

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan manusia tidak akan terlepas dari kegiatan konsumsi. Individu melakukan konsumsi dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya. Perilaku konsumsi setiap individu bervariasi sesuai dengan kebutuhan. Kebutuhan yang dimaksud melibatkan segala hal yang diperlukan manusia untuk mendukung kehidupannya. Manusia cenderung melakukan konsumsi berdasarkan intensitas kebutuhannya. Konsumsi dilakukan oleh individu dengan membeli barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari individu tersebut (Hanum, 2017)). Konsumsi dianggap sebagai suatu kewajiban karena berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pokok manusia.

Masyarakat saat ini mengalami perubahan perilaku konsumsi dimana dulunya manusia melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan saat ini cenderung melakukan konsumsi untuk memenuhi keinginannya yang mengarah pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan (Fattah & Indriayu, 2018). Dalam hal ini individu yang memiliki perilaku konsumtif cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan dengan menyisihkan uangnya untuk ditabung karena individu tersebut lebih mengutamakan pemenuhan keinginannya. Sejalan dengan Ayuni et al (2019) perilaku konsumtif merupakan adanya pola konsumsi membeli barang yang kurang diperlukan atau bahkan tidak diperlukan sama sekali yang mengutamakan pemenuhan keinginannya bukan lagi manfaat akan barang tersebut

Perilaku konsumtif merupakan perilaku atau gaya hidup seseorang yang suka membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih memilih memuaskan hasrat keinginannya dari pada kebutuhan yang ada. Sehingga dalam pemenuhan kebutuhan akan bergeser akibat keinginan yang kuat. Sesuai dengan Nurjanah (2019) perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang mengutamakan keinginan di atas kebutuhan ketika melakukan konsumsi yang melebihi batasnya tanpa berpikir rasional.

Perilaku konsumtif ini pada umumnya menjelaskan tentang keinginan seseorang untuk mengkonsumsi barang ataupun jasa melampaui batas yang kurang dibutuhkan dan bukan kebutuhan pokok, sehingga perilaku konsumtif ini cenderung menuju pada sikap boros yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Dampak negatif dari perilaku konsumtif adalah timbulnya rasa cemburu sosial, penurunan peluang untuk menabung, dan kecenderungan untuk tidak memperhatikan kebutuhan di masa depan. Perilaku konsumtif membuat seseorang lebih cenderung untuk menghabiskan uangnya daripada menyisihkannya untuk ditabung (Arisanti, 2019).

Perilaku konsumtif banyak dilakukan oleh kalangan remaja salah satunya mahasiswa, dimana mahasiswa belum memiliki penghasilan tetapi cenderung konsumtif dan adanya keinginan untuk melakukan pembelian tanpa memperhatikan tujuan dan manfaatnya. Sesuai dengan kajian Khoirul (2016) masa remaja merupakan fase peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa yang mana ditandai berbagai perubahan baik fisik, sosial maupun psikis. Perubahan yang terjadi pada remaja tersebut dijadikan sebagai upaya menemukan jati diri yang mana mereka berusaha membentuk citra atau *image* tentang dirinya. Hal

tersebut menyebabkan para remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal yang ada di sekelilingnya. Sejalan dengan Nurjanah (2019) kelompok mahasiswa termasuk dalam kategori yang mudah terkena dampak perilaku konsumtif, karena pola konsumsi seseorang cenderung terbentuk saat memasuki usia dewasa, dan mahasiswa rentan terpengaruh oleh godaan atau rayuan konsumtif.

Saat ini mahasiswa cenderung mengikuti gaya hidup konsumtif yang serba *up to date*, selalu berusaha untuk mendapat pandangan yang positif dari lingkungan sosial melalui penampilan dan gaya hidupnya. Mahasiswa ingin menunjukkan bahwa mereka juga mengikuti *trend* yang sedang menjadi sorotan (Ardiyanti & Nasikah, 2022). Mahasiswa sering melakukan pembelian hanya karena banyak orang menggunakan barang tersebut yang dapat menimbulkan perasaan puas dalam berbelanja. Kampus seharusnya berfungsi sebagai tempat pembelajaran, pertukaran ide, dan interaksi sosial antar mahasiswa, namun terlihat bahwa kampus kadang-kadang dijadikan sebagai tempat untuk memamerkan penampilan dan gaya hidup. Hal ini menyebabkan mahasiswa lebih fokus pada penampilan pribadi, gengsi, dan mengikuti tren lingkungan sekitarnya (Pulungan & Febriaty, 2018). Dengan keinginan membeli barang untuk mengikuti tren mahasiswa mau mengorbankan uang sakunya hanya untuk diakui oleh teman temannya yang membuat mahasiswa terjebak kedalam perilaku konsumtif. Sejalan dengan Melina & Wulandari (2018) perilaku konsumtif timbul dari pemilihan keputusan konsumen yang irasional berdasarkan pada perilaku meniru yang disesuaikan dengan trend yang sedang berkembang.

Perubahan perilaku konsumsi setiap kalangan berubah sesuai dengan perkembangan zaman tidak terkecuali pada mahasiswa. Dengan hadirnya

teknologi dapat memudahkan segala bentuk kegiatan, terlebih kecepatan dalam menemukan informasi hanya dengan melalui *smartphone* dan internet. Dengan Penggunaan Teknologi Digital manusia mendapatkan banyak kemudahan salah satunya kemudahan dalam kegiatan ekonomi. Hal tersebut sejalan dengan Muslim & Nasori (2022) yang mengungkapkan Penggunaan Teknologi Digital mempermudah aspek kehidupan salah satunya dalam bisnis yaitu mempermudah konsumen memperoleh barang kebutuhan secara cepat tanpa batasan waktu dan tempat. Dengan hal ini mahasiswa bisa mencari dan membeli barang kebutuhannya hanya melalui perangkat maupun aplikasi Penggunaan Teknologi Digital saat ini. Seperti yang ditunjukkan oleh Wibowo et al (2023) Penggunaan Teknologi Digital atau *digital technology* merupakan teknologi yang dimana pengoperasiannya tidak membutuhkan banyak tenaga manusia dan yang bertujuan untuk menggunakan sistem otomatis dengan sistem komputer.

Dengan adanya Penggunaan Teknologi Digital saat ini tidak dapat dipungkiri masyarakat lebih bergantung pada teknologi khususnya pada kalangan mahasiswa dikarenakan kepraktisan dan keefisienan yang ditawarkan Penggunaan Teknologi Digital tersebut. Masyarakat khususnya mahasiswa sering menggunakan Penggunaan Teknologi Digital baik dalam kegiatan pendidikan, belanja maupun hiburan. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan terhadap mahasiswa untuk mengetahui intensitas penggunaan perangkat Penggunaan Teknologi Digital untuk kegiatan belanja dengan bantuan *google form* pada 30 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2022 Universitas Jambi menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1 Intensitas Penggunaan Penggunaan Teknologi Digital Mencari Produk Online

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Hampir setiap hari	16	53,3%
2.	Beberapa kali seminggu	7	23,3%
3.	Sekali sebulan	2	6,7%
4.	Jarang	5	16,7%

Sumber : Olahan data observasi, 2023

Berdasarkan data observasi diatas dari 30 responden sebanyak 53,3% atau sekitar 16 mahasiswa hampir setiap hari menggunakan perangkat digital untuk berbelanja maupun mencari produk atau layanan online, 23,3% atau sekitar 7 mahasiswa hanya beberapa kali dalam seminggu menggunakan perangkat digital untuk berbelanja secara online. 6,7% atau 2 orang mahasiswa melakukan pembelian melalui online hanya sekali sebulan dan 16% atau 5 orang mahasiswa jarang menggunakan perangkat digital untuk berbelanja dan mencari produk digital. Dari persentase tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2022 memiliki intensitas penggunaan perangkat digital yang cukup tinggi hampir setiap hari melakukan pencarian maupun belanja menggunakan perangkat Penggunaan Teknologi Digital.

Dengan intensitas penggunaan Penggunaan Teknologi Digital yang tinggi mahasiswa mudah beradaptasi dengan adanya Penggunaan Teknologi Digital yang memunculkan budaya digital. Dengan adanya adaptasi budaya digital ini mempermudah masyarakat melakukan transaksi *e-commerce* dan memesan produk melalui aplikasi. Dengan melalui smartphone dapat menemukan informasi salah satunya media sosial. Pada media sosial penggunaanya dapat berinteraksi secara online dan bahkan menjadi tempat untuk mengekspresikan dirinya. Dengan melihat postingan ataupun iklan yang lewat pada aplikasi media digital

yang mereka gunakan dapat menumbuhkan hasrat untuk membeli dan menggunakan barang tersebut.

Dalam kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan saat ini berdampak pada perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang cenderung mengedepankan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan (Wulandari et al., 2021). Didukung juga dengan banyaknya promosi yang ditawarkan mulai dari gratis ongkos kirim, diskon, hingga *cashback* yang akan mendorong banyaknya transaksi pembelian yang mengarah pada perilaku konsumtif. Hal tersebut sejalan dengan (Prastyaningtyas, 2019) yang mengungkapkan dengan Penggunaan Teknologi Digital atau era digital saat ini terlebih dalam bidang ekonomi menyebabkan bertambahnya perilaku konsumtif masyarakat Indonesia khususnya generasi Z dan milenial. Dengan kehadiran Penggunaan Teknologi Digital ini banyak individu salah satunya mahasiswa yang tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memuaskan keinginan atau sekedar mengikuti *trend* yang ada pada media digital yang muncul dari diri mereka yang mengarah pada perilaku konsumtif.

Dengan perubahan perilaku konsumsi yang dialami oleh berbagai kalangan perlu pertimbangan yang tepat untuk menentukan sebuah pilihan dalam berkonsumsi. Hal tersebut perlu ditanamkan sejak dini yang dimulai dari keluarga atau lingkungan terdekat. Keluarga merupakan kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang memiliki hubungan melalui darah, perkawinan, adopsi, dan tempat tinggal (Engel & Wahyono, 2013). Keluarga merupakan tempat pertama dimana individu menerima pendidikan, nilai-nilai, dan perilaku yang akan membentuk dasar perkembangan tingkah laku mereka di masa depan. Pendidikan

terdapat beberapa bentuk yaitu pendidikan formal, informal dan pendidikan non formal. Pendidikan awal yang dijalani adalah pendidikan informal yaitu pendidikan dalam keluarga, dimana salah satu pendidikan yang diajarkan adalah pendidikan ekonomi dalam keluarga yang tidak hanya sebatas penyampaian pengetahuan ekonomi oleh orang tua namun pendidikan ekonomi dalam keluarga juga mencakup pembiasaan dan keteladanan (Mayasari et al., 2022).

Salah satu pendidikan yang penting dilakukan yaitu pendidikan ekonomi dalam keluarga yang tidak terpisahkan dari lingkungan keluarga itu sendiri. Sebagaimana dikemukakan oleh Narmaditya (2013) pendidikan ekonomi diberikan orang tua melalui pembiasaan- pembiasaan seperti pembiasaan menabung, berhemat, selektif dalam pemilihan barang dan jasa. Penelitian Wulandari et al (2021) menghasilkan bahwa Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin baik pendidikan ekonomi yang diberikan oleh keluarga maka semakin baik pola pikir mahasiswa dalam melakukan konsumsi.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada 30 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2022 untuk mengetahui pendidikan ekonomi yang diterima dari keluarga melalui *google form* menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Menabung	16	53,3%
2.	Mengelola uang saku	4	13,3%
3	Membeli barang sesuai kebutuhan	8	26,7%
4	Membandingkan harga dengan kualitas	2	6,7%

Sumber : Olahan data Observasi , 2023

Berdasarkan data diatas menjelaskan bahwa pendidikan ekonomi yang paling sering diajarkan oleh orang tua mahasiswa dari 30 responden 53,3% atau sekitar 16 mahasiswa sering mendapat pendidikan tentang ekonomi membiasakan menabung, sebanyak 26,7% atau 8 mahasiswa menjawab membeli barang sesuai kebutuhan, sebanyak 13,3% atau sebanyak 4 mahasiswa mendapat pendidikan tentang ekonomi untuk mengelola uang saku serta dengan persentase 6,7% atau sekitar 2 mahasiswa sering mendapat pendidikan ekonomi dari keluarga untuk membandingkan harga dengan kualitas barang yang akan dibeli. Dapat diketahui bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2022 mendapat pendidikan tentang ekonomi dalam lingkungan keluarganya. Dengan pendidikan ekonomi dari lingkungan keluarga ini dapat menjadikan individu dapat bertindak secara rasional dalam kegiatan ekonomi.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti melakukan observasi awal melalui penyebaran angket pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2022 menggunakan bantuan *google form* yang berkaitan dengan perilaku konsumtif. Adapun hasil observasi awal yang dilakukan sebagai berikut :

Tabel 1.3 Observasi Awal Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan Angket	Alternatif Jawaban		Persentase
		Ya	Tidak	
1	Apakah anda pernah terdorong untuk membeli produk tertentu setelah melihat postingan atau iklan melalui perangkat digital anda?	90% (27)	10% (3)	100% (30)
2	Apakah pengetahuan ekonomi yang anda dapatkan dari keluarga membantu anda mengelola keuangan pribadi anda?	20% (4)	80% (24)	100% (30)
3	Apakah anda sering membeli barang/jasa berdasarkan keinginan bukan dari kebutuhan	76,7% (23)	23,3% (7)	100% (30)
4	Apakah anda sering membeli barang/jasa hanya karena tergoda dengan adanya diskon	80% (24)	20% (6)	100% (30)
5	Apakah anda pernah mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama	73,3% (22)	26,7% (8)	100% (30)

Sumber: olahan data observasi, 2023

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan menunjukkan dari 30 mahasiswa 90% mahasiswa atau sekitar 27 orang menjawab pernah terdorong melakukan pembelian produk hanya karena melihat postingan yang lewat pada aplikasi media digital yang mereka gunakan demi mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Observasi awal peneliti juga menunjukkan kurangnya penerapan pendidikan ekonomi yang sudah diterima oleh mahasiswa dalam kegiatan konsumsinya. 80% mahasiswa mendapat Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga dan belum mampu membantu dalam mengelola keuangan pribadi mereka dan 20% mahasiswa mengatakan dengan pendidikan ekonomi yang mereka terima mampu mengelola keuangan pribadi mereka. Sehingga dalam penerapan kehidupan sehari-harinya mahasiswa cenderung kurang menerapkan pendidikan ekonomi yang diterimanya sehingga cenderung berperilaku konsumtif.

Observasi awal yang peneliti lakukan menunjukkan dari 30 mahasiswa 76,7% atau sekitar 23 mahasiswa masih sering melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan sehari-hari melainkan berdasarkan pada keinginan pribadi mereka, yang dilakukan semata-mata untuk memenuhi kepuasan pribadi. Keinginan tersebut terkait dengan pembelian barang yang tidak diperlukan hanya untuk memenuhi keinginannya tanpa memperhatikan kebermanfaatannya. Hal tersebut dilakukan hanya untuk keinginan meniru orang lain, mengikuti tren, meningkatkan status sosial. Sebanyak 80% atau sekitar 24 mahasiswa menjawab membeli produk karena tergoda hanya karena adanya diskon, bukan karena kebutuhan akan produk tersebut. Disamping itu sebanyak 73,3% atau sekitar 22 mahasiswa menjawab pernah mencoba produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama.

Dengan melihat fenomena yang terjadi mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang cukup tinggi. Mahasiswa sebagai generasi yang paling melek Penggunaan Teknologi Digital dan kalangan yang sudah mendapat pendidikan dari orang tuanya tentang ekonomi diharapkan dapat menjadi mahasiswa yang memiliki pemahaman digital yang baik, mampu mengontrol dirinya dalam melakukan pembelian barang ataupun jasa agar tidak menjadikan dirinya berperilaku konsumtif. Mahasiswa diharapkan bijak dalam mengelola keuangan agar bisa menciptakan kesejahteraan dirinya dimasa mendatang. Oleh karena itu peneliti ingin membuktikan pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2021-2022 yang dapat dilihat dari gaya hidupnya, keputusan membeli barang hanya berdasar pada keinginan, mudahnya terpengaruh *trend* yang sedang berkembang dan kurangnya kontrol diri dari mahasiswa untuk melakukan kegiatan konsumsi yang rasional.

Berdasarkan Uraian permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang dapat disusun berdasarkan penjabaran latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Pemenuhan kebutuhan mahasiswa saat ini tidak hanya didasarkan pada kebutuhan semata tetapi telah bergeser pada *trend*

2. Mahasiswa melakukan kegiatan konsumsi barang/jasa bukan karena untuk memenuhi kebutuhan akan tetapi mengutamakan keinginan
3. Kurangnya kontrol diri mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi.
4. Kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan Penggunaan Teknologi Digital memicu munculnya perilaku konsumtif mahasiswa
5. Kurangnya penerapan pendidikan ekonomi oleh mahasiswa yang sudah diberikan dari lingkungan keluarganya.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka perlu dibatasi pada Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui suatu permasalahan yang ingin diteliti, serta agar lebih terfokus dan memahami begitu banyaknya faktor yang mempengaruhinya, maka permasalahan yang dipilih yaitu:

1. Penggunaan Teknologi Digital yang diteliti adalah kemudahan dan kepraktisan penggunaannya yang menghasilkan budaya digital (digitalisasi) dalam ekonomi.
2. Pendidikan ekonomi dalam keluarga yang diteliti adalah penerapan pendidikan tentang ekonomi dalam keluarga yang diterima mahasiswa.
3. Yang diteliti dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2023 Universitas Jambi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah peneliti paparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi?
2. Apakah terdapat pengaruh pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi?
3. Apakah terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Teknologi Digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi
2. Untuk mengetahui pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi
3. Untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

1.6 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan semoga penelitian dapat menjadi sumber referensi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menerapkan memperluas wawasan peneliti mengenai perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan agar dapat menambah referensi bagi mahasiswa agar dapat menerapkan pendidikan ekonomi yang diberikan oleh orang tuanya dan lebih bijak dalam penggunaan Penggunaan Teknologi Digital untuk kegiatan konsumsi

c. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pembelajaran dan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.7 Defenisi Operasional

1. Perilaku konsumtif adalah perilaku individu mengkonsumsi barang/jasa tanpa pertimbangan yang masuk akal yang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhannya. Indikator yang digunakan yaitu membeli barang karena iming-iming hadiah, membeli barang karena

kemasannya yang menarik, membeli barang karena menjaga penampilan dan gengsi, membeli barang karena potongan harga, membeli barang karena menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan, membeli barang mahal demi meningkatkan rasa percaya diri, mencoba barang yang sama dengan merk berbeda.

2. Penggunaan Teknologi Digital adalah teknologi yang dimana pengoperasionalannya tidak lagi banyak membutuhkan tenaga manusia dan cenderung memanfaatkan sistem yang otomatis dengan sistem komputer atau biasa disebut sistem digitalisasi. Indikator yang digunakan yaitu persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, sikap terhadap penggunaan, penggunaan sesungguhnya.
3. Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga adalah suatu upaya untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman kepada individu dan keluarga mengenai aspek-aspek ekonomi yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi, perencanaan keuangan, dan mengelola sumber daya yang ada. Indikator yang digunakan yaitu pemberian pembelajaran ekonomi, pembiasaan contoh ekonomi, dan pengelolaan pendapatan.