

Strengthening Economic Literacy to Minimize Consumptive Online Shopping Behavior among Generation Z in West Lombok Regency

Fathurrahman¹, Muhammad Habibullah Aminy², Baiq Santi Rengganis³, Slamet Mardiyanto
Rahayu⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Al-Azhar

Email: fathurrahmanmaks@gmail.com¹, slamet.mardiyantorahayu84@gmail.com²,
habibamin22@gmail.com³, santirengganis@gmail.com⁴

 <https://doi.org/10.36526/gandrung.v5i1.3149>

Abstract: *The growth and development of technology in everyday life has the potential to improve people's welfare. The level of public understanding of economic literacy is very important because it plays a role in economic management. The knowledge level of economic literacy in generation Z still needs strengthening. Therefore, community service activities were carried out in the form of strengthening economic literacy to minimize consumptive online shopping behavior among generation Z in Kekait Village, Gunungsari District, West Lombok Regency. Based on the community service activities that have been carried out, it can be seen that partners have given positive responses, including: acquiring new knowledge regarding economic literacy and digital financial platforms; the community wants to immediately implement good economic planning and management and intend to have digital savings. Sustainability of this activity is needed as a form of monitoring and evaluation of assistance in an effort to provide solutions to problems faced by partners.*

Keyword: *Digital Saving, Financial Management, Productive Age*

Pendahuluan

Masyarakat di seluruh dunia memiliki tanggung jawab atas kondisi keuangan mereka. Tingkat kebutuhan hidup yang meningkat tetapi tidak sebanding dengan pertumbuhan penghasilan dapat menjadi potensi masalah keuangan di masa mendatang. Selain itu, perubahan perilaku individu dengan perkembangan teknologi mendorong masyarakat lebih konsumtif. Contohnya, kehadiran penjualan online akan mendorong mereka untuk terus melakukan konsumsi secara berlebihan. Literasi keuangan dasar diperlukan sebagai pengetahuan yang dianggap mampu berkontribusi bagi masyarakat untuk mempersiapkan kebutuhan keuangan masa depan dengan lebih baik. Generasi merupakan sekelompok angkatan yang penting bagi sebuah negara, sekelompok angkatan ini memiliki kesamaan dalam golongan usia yang mengalami peristiwa penting dalam suatu periode waktu yang sama. Generasi Z adalah generasi penerus setelah generasi milenial. Generasi Z adalah orang-orang yang lahir setelah tahun 1997 yang dibesarkan dengan teknologi, internet, dan media sosial (Setiawan et al., 2022).

Volume 5, Number 1, Januari 2024 | 1369

*Strengthening Economic Literacy to Minimize Consumptive Online Shopping Behavior among
Generation Z in West Lombok Regency*

**Fathurrahman, Muhammad Habibullah Aminy, Baiq Santi Rengganis, Slamet Mardiyanto
Rahayu**

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi dalam kehidupan sehari-hari berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat bagi yang memiliki pengetahuan dan keterampilan memanfaatkannya (Brey, 2018). Seseorang dengan literasi keuangan digital memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan perangkat teknologi digital dalam membuat keputusan keuangan yang baik (Golden & Cordie, 2022). Tingkat pemahaman masyarakat mengenai literasi ekonomi sangat penting karena berperan dalam pengelolaan keuangan (Herawati, 2017). Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi keuangan digital merupakan suatu isu penting (Goldstein et al., 2019).

Desa Kekait merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Gunungsari, Kabupaten Lombok Barat Nusa Tenggara Barat. Desa Kekait banyak ditumbuhi oleh tanaman Aren (*Arenga pinnata* Merr). Tanaman ini sangat banyak ditemukan di kawasan hutan Kekait. Masyarakat setempat telah memanfaatkan dan mengolah tanaman Aren sebagai salah satu sumber pendapatan keluarga. Produk olahan yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Kekait selama ini adalah gula aren. Hal ini menyebabkan Desa Kekait dijuluki sebagai daerah penghasil gula aren di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Tingkat pengetahuan literasi ekonomi pada generasi Z di Desa Kekait pada umumnya yang menjadi mitra pengabdian kepada masyarakat masih perlu penguatan. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat berupa penguatan literasi ekonomi bagi generasi Z di Desa Kekait, Kecamatan Gunungsari, Kabupaten Lombok Barat.

Kemudahan-kemudahan dalam berbelanja online menguntungkan konsumen karena kebutuhan tetap terpenuhi tanpa keluar rumah, tetapi konsumen mudah tergoda untuk membeli suatu produk secara berlebihan dan tidak dibutuhkan sehingga konsumen menjadi lebih konsumtif. Konsumtif merupakan perilaku konsumsi yang dilakukan konsumen secara berlebihan, dengan lebih memahulukan keinginan dan mempertimbangkan skala prioritas. Hasil survei yang dilakukan oleh Populix (2020) bahwa paling banyak melakukan belanja online adalah kelompok masyarakat usia 18-28 tahun yang merupakan generasi Z.

Perilaku konsumtif adalah perilaku saat membeli produk atau layanan yang tidak mempertimbangkan secara rasional tetapi untuk memenuhi kesenangan atau emosi mereka (Mowen & Michael, 2002). Sementara Sumartono melanjutkan pengertian perilaku konsumtif terjadi saat masyarakat mempunyai hasrat yang tinggi untuk membeli sesuatu yang didorong keinginan tanpa memperhatikan kebutuhan (Fauzia & Nurdin, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu adanya kolaborasi antara perguruan tinggi (Universitas Islam Al-Azhar) dengan pihak Desa Kekait dalam bentuk Pendampingan Literasi Ekonomi untuk

Meminimalisir Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Generasi Z di Desa Kekait, Kecamatan Gunung Sari, Kabupaten Lombok Barat.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui beberapa tahapan (Gambar 1), meliputi:

1. Tahap pendahuluan

Berupa survei mengenai analisis situasi dan kondisi mitra sehingga dapat diketahui permasalahan yang ada dan dirumuskan solusi yang ditawarkan.

2. Tahapan persiapan

Partisipasi dilakukan oleh tim pelaksana dan mitra. Tim pelaksana pengabdian masyarakat mempersiapkan bahan materi yang akan disampaikan pada penyuluhan pengutatan literasi digital. Mitra yang merupakan petani gula aren berpartisipasi turut serta dalam mempersiapkan tempat pelaksanaan pelatihan.

3. Tahapan pelaksanaan

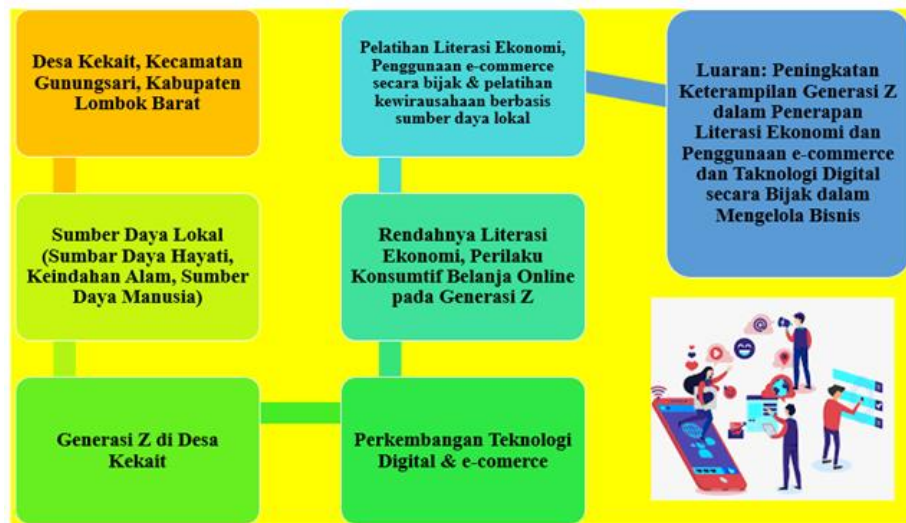
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 3 Oktober 2023. Pelaksanaan melalui metode ceramah yang dilanjutkan dengan diskusi (Arlina et al., 2023; Fadilah et al., 2022; Imami et al., 2021; Laia & Suriadi, 2022; Nisa & Zakiyaturrosyidah, 2021; Prastiwi et al., 2020; Ratnasari, 2023).

a. Metode Ceramah

Peserta diberikan materi mengenai literasi ekonomi kemudian dilanjutkan dengan praktek langsung.

b. Metode Diskusi

Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai hal-hal yang belum dipahami terkait literasi keuangan digital.



Gambar 1. Diagram Alir Kegiatan

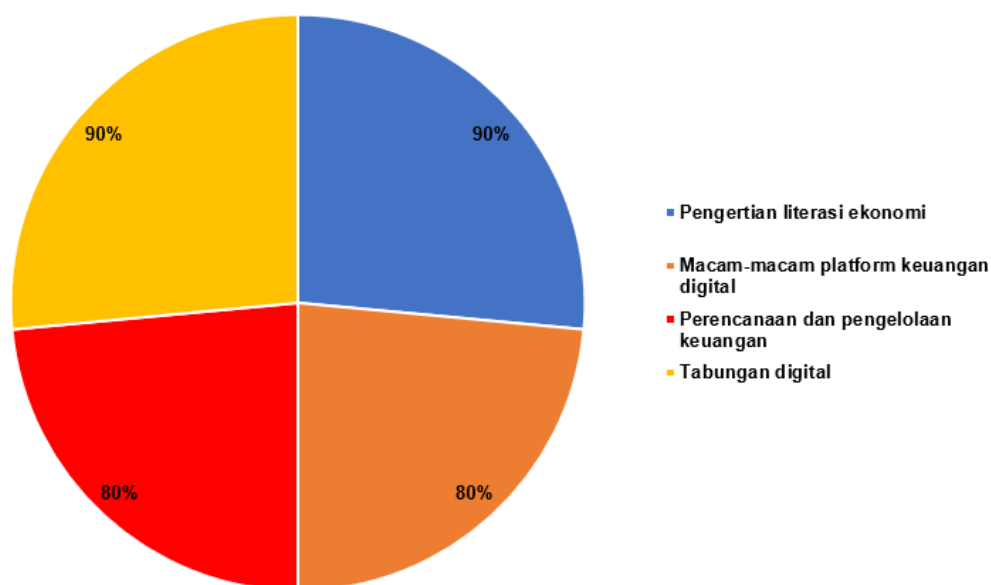
Hasil dan Diskusi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi berisi pemberian materi penguatan tentang literasi ekonomi oleh Fathurrahman, S.E., M.Ak. (bidang keilmuan akuntansi). Selanjutnya dilakukan sesi diskusi. Pada tahap ini peserta aktif dengan adanya beberapa pertanyaan yang dijawab oleh masing-masing dosen sesuai dengan kompetensi ilmunya. Pertanyaan yang berkaitan dengan manajemen keuangan dan bank digital dijawab oleh Muhammad Habibullah Aminy, S.E, M.E.K (bidang keilmuan ekonomi keuangan). Adapun pertanyaan mengenai pengembangan agribisnis dijawab oleh seorang dosen Agribisnis (Baiq Santi Rengganis, S.P, M.Si) (Gambar 2).



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh 20 orang peserta. Indikator keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah banyaknya jumlah peserta yang merasa memperoleh pengetahuan tambahan mengenai literasi ekonomi, yaitu: peserta merasa memahami pengertian literasi ekonomi (18 orang) dan macam-macam platform keuangan digital (16 orang). Indikator berikutnya adalah seberapa banyak peserta yang merespon dan akan segera mengimplementasikan pengetahuan literasi ekonomi (gambar 3), yaitu: akan segera menerapkan perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik (16 orang) serta ingin segera memiliki tabungan digital (18 orang).



Gambar 3. Respon Peserta sebagai Indikator Keberhasilan Kegiatan

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa generasi Z memberikan respon positif, antara lain: memperoleh pengetahuan baru mengenai literasi ekonomi dan platform keuangan digital; masyarakat ingin segera menerapkan perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik serta berniat ingin mempunyai tabungan digital. Keberlanjutan kegiatan ini diperlukan sebagai bentuk monitoring dan evaluasi pendampingan dalam usaha memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan ini melalui skema Hibah Pemberdayaan Berbasis Masyarakat. Terimakasih pula kepada seluruh mitra sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Daftar Referensi

- Arlina, Khalifah, S.N., Sipahutar, S.N., Gajah, N.A., Shifa, M. (2023). Kemampuan Guru Al-Qur'an Hadis Dalam Menerapkan Metode Pembelajaran di MTS Al-Washliyah Bangun Purba. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3 (3): 797-803.
- Brey, P. (2018). The strategic role of technology in a good society. *Technology in Society*, 52, 39-45. <https://www.sciencedirect.com/journal/technology-in-society/vol/52/suppl/C>
- Golden, W. & Cordie, L. (2022). *Digital Financial Literacy*. Adult Literacy Education. <http://doi.org/10.35847/WGolden.LCordie.4.3.20>
- Goldstein, I., Jiang, W., & Karolyi, G. A. (2019). To fintech and beyond. *The Review of Financial Studies*, 32(5), 1647-1661. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhz025>
- Fadilah, N.A., Putri, S.A., Nadya, W., Herbawani, C.K. (2022). Peningkatan Pengetahuan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Di Yayasan Panti Asuhan Sakinah Depok. *Gervasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6 (3): 664-673.
- Fauzia, A. N., & Nurdin. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. *Prosiding Manajemen* 5 (1): 79–84.
- Herawati, N. T. (2017). Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Seminar Nasional Riset Inovatif*, 131–137.
- Imami, A.S., Zulaeha, S., Nuriyah, S., Aripin, M.Z., Supriyadi, M., Ahmadi, D.M., Junaidi, M. (2021). Pengembangan Kapasitas Pengurus E-Warong Cahaya Baru Melalui Pelatihan Produk UMKM. *Al-Ijtima': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2): 174-183.
- Laia, N.T.J. & Suriadi, A. (2022). Meningkatkan Minat Belajar Anak Menggunakan Metode Ceramah Bersama Mahasiswi Kesejahteraan Sosial FISIP USU. *ABDISOSHUM (Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial dan Humaniora)*, 1 (1): 136-141.
- Mowen, J. C., & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (Terjemahan Lina Salim (ed.); Jilid 1 Ed). Jakarta: Erlangga.
- Nisa, K. & Zakiyaturrosyidah. (2021). *Pelatihan dan Pendampingan Media Pembelajaran Agama Islam*

Melalui Permainan Ludo Edukasi di SMPN 2 Perak Jombang. *Jumat Pendidikan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2 (1): 49-57.

Populix. (2020). Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia.

Prastiwi, I.E., Fitria, T.N., Kusuma, I.L. (2020). Sosialisasi Penggunaan Online Shop Berbasis Syariah Di Dukuh Sanggrahan Pucangan, Kartasura, Sukoharjo. *Jurnal Budimas*, 2 (2): 147-152.

Ratnasari, Fadli, A., Hou, A., Sihombing, E.H., Amelia, R. (2023). Strengthening Digital Literacy in Determining the Attitude of Milenials in Online Shopping in SMA Yaspenmas. *Gandrung: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4 (1): 673-679.

Setiawan, I.M.J., Ardika, I.W., dan I.K.Agus. Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Z di Era Society 5.0 di Denpasar dalam Menanggulangi Penyebaran Berita Hoaks. *Prosiding Webinar Nasional Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*: 92-120; 2022.