On Economic Education*) tahun 2003 (Eko Prasetyo Utoo,2018:2) terdiri dari 20 indikator:

1. Mampu menganalisis perubahan permintaan barang
2. Mampu mengelola peran wirausaha
3. Mampu menganalisis tingkat harga terhadap kecenderungan menabung
4. Mampu mengalokasikan pendapatan individu
5. Mampu mengalokasikan pendapatan nasional
6. Mampu menganalisis perubahan penawaran dan permintaan
7. Mampu menganalisis dampak kebijakan perdagangan internasional
8. Mampu menganalisis dampak kebijakan pemerintah terhadap penetapan harga
9. Mampu menjelaskan peran perilaku ekonomi, produsen, konsumen dalam pemerintahan dan perekonomian
10. Mampu menjelaskan manfaat dan perdagangan international
11. Mampu menganalisis dampak perubahan permintaan dan penawaran terhadap harga barang
12. Mampu menjelaskan penggunaan sumber daya yang terbatas
13. Mampu menjelaskan peran pasar modal dalam perekonomian
14. Mampu menganalisis *cost* dan *benefit* dari transaksi ekonomi
15. Mampu menganalisis *cost* dan *benefit* dari pengambilan keputusan
16. Mampu menjelaskan peran pemerintah dalam perekonomian
17. Mampu menjelaskan anggaran perencanaan belanja Negara
18. Mampu menganalisis dampak inflasi
19. Mampu menganalisis pengembangan industry
20. Mampu menjelaskan bunga uang.

### 2.4 Pengertian Rasionalitas Perilaku Konsumsi

Pada hakekatnya manusia adalah *homo economicus*, kata ini berasal dari Bahasa latin yang artinya manusia ekonomi. Manusia dalam kehidupan sehari-harinya tidak lepas dari kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bermacam-macam. Seperti menurut Alam (2013:46) dalam ilmu ekonomi, “konsumsi adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengurangi atau menghabiskan faedah suatu benda (barang dan jasa) dalam rangka memenuhi kebutuhan”.

Menurut Engel *et al* (Sangadji dan Sopiha, 2013:7), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam perolehan, pengonsumsi dan

penghabisan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusun tindakan tersebut.

Menurut Griffin (Sangadji dan Sopiah, 2013:8), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan dan menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:166) Perilaku konsumen adalah “studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”.

Menurut Tatik (2008:6) perilaku konsumsi adalah “studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi dan proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat”.

Menurut Sumarwan (2010:6) menyatakan bahwa:

“Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan, produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi. Perilaku konsumsi juga memiliki pengertian yang sama dengan perilaku konsumen, artinya seorang konsumen memiliki sikap konsumsi yang berubah-ubah dalam tindakannya”.

Menurut Sunyoto (2012:251) menyatakan bahwa:

“Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*) dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan kegiatan tersebut. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang yang dengan berbagai alasan berhasrat untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku tersebut, termasuk orang yang kepentingan utamanya adalah pemasaran. Tidak mengherankan jika studi tentang perilaku konsumen ini memiliki akar utama dalam bidang ekonomi terlebih lagi dalam pemasaran”.

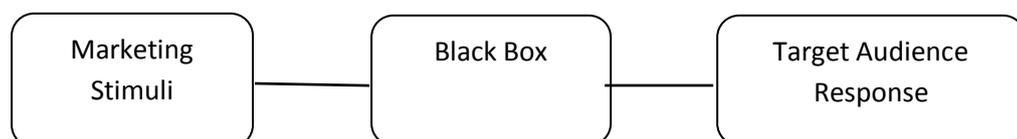
Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:9) menyimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah :

1. Disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok atau organisasi dan proses- proses yang digunakan konsumen untuk menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman (ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat.
2. Tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik penggunaan, pengonsumsi dan penghabisan barang dan jasa, termasuk proses kebutuhan yang mendahului dan yang menyusul.
3. Tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi produk tersebut dan berakhir dengan tindakan-tindakan pasca pembelian yaitu perasaan puas atau tidak puas.

Semakin beragam kebutuhan manusia yang harus dipenuhi serta semakin majunya perkembangan zaman. Hal ini akan membawa dampak terhadap perilaku konsumsi manusia. Remaja merupakan golongan konsumen yang dikhawatirkan terjadinya perubahan perilaku konsumsi yang dapat menjadi perilaku konsumtif.

Berdasarkan dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan seorang individu atau kelompok guna untuk memenuhi dan mencapai kebutuhannya baik untuk mengonsumsi, menggunakan dan menghabiskan barang dan jasa. Pemahaman dasar ekonomi juga merupakan kemampuan menggunakan konsep dasar ekonomi ini dapat membuat keputusan seorang individu berpikir kritis dan cerdas dalam mengolah dan mengelola sumber daya yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan hidupnya agar sejahtera.

#### 2.4.1 Model Perilaku Konsumen



**Gambar 2.1**

#### **Model Perilaku Konsumen Sederhana**

(sumber : Sangadji dan Sopiah, 2013:13)

Gambar 2.1 memperlihatkan dua dimensi dalam model perilaku konsumen yang sederhana, yaitu :

- 1) Stimulus Pemasaran (*marketing stimuli*).
- 2) Respon pasar sasaran (*target audience response*) terhadap pemasaran yang dirancang oleh perusahaan.

Stimulus pemasaran bias berupa strategi dan metode pemasaran yang dikembangkan produsen atau pemasar untuk memasarkan produk. Dengan stimulus tersebut diharapkan konsumen tertarik untuk membeli produk dan merasa puas.

Diantara dua dimensi tersebut terdapat kotak hitam (*black box*) yang berupa variabel intervensi Antara stimulus dan respon seperti suasana hati (*mood*), pengetahuan konsumen, sikap, nilai dan situasi kondisi yang dihadapi konsumen. Suasana hati konsumen, misalnya perasaan senang, sedih, gembira, kecewa, sakit, menentukan perilaku konsumen. Konsumen yang memiliki pengetahuan yang banyak dan lengkap (mengenai produk, harga, penyalur) tentu memiliki perilaku yang berbeda dalam pembelian produk (sebelum, selama dan sesudah pembelian produk).

**Tabel 2.1**

**Model Perilaku Konsumen**

Stimulus Ganda		Kotak Hitam Konsumen		Respon Konsumen
Pemasaran	Lainnya	Karakteristik Konsumen	Proses Pengambilan Keputusan	Tindakan membeli dan tidak membeli
Produk	Ekonomi			
Harga	Teknologi			
Tempat	Politik			
Promosi	Budaya			

(sumber: Sangadji dan Sopiah, 2013:14)

### 2.4.2 Indikator Perilaku Konsumsi

Indikator Perilaku Konsumsi Perilaku konsumsi siswa adalah tindakan-tindakan siswa dalam membelanjakan uang saku di kawasan sekolah dan luar sekolah dengan maksud dan tujuan tertentu. Indikator dari variabel ini menurut Ujang (2011:5) adalah:

1. Sebelum membeli, pada indikator ini yang akan diteliti adalah perilaku siswa dalam mencari informasi dan darimana sumber dana yang akan digunakan oleh siswa.
2. Membeli, pada indikator ini yang akan diteliti adalah perilaku siswa yang berhubungan dengan toko, mencari produk dan transaksi yang dilakukan oleh siswa.
3. Menggunakan, pada indikator ini yang akan diteliti adalah perilaku siswa dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk yang telah dibeli.
4. Mengevaluasi, pada indikator ini yang akan diteliti adalah perilaku siswa setelah menggunakan atau mengkonsumsi produk. Hasil yang ingin diketahui adalah puas atau tidak puas terhadap konsumsi produk yang dilakukan oleh siswa.

### 2.5 Hasil Penelitian Yang Relevan

Penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel penelitian. Selain itu, penelitian sebelumnya dapat dipakai sebagai sumber perbandingan adalah yang memiliki variabel independen tentang tentang pengelolaan uang saku, kecerdasan emosional dan pemahaman dasar ekonomi yang dikaitkan dengan variabel dependen tentang rasionalitas perilaku konsumsi. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang didapat dari jurnal sebagai perbandingan agar diketahui perbedaan dan persamaan.

**Tabel 2.2**  
**Hasil Penelitian Yang Relevan**

No	Judul Penelitian	Sumber	Hasil
1	Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional, dan	Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol 09, No 1, 2016	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel uang saku

	<p>Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IIS MAN 1 Malang</p>	<p>Rizky Fiqriyah, Hari Wahyono, Ro'ufah Inayati (2016)</p>	<p>terhadap rasionalitas perilaku konsumsi siswa kelas X IIS MAN 1 Malang; (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel modernitas terhadap rasionalitas perilaku konsumsi siswa kelas X IIS MAN 1 Malang; (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel kecerdasan emosional terhadap rasionalitas perilaku konsumsi siswa kelas X IIS MAN 1 Malang; (4) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel pemahaman dasar ekonomi terhadap rasionalitas perilaku konsumsi siswa kelas X IIS MAN 1 Malang; (5)Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel uang saku, modernitas, kecerdasan emosional, dan pemahaman dasar ekonomi terhadap rasionalitas perilaku konsumsi siswa kelas X IIS MAN 1 Malang</p>
2	<p>Pengaruh Literasi keuangan, Modernitas individu, Uang saku Dan Kontrol diri terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.</p>	<p>Jurnal Pendidikan Ekonomi, Volume 12, Nomor 1,2019  Dewi Kumalasari, Yohanes Hadi Soesilo (2019)</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut. (1) literasi keuangan berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, maka tingkat perilaku konsumtifnya rendah, (2) Modernitas individu berpengaruh terhadap perilaku konsumtif</p>

			<p>mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Mahasiswa yang memiliki tingkat modernitas individu yang tinggi, maka tingkat perilaku konsumtifnya juga tinggi, (3) Tingkat kepemilikan uang saku mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Mahasiswa yang memiliki tingkat uang saku yang tinggi, maka tingkat perilaku konsumtifnya juga tinggi. (4) Kontrol diri mahasiswa ternyata berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Mahasiswa yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi, maka tingkat perilaku konsumtifnya rendah.</p>
3	<p>Pengaruh kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Di SMA</p>	<p>Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, Vol 3, No 4, 2014</p> <p>DEVIKA LOLA PRESILIA (2013)</p>	<p>Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumsi siswa SMA Hidayatul Muhsinin Kabupaten Kubu Raya Tahun Ajaran 2013/2014. Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif dengan bentuk penelitian hubungan kausal. Dengan jumlah populasi sebesar 111 siswa dan jumlah sampel sebanyak 84 siswa dengan menggunakan teknik proportional</p>

			<p>random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi langsung, teknik komunikasi tidak langsung dan teknik dokumentasi dengan alat pengumpulan data berupa pedoman wawancara, angket dan dokumen. Berdasarkan analisis data terdapat pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumsi, besarnya pengaruh tersebut sebesar 31,5 %. Tingkat kecerdasan emosional siswa SMA Hidayatul Muhsinin Kabupaten Kubu Raya dalam kategori baik dengan persentase sebesar 65,5 % sedangkan tingkat perilaku konsumsi siswa SMA Hidayatul Muhsinin Kabupaten Kubu Raya dalam kategori baik dengan persentase sebesar 58,3%.</p>
--	--	--	---

**Tabel 2.3**  
**Persamaan dan Perbedaan dengan Hasil penelitian yang relevan**

<b>Persamaan</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan dari dua penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang adanya tidaknya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi siswa.</li> <li>2. Dua dari penelitian diatas, menggunakan variabel X yang lebih dari 3 variabel diantaranya penelitian Rizky Fiqriyah 2016 dan Dewi Kumalasari 2019</li> <li>3. Dua dari penelitian diatas memiliki persamaan dalam desain penelitian kuantitatif dengan jenis explanatory research yang bertujuan untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).</li> </ol>
<b>Perbedaan</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah diantaranya variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 variabel yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mana dua dari penelitian sebelumnya</li> </ol>

menggunakan 4 variabel dan ada juga yang hanya menggunakan 1 variabel yaitu penelitian Devika Lola Presilia 2013

2. Perbedaan selanjutnya yang paling mendasar adalah objek dan waktu penelitian yang berbeda

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Menurut sugiyono (2015:93) “Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan Antara variabel yang diteliti.

Fenomena yang terjadi saat ini dalam bergesernya pola konsumsi siswa, siswa menggunakan uang yang dimiliki guna memenuhi keinginan yang sifatnya tidak terbatas, membelanjakan barang dan jasa yang memang dikatakan bukan barang kebutuhan pokok, membeli barang yang sebenarnya telah dimiliki namun karena perkembangan mode yang diikuti menyebabkan siswa mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan, membeli tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti mode, hanya ingin mendapatkan pengakuan dari teman disekitarnya. Sehingga menyebabkan seseorang menjadi konsumtif dan menjadi tidak rasional.

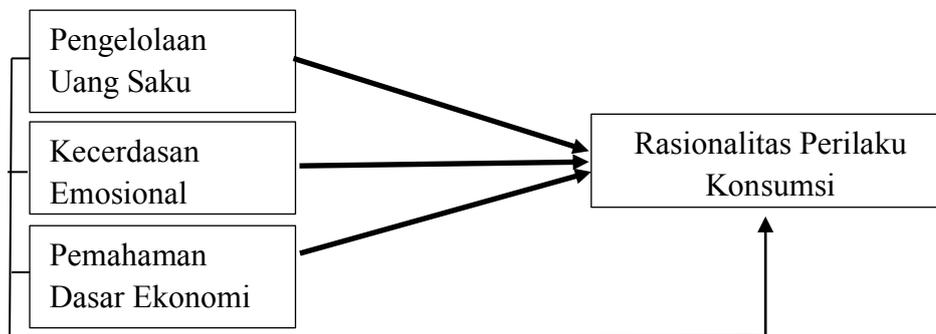
Masa remaja sangat mudah terpengaruh oleh hal-hal disekelilingnya baik positif maupun negatif, hal itu karena kondisi emosi remaja yang tidak stabil dan cenderung sensitif terhadap semua hal yang berkaitan dengan pribadinya. Dalam memilih barang yang akan dikonsumsi sebagian besar para remaja akan dipengaruhi oleh perkembangan trend yang ada. Sehingga mereka akan membeli barang-barang dan memakai jasa yang memang sedang trend saat itu, tidak peduli kegunaanya dan tidak berdasarkan kebutuhannya. Teman-teman disekitarnya juga berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumsinya.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi remaja dalam berperilaku konsumsi proses dalam mengambil keputusan untuk menentukan produk yang akan di konsumsi. Faktor lingkungan terdiri dari budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga serta situasi. Sebagai dasar utama perilaku konsumen adalah

mengenali dan memahami pengaruh lingkungan yang membentuk siswa dalam mengambil keputusan berkonsumsi mereka. Keluarga dan situasi merupakan komponen dalam faktor lingkungan. Siswa yang tinggal di pondok pesantren akan menerima uang saku sebagai pendapatan, sehingga mengharuskan mereka untuk memanfaatkan uang saku yang mereka terima. Faktor kedua, perbedaan individu. Perbedaan individu merupakan faktor internal yang menggerakkan serta mempengaruhi perilaku siswa. Elemen-elemen yang terdapat dalam faktor ini adalah sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, serta demografi. Dalam mengelola uang saku diperlukan kemampuan untuk mengatur atau mengontrol emosi, memotivasi dirinya sendiri. Ketiga, proses psikologi, meliputi pengolahan informasi komunikasi, pembelajaran serta perubahan sikap dan perilaku. Pembelajaran merupakan salah satu komponen dari proses psikologi. Melalui pembelajaran ekonomi siswa akan mengetahui dasar ekonomi, agar siswa dapat mengaplikasikan pemahaman dasar ekonomi tersebut di kehidupan sehari-hari dalam kegiatan berkonsumsi.

Dapat diketahui siswa dalam melakukan konsumsi produk secara rasional dipengaruhi oleh pengelolaan uang saku, kecerdasan emosional dan pemahaman dasar ekonomi. Pengambilan keputusan menyebabkan siswa membentuk beberapa pilihan diantara jenis kebutuhan yang merupakan prioritas kebutuhan sehari-hari. Siswa juga mungkin akan membeli barang yang cenderung mengutamakan berdasarkan keinginan mereka. Namun dengan demikian dua jenis barang bersifat kebutuhan dan bersifat keinginan akan mencampuri keputusan mereka dalam membeli atau mengkonsumsi.

Dari kerangka berpikir di atas, maka dirumuskan paradigma penelitian sebagai berikut:



**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pemikiran**

### 2.7 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono, (2015:99) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan hal-hal yang telah diungkapkan diawal, maka hipotesis untuk penelitian ini, yaitu:

1.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan pengelolaan uang saku terhadap rasionalitas perilaku konsumsi pada peserta didik kelas XI SMA Terpadu Riyadlul Ulum Wadda'awah  
 $H_a$  : Terdapat pengaruh signifikan pengelolaan uang saku terhadap rasionalitas perilaku konsumsi pada peserta didik kelas XI SMA Terpadu Riyadlul Ulum Wadda'awah
2.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan kecerdasan emosional terhadap rasionalitas perilaku konsumsi pada peserta didik kelas XI SMA Terpadu Riyadlul Ulum Wadd'wah  
 $H_a$  : Terdapat pengaruh signifikan kecerdasan emosional terhadap rasionalitas perilaku konsumsi pada peserta didik kelas XI SMA Terpadu Riyadlul Ulum Wadda'awah
3.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan pemahaman dasar ekonomi terhadap rasionalitas perilaku konsumsi pada peserta didik kelas XI SMA Terpadu Riyadlul Ulum Wadd'wah

$H_a$  : Terdapat pengaruh signifikan pemahaman dasar ekonomi terhadap rasionalitas perilaku konsumsi pada peserta didik kelas XI SMA Terpadu Riyadlul Ulum Wadd'wah

4.  $H_o$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan pengelolaan uang saku, kecerdasan emosional dan pemahaman dasar ekonomi terhadap rasionalitas perilaku konsumsi pada peserta didik kelas XI SMA Terpadu Riyadlul Ulum Wadd'wah

$H_a$  : Terdapat pengaruh signifikan pengelolaan uang saku, kecerdasan emosional dan pemahaman dasar ekonomi terhadap rasionalitas perilaku konsumsi pada peserta didik kelas XI SMA Terpadu Riyadlul UlumWadd'wah.