

**PENGARUH MANAJEMEN *E-CANTEEN* SEKOLAH
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA
DI SMA NEGERI 1 WRINGINANOM GRESIK**

SKRIPSI

Oleh:

Nur Aini Santi Kurnia Dewi

D73218060



Dosen Pembimbing I

Prof. Dr. H. Imam Bawani, MA

NIP. 195208121980021006

Dosen Pembimbing II

Dr. Arif Mansyuri, M.Pd

NIP. 19790330201411101

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

NAMA : NUR AINI SANTI KURNIA DEWI

NIM : D73218060

PRODI : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JUDUL : PENGARUH MANAJEMEN *E-CANTEEN*

TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA DI

SMA NEGERI 1 WRINGINANOM GRESIK

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya

Surabaya, 29 Juni 2022

Pembuat Pernyataan



Nur Aini Santi Kurnia Dewi
D73218060

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh

NAMA : NUR AINI SANTI KURNIA DEWI

NIM : D73218060

PRODI : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JUDUL : PENGARUH MANAJEMEN *E-CANTEEN*


TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA DI

SMA NEGERI 1 WRINGINANOM GRESIK

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 29 Juni 2022

Pembimbing I

Dr. PPI

Nimatus Sh

Pembimbing II



Prof. Dr. H. Imam Bawani, MA.
NIP.195208121980031006

Dr. Arif Mansyuri, M. Pd
NIP.197903302014111001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi oleh Nur Aini Santi Kurnia Dewi ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Surabaya 14 Juli 2022



Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Thohir, S.Ag., M.Pd.

NIP. 197407251998031001

Penguji I

Dr. Mukhlisah AM, M.Pd

NIP. 196805051994042001

Penguji II

Ahmad Fauzi S.Pd.I, M.Pd.

NIP. 197905262014111001

Penguji III

Hj. Ni'Matus Sholihah, M.Ag.

NIP. 197308022009012003

Penguji IV

Dr. Arif Mansyuri, M.Pd

NIP. 197903302014111001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Aini Santi Kurnia Dewi
NIM : D73218060
Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan
E-mail address : nurainisanti354@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi

yang berjudul :

Pengaruh Manajemen *E-canteen* Sekolah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya

Penulis

(Nur Aini Santi Kurnia Dewi)

ABSTRAK

Nur Aini Santi Kurnia Dewi, NIM D73218060, 2022, Pengaruh Manajemen E-Canteen Sekolah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik. Dosen Pembimbing I, Prof. Dr. H. Imam Bawani, MA. Dan Dosen Pembimbing II, Dr. Arif Mansyuri, M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen e-canteen sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik. Penelitian ini berlokasi di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan variabel bebas (X) manajemen e-canteen sekolah dan variabel terikat (Y) perilaku konsumtif siswa. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, dokumentasi, dan angket. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen e-canteen sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik dilaksanakan dengan cukup baik. Hasil tersebut terbukti dengan hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa sesuai dengan pengskoran menggunakan skor ideal sebesar 61% yang memiliki makna kategori cukup baik. Serta berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh manajemen e-canteen sekolah terhadap perilaku konsumtif diperoleh R Square sebesar 0,269 atau 26,9% yang artinya sebesar 73,1% yang diperoleh dari (100% - 26,9%) memiliki korelasi dengan variabel lain diluar pembahasan pada penelitian ini. Hasil dari analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai konstanta sebesar 14,255 artinya nilai konstanta variabel manajemen e-canteen sekolah 14,255, sedangkan koefisien regresi variabel X sebesar 0,608 artinya apabila manajemen e-canteen sekolah mengalami penambahan 1%, maka perilaku konsumtif siswa mengalami peningkatan sebesar 0,608. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh manajemen e-canteen terhadap perilaku konsumtif siswa memiliki arah yang positif. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa manajemen e-canteen sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik memiliki pengaruh yang positif sebesar 26,9% sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: manajemen, e-canteen, perilaku, konsumtif, Siswa

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian.....	14
F. Keaslian Penelitian	15
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
A. Manajemen <i>E-canteen</i> Sekolah.....	20
1. Pengelolaan Uang Elektronik	20
2. <i>E-canteen</i> Sekolah	27
3. Manajemen <i>E-Canteen</i> Sekolah	32
B. Perilaku Konsumtif Siswa	36
1. Konsep Dasar Perilaku Konsumtif Siswa.....	36
2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	41
3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	43
C. Pengaruh Manajemen <i>E- Canteen</i> Sekolah terhadap Perilaku Konsumtif Siswa.....	60
BAB III METODE PENELITIAN	64
A. Jenis dan Rancangan Penelitian	64

B.	Lokasi Penelitian	65
C.	Variabel dan Definisi Operasional	65
	1. Variable Penelitian	65
	2. Definisi Operasional	66
D.	Hipotesis	71
E.	Populasi, Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	72
	1. Populasi	72
	2. Sampel	72
	3. Teknik <i>Sampling</i>	73
F.	Teknik Pengumpulan Data	73
G.	Instrumen Penelitian	75
	1. Uji Reliabilitas	78
	2. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
H.	Analisis Data	80
	1. Uji Normalitas	80
	2. Uji Linearitas	81
	3. Skor Ideal	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		83
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	83
	1. Profil Sekolah	83
	2. Visi, Misi, dan Tujuan Sekolah	84
	3. Deskripsi Responden	87
B.	Penyajian Data	89
	1. Manajemen <i>E-canteen</i> Sekolah	89
	a. Hasil Kuesioner	89
	b. Uji Validitas	93
	c. Uji Reliabilitas	94
	d. Analisis Statistik	95
	2. Perilaku Konsumtif Siswa	96
	a. Hasil Kuesioner	96
	b. Uji Validitas	100
	c. Uji Reliabilitas	102

d. Analisis Statistik	103
3. Pengaruh Manajemen <i>E-canteen</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa	104
a. Uji Normalitas.....	104
b. Uji Linieritas	106
c. Uji Homogenitas	107
d. Uji Heteroskedastisitas	107
C. Analisis Data	109
1. Analisis Manajemen <i>E-canteen</i> Sekolah	109
2. Analisis Perilaku Konsumtif Siswa	111
3. Pengaruh Manajemen <i>E-canteen</i> terhadap Perilaku Konsumtif Siswa	113
D. Pembahasan.....	116
1. Pelaksanaan Manajemen <i>E-canteen</i> Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik	116
2. Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik...	124
3. Pengaruh Manajemen <i>E-canteen</i> Sekolah terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik	125
BAB V PENUTUP.....	127
A. Kesimpulan.....	127
B. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN I.....	133
KUESIONER PENELITIAN.....	133
LAMPIRAN II.....	137
DATA RESPONDEN.....	137
LAMPIRAN III.....	140
DOKUMETASI.....	140
LAMPIRAN IV.....	142
SURAT IZIN PENELITIAN.....	142

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi.....	44
Gambar 2.2 Hirarki Kebutuhan Maslow	53
Gambar 2.3 Proses Pengolahan Informasi	55
Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Tingkat Kelas	88
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Gambar 4.3 Kurva Normal P-Plot.....	105
Gambar 4.4 Grafik Scarletpo Uji Heterokedasititas	108



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hubungan Karakteristik Demografi dengan Subbudaya di Indonesia..	46
Tabel 3.2 Skala Likert.....	75
Tabel 3.3 Blueprint Instrumen Manajemen E-canteen Sekolah dan Perilaku Konsumtif Siswa.....	76
Tabel 3.4 Blueprint Pernyataan Favorable dan Unfavorable.....	77
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Tingkat Kelas.....	87
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	88
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Indikator Fleksibel dan Terjangkau.....	90
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Indikator Mudah Dipelajari.....	91
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Indikator Mudah Dikontrol.....	91
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner Indikator Mudah Dimengerti.....	92
Tabel 4.11 Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel X.....	94
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas <i>Manajemen E-Canteen</i> Sekolah.....	95
Tabel 4.13 <i>Descriptive Statistic</i> Instrumen Manajemen <i>E-canteen</i> Sekolah.....	95
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner Indikator Fungsi dan Kegunaan.....	96
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner Indikator Tingkat Konsumsi.....	97
Tabel 4.16 Hasil Kuesioner Indikator Tingkat Konsumsi.....	98
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner Indikator Skala Prioritas.....	100
Tabel 4.18 Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y.....	101
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif Siswa.....	102
Tabel 4.20 Uji Reliabilitas 2 Variabel.....	103
Tabel 4.21 <i>Descriptive Statistic</i> Instrumen Perilaku Konsumtif Siswa.....	103
Tabel 4.22 Uji Normalitas Variabel X dan Variabel Y.....	104
Tabel 4.23 Uji Linearitas Variabel X dan Variabel Y.....	106
Tabel 4.24 Uji Homogenitas Variabel X dan Variabel Y.....	107
Tabel 4.25 Uji Heteroskedastitas Variabel X dan Variabel Y.....	108
Tabel 4.26 Skor Total Manajemen <i>E-canteen</i> Sekolah.....	109
Tabel 4.27 Skor Total Variabel Perilaku Konsumtif Siswa.....	111
Tabel 4.28 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana Output Pertama.....	113
Tabel 4.29 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana Output Kedua.....	114
Tabel 4.30 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana Output Ketiga.....	114
Tabel 4.31 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana Output Keempat.....	115

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang sering terjadi pada masyarakat tanpa melihat pekerjaan, jenis kelamin maupun usia. Perilaku konsumtif ini mungkin saja terjadi dikalangan anak-anak, kaum dewasa hingga para orang tua bahkan penelitian menjelaskan remaja lebih cenderung berperilaku konsumtif dibandingkan kalangan usia lainnya.

Peserta didik jenjang sekolah menengah atas merupakan masa remaja menuju proses kedewasaan, dimana pada usia tersebut mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Ketika mereka berada pada lingkungan yang berperilaku konsumtif, maka kemungkinan besar mereka akan meniru untuk berperilaku konsumtif.¹ Dalam hal minat berkonsumsi, masa masa usia remaja merupakan masa yang jauh dari tindakan rasional. Pola konsumsi yang dimiliki para peserta didik terkadang tidak memiliki prinsip dasar yang mumpuni dan kuat, hal inilah yang mengakibatkan mereka mengarah pada berperilaku konsumtif.

Kelompok yang ada disekolah, ekstrakurikuler, kelompok bermain hingga kelompok geng yang biasa berinteraksi antara remaja satu dengan yang lainnya inilah yang biasanya memberi pengaruh pada perilaku konsumsi remaja. Artian lain ialah bahwa perilaku konsumsi tidak terlepas jauh dari

¹ Khamo Waruru, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (Desember 2018): 84.

pergaulan lingkungan social remaja itu sendiri. Setiap kelompok ini biasanya memiliki pelopor opini (*opinion leader*), yang mana biasana bertugas dalam mempengaruhi bahkan mengajak anggota kelompoknya dalam mengkonsumsi suatu produk.²

Penjelasan diatas searah dengan suatu pernyataan yang menyatakan bahwa remaja sangat ingin diakui dan dilihat keberadaannya oleh lingkungan sekitar sehingga banyak remaja melakukan berbagai hal untuk dapat diakui. Salah satunya ialah dengan bersikap konsumtif, mereka merasa dengan bersikap demikian, lingkungan sekitar akan menerima dan mengakui keberadaan mereka. Perilaku Konsumtif ini sangat berkait erat dengan para remaja dikarenakan rata-rata remaja mempunyai jumlah pengeluaran yang dirasa besar namun mereka masih belum mempunyai pemasukan keuangannya sendiri.³

Perilaku konsumsi bagi remaja tidak hanya memiliki aspek negative, namun juga memiliki beberapa aspek positif. Salah satu aspek positif yang timbul ialah rasa puas yang dirasakan mereka, rasa ini muncul karena para remaja dapat dengan mudah membeli berbagai macam kombinasi barang maupun jasa yang dirasa dibutuhkan dan diinginkan mereka sesuai dengan anggaran yang mereka miliki. Selain itu, aspek positif dalam berperilaku konsumtif yang didapatkan ialah pengalaman mereka yang terus bertambah. Hal tersebut dapat saja terjadi ketika para remaja mengkonsumsi berbagai

² Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013). 41.

³ Wagner dan Hollenbeck, *Organizational Behavior Securing Competitive Advantage* (New York: Routledge, 2010). 81.

barang dan jasa yang belum saja mereka konsumsi sebelumnya. Kemudian, perilaku konsumtif ini dapat menimbulkan dampak negative apabila remaja ini mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak sesuai dengan kebutuhan yang seharusnya. Salah satu aspek negative dari berperilaku konsumtif yakni gaya hidup (prestige) dan sifat konsumerisme dengan ciri bahwa kesenangan, kebahagiaan bahkan harga diri diukur melalui barang-barang yang mereka konsumsi, sifat inilah biasanya terpujuk akibat terbiasa berperilaku konsumtif.⁴

Usia remaja khususnya yang berusia 16-19 tahun biasanya mengenyam bangku Sekolah Menengah Atas (SMA). Rata-rata waktu siang mereka dihabiskan di wilayah sekolah. Hal ini menunjukkan banyak waktu yang dihabiskan disekolah sehingga mereka sangat memerlukan konsumsi makanan yang sesuai terlebih pada masa pertumbuhan mereka. Oleh karena itu, ketersediaan makanan di kantin sekolah sangat mempengaruhi dalam pemenuhan gizi harian mereka. Hal ini juga selaras dengan acuan pada Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan, yang kemudian diperbarui dengan PP No. 32 Tahun 2013 Pasal 42 Ayat 2, bahwa sekolah wajib menyediakan ruang kantin.⁵

Istirahat sekolah merupakan waktu yang tepat bagi para remaja atau peserta didik dalam memilih berbagai makanan dan minuman untuk mereka

⁴ Dwi Ronin Mauludin dan Ria Susanti Johan, "Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Inraprasta PGRI," *Journal of Applied Business and Economic* 7, no. 2 (Desember 2020): 211.

⁵ Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan, yang kemudian diperbarui dengan PP No. 32 Tahun 2013 Pasal 42 Ayat 2

konsumsi sesuai keinginan mereka.⁶ Hal ini menunjukkan bahwa kantin sekolah sifatnya harus memenuhi kebutuhan makanan peserta didiknya. Pendapat ini selaras dengan pernyataan Maslow bahwa manusia memiliki kebutuhan dasar yang harus dipenuhi yakni salah satunya ialah kebutuhan fisiologi yang mana kebutuhan yang wajib dipenuhi yakni dalam hal makan, minum, menghirup oksigen dan sebagainya.⁷

Terpenuhinya kebutuhan tersebut sangat membantu pertumbuhan setiap peserta didik sehingga peserta didik dapat memenuhi kebutuhan lainnya. Hal tersebut sesuai dengan fungsi utama kantin yaitu demi menunjang pertumbuhan dan kesehatan peserta didik.⁸ Jika hal tersebut tidak terpenuhi, maka peserta didik akan memiliki tubuh yang rentan terhadap berbagai jenis penyakit bahkan hal tersebut memungkinkan konsentrasi peserta didik terganggu. Hal inilah yang menyebabkan proses pembelajaran yang seharusnya bisa lancar menjadi terganggu. Penyediaan makanan kantin sekolah dianggap sebagai salah satu pengaruh perkembangan kebiasaan jangka panjang anak khususnya pada remaja.⁹

Kantin atau kafeteria juga merupakan suatu komponen yang penting dan merupakan bagian yang integral dari program pendidikan di sekolah.

⁶ Yohakim Dawi, Intje Picauly, dan Lewi Jutomo, "Hubungan Pengetahuan Gizi Dan Sikap Anak Sekolah Dengan Perilaku Memilih Makanan Jajanan Di Sekolah Menengah Pertama (Smp) Negeri 2 Kota Kupang," *Jurnal Pangan, Gizi dan Kesehatan* 5, no. 1 (April 2013): 709.

⁷ Aruma dan Malvins Enwuvesi, "Abraham Maslow's Hierarchy Of Needs And Assesment of Needs In Community Development," *International Journal of Development and Economic Sustainability* 5, no. 7 (Desember 2017): 18.

⁸ Frederike Mensink, Saskia Antoinette Schwinghammer, dan Astrid Smeets, "The Healthy School Canteen Programme: A Promising Intervention to Make the School Food Environment Healthier," *Journal of Environmental and Public Health* 3, no. 1 (Maret 2013): 3.

⁹ Norman Raotraot Galabo, "Canteen Service And Student's Satisfaction," *International Journal of Scientific & Technology Research* 8, no. 6 (Juni 2019): 114.

Sebagian besar sekolah menyajikan fasilitas kafetaria untuk membantu program sekolah secara menyeluruh. Sekolah harus dapat menggunakan kafetaria sebagai suatu upaya sekolah yang sangat bernilai bagi tujuan-tujuan sekolah seperti kesehatan, efektivitas sosial, efisiensi ekonomi, hubungan-hubungan kelompok. Untuk mengusahakan ini, staf sekolah, murid, dan orang tua harus memahami nilai-nilai yang terkandung dalam belajar yang secara tidak langsung diberikan dari usaha layanan program kafetaria.

Kebiasaan jajan ini juga bisa mempengaruhi prestasi belajar peserta didik. Hal ini dikarenakan sumber energi dan gizi peserta didik terpenuhi oleh makanan yang dikonsumsi mereka. Salah satu contohnya yakni ketika peserta didik itu tidak terbiasa sarapan di rumah maka konsumsi pertama yang masuk ke dalam tubuh dari peserta didik itu bisa dari jajanan kantin disekolahnya.

Kesiapan fisik peserta didik dalam mengikuti setiap proses pembelajaran sangat ditentukan oleh kesehatan siswa yang mana terbentuk akibat asupan makanan yang baik. Terlebih lagi, untuk peserta didik yang sehat, kebutuhan makanan harus dikhususkan. Peserta didik pada tingkat SMA memiliki indikator yang lebih kompleks, bukan hanya pada indikator fisik, mereka juga harus memenuhi indikator kesehatan secara kognitif, psikologis bahkan social.

Usia remaja itu merupakan periode yang sangat sensitive dalam hal menentukan kualitas hidup saat usia tua (dewasa) bahkan hingga melahirkan generasi yang selanjutnya. Hal ini yang membuat periode remaja menjadi

periode untuk *windows of opportunity* (jendela kesempatan) kedua dalam memperbaiki kualitas hidupnya ini. Penjelasan setiap fenomena diatas merupakan landasan dasar yang melatarbelakangi diperlukannya katin atau kafetaria pada lingkungan sekolah sehingga proses belajar mengajar dari peserta didik dan tenaga pendidik tidak mengalami deficit atau kekurangan energi.¹⁰

Layanan kantin sekolah merupakan layanan khusus yang menyajikan makanan dan minuman untuk segenap civitas sekolah. Kantin sekolah merupakan sarana pendukung dalam satuan pendidikan yang memiliki dua peran utama, yakni dalam konteks warga sekolah yang sehat serta dalam konteks memenuhi pendidikan.¹¹

Kesehatan segenap civitas sekolah yang meliputi tenaga kependidikan, pendidik, dan juga peserta didik merupakan hal yang perlu diperhatikan lebih lanjut, hal ini karena sangat mempengaruhi dalam proses berjalannya pendidikan di sekolah. Apabila kesehatan warga sekolah terganggu, maka aktivitas pembelajaran sekolah terganggu pula, oleh karena itu kebutuhan gizi warga sekolah perlu diperhatikan lebih mendalam.

Sebagai fasilitas umum yang menyediakan makanan dan minuman, tentunya kantin digunakan sebagai tempat usaha, dimana terdapat kegiatan ekonomi didalamnya. Setiap proses kegiatan ekonomi tentunya membutuhkan nilai tukar. Sesuai dengan pengertian jual beli sendiri, jual beli merupakan

¹⁰ Basilius R. Werang, *Manajemen Pendidikan di Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2015). 141.

¹¹ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Kantin Sehat SMA di Masa Kebiasaan Baru* (Jakarta: Direktorat Sekolah Menengah Atas, 2020).12.

suatu kegiatan menukarkan segala hal baik barang maupun uang guna melepaskan hak kepemilikan barang tersebut dari pihak satu ke pihak lain atas dasar sepakat saling menyetujui.¹² Namun karena perkembangan teknologi di era digital berkembang begitu pesat, hampir seluruh aspek kehidupan manusia sekarang dipengaruhi oleh teknologi. Perkembangan teknologi digital mempengaruhi banyak aspek, baik dari aspek ekonomi, social, kebudayaan dan aspek pendidikan. Perkembangan tersebut mempengaruhi manusia untuk berperilaku modern. Perkembangan teknologi ini yang mempengaruhi adanya pembayaran non-tunai.

Melayani siswa yang banyak dengan waktu istirahat yang terbatas merupakan kendala tersendiri dalam proses pembelian dan pemesanan makanan di kantin sekolah. Pesanan makanan yang dipesan ditunggu lebih lama oleh siswa sehingga membuat antrian ditenan semakin Panjang. Salah satu penyebabnya yakni berasal dari informasi ketersediaan menu. Tidak hanya itu, antrian pada pembayaran kasir juga menjadi alas an antrian semakin Panjang dikarenakan masing menggunakan nota. Hal ini menyebabkan perhitungan hasil pendapatan lebih lama dan terkadang terjadi kurang tepatan dalam hasil angka pendapatan.¹³

Kemudahan yang ditawarkan dalam proses pembayaran elektronik mendorong sekolah-sekolah berinovasi dalam membuat pengembangan pembayaran kantin secara digital yang mudah. Penerapan *e-canteen* sekolah merupakan inovasi terbaru yang secara tidak langsung dapat mempermudah

¹² Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011). 65.

¹³ Aris Munandar dan Rangga Sanjaya, "Aplikasi Manajemen Order Tenan di Kantin Telkom University," *Jurnal E-Prosding Teknik Informatika* 2, no. 1 (Juni 2021): 281.

proses pembelajaran. Hal tersebut sesuai dengan dampak yang ditimbulkan setelah adanya program *e-canteen*.

Pelaksanaan program *e-canteen* memiliki dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif adanya *e-canteen* adalah memberikan kemudahan bagi konsumen dalam membeli makanan dan minuman selama di sekolah, mengurangi jumlah siswa yang membeli makanan diluar sekolah, tidak menimbulkan antrean pada saat membeli makanan atau minuman di kantin, dapat meningkatkan kecerdasan berteknologi siswa, serta dapat memudahkan dalam meningkatkan *quality control* (proses evaluasi) kantin di sekolah. Adapun dampak negatif yang dapat ditimbulkan oleh program *e-canteen* di sekolah adalah siswa dapat menyalahgunakan *e-canteen* dengan memesan makanan disaat jam pelajaran berlangsung, jumlah siswa yang makan secara diam-diam pada saat jam pelajaran berlangsung dapat meningkat, siswa menjadi tidak fokus dalam pembelajaran, guru kesulitan mengontrol siswa yang membeli makanan dikantin pada saat jam pelajaran berlangsung, serta dengan adanya *e-canteen* siswa menjadi konsumtif, dan boros. Dengan demikian, implementasi *e-canteen* perlu adanya pengawasan khusus oleh pihak sekolah, agar siswa tidak menyalahgunakan sistem *e-canteen* ketika proses belajar mengajar berlangsung.

Pengawasan pihak sekolah dalam menerapkan program *e-canteen* merupakan salah satu kewajiban dari structural sekolah. Menjalankan kafeteria/kantin sekolah bukan perkara yang mudah, hal ini perlu keikutsertaan pula komitmen dan dukungan secara aktif dan pasif dari para

staf, guru, kepala sekolah. Oleh sebab itu dalam proses penciptaannya membutuhkan manajemen yang baik.¹⁴

Program *e-canteen* ini bukan hanya wacana saja, namun ini merupakan suatu bentuk inovasi sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan kantin yang ada disekolah. Manajemen *e-canteen* juga memiliki kesamaan pengelolaan dengan manajemen kantin pada umumnya, terdapat pula proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan/evaluasi. Hal tersebut sejalan dengan Peraturan Pemerintah Republik nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan pada pasal 42 ayat 2 menyatakan bahwa setiap satuan pendidikan wajib memiliki sarana dan prasarana antara lain ruang kantin dimana sekolah sebagai pengelola utama kantin.

Manajemen kafetaria atau kantin sekolah merupakan manajemen dalam ruang lingkup manajemen layanan khusus di sekolah. manajemen yang dilaksanakan dalam pengelolaan kantin sekolah dimulai dari proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan/evaluasi. Kepala sekolah dan staf diharapkan melihat proses pelaksanaan kantin di sekolah sesuai dengan standart kebersihan dan mutu makanan dan minuman yang disajikan di kantin sekolah.¹⁵

Berdasarkan wawancara dengan siswa dan guru di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik, siswa-siswi di sekolah ini cukup menunjukkan ciri-ciri siswa yang berperilaku konsumtif, hal itu jelas terjadi ketika waktu istirahat tiba dan ketika jam pulang sekolah. Ketika istirahat sekolah, siswa-siswi

¹⁴ Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelayanan Anda* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009).12.

¹⁵ Basilius R. Werang, *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, 164.

cenderung banyak menghabiskan waktu di kantin ataupun di koperasi sekolah untuk jajan makanan. Sedangkan ketika pulang sekolah mereka juga masih menyempatkan untuk mampir membeli jajan di kantin ataupun dikoperasi, sehingga tak jarang waktu tutup kantin menjadi terlambat sesuai dengan jadwal.¹⁶

Salah satu sekolah yang melaksanakan program *e-canteen* salah satunya adalah SMA Negeri 1 Wringinanom. Sekolah ini berdiri sejak tahun ajaran 1996 - 1997. Sekolah ini beralamat di Desa Sembung Kecamatan Wringinanom Kabupaten Gresik. Sekolah yang terakreditasi ini juga pernah menjadi salah satu sekolah adiwiyata (*Go Green School*) tingkat Nasional pada tahun 2009. Selain itu pada tahun 2017/2018 SMA Negeri 1 Wringinanom pernah mendapatkan juara 1 dengan kategori lomba UKS dan jajanan sehat sekolah ditingkat kabupaten dan juara 3 di tingkat provinsi. Pada tahun ajaran 2021/2022 SMA Negeri 1 Wringinanom memiliki 47 guru dengan rombongan belajar sebanyak 32 rombel. Jumlah siswa keseluruhan SMA Negeri 1 Wringinanom sebanyak 1106 siswa dengan rincian 349 siswa laki-laki dan 757 siswa perempuan.¹⁷

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan wakil kepala sekolah bagian kesiswaan, SMA Negeri 1 Wringinanom sebelum memiliki inovasi *e-canteen*, seluruh pengunjung kantin melakukan transaksi pembelian makanan dan minuman uhan yang ingin didapatkan dengan cara

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Nabila Zaqiyah Selaku Siswi Kelas XI di SMA Negeri 1 Wringinanom pada 21 Juni 2022

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Amiril Mu'minin, M.Pd, S. Pd. Selaku Wakil Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Wringinanom pada 24 Desember 2021

konvensional. Awalnya peserta didik datang lalu memesan barang (makanan atau minuman) yang ingin dipesan pada stan barang tersebut. Setelah itu peserta didik dapat memilih menu yang dipesan lalu diberikan pada penjual stan tersebut. Peserta didik kemudian menunggu penjual menyiapkan pesannya. Setelah itu penjual menyiapkan menu sekaligus menghitung jumlah biaya yang harus dikeluarkan peserta didik. Setelah proses ini, peserta didik diharuskan membayar pesanan sesuai dengan jumlah harganya dan kemudian pesanan dapat disajikan. Proses transaksi pembelian di atas berlaku di setiap pembelian begitu juga jika peserta didik ingin memesan ulang.

Langkah konvensional di atas sangat berpengaruh pada siswa, hal ini terjadi karena waktu istirahat siswa menjadi berkurang karena harus mengantri lama saat proses pembelian makanan di kantin. Menurut hasil wawancara peneliti, pelaksanaan program *e-canteen* SMA Negeri 1 Wringinanom dimulai sejak tahun ajaran 2019/2020. Setiap kartu pelajar siswa memiliki *barcode* dimana siswa dapat mengisi saldo atau *top up* di koperasi sekolah. Jika siswa ingin membelikan makanan dan minuman di kantin, maka siswa dapat memilih menu yang telah disediakan. Setelah menu dipilih siswa akan membayar menggunakan kartu pelajar dan struk pembayaran akan diserahkan pada penjual di stan.

Manajemen *e-canteen* sekolah sendiri dimulai dari proses perencanaan mulai dari perencanaan menu makanan, keuangan dan harga makanan dan minuman, penentuan pembukaan stan, perencanaan program elektronik *e-canteen*, serta perencanaan sarana dan prasarana. Proses pengorganisasian

dibawah penanggung jawab sekolah hingga proses evaluasi dilakukan sekolah setiap 3 bulan sekali dalam peninjauan lancarnya kegiatan program *e-canteen*.

DA sebagai penanggungjawab program *e-canteen* SMA Negeri 1 Wringinanom menuturkan bahwa manajemen layanan kantin belum optimal dikarenakan beberapa kendala, namun pihak sekolah masih berusaha secara maksimal dalam menjalankan manajemen layanan kantin siswa yang sesuai dengan mutu yang ada.¹⁸

Berdasarkan latar belakang diatas, dengan kemudahan yang ditawarkan pihak sekolah dalam proses pembelian makan dan minum. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul PENGARUH MANAJEMEN *E-CANTEEN* SEKOLAH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA DI SMA NEGERI 1 WRINGINANOM GRESIK.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Manajemen layanan kantin kurang optimal,
2. Kemudahan *e-canteen* mengarahkan remaja untuk berperilaku konsumtif.
3. Proses jual beli di kantin membuat antrian yang cukup panjang, menghabiskan waktu.

Penelitian ini menggunakan batasan masalah agar pembahasannya tidak meluas. Berikut batasan masalah penelitian:

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Dwi Ariyanti, S.Pd. sebagai penanggungjawab program *e-canteen* SMA Negeri 1 Wringinanom pada 16 Februari 2022.

1. Manajemen *e-canteen* sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.
2. Perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini fokus pada pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah dan perilaku konsumsi siswa yang diuraikan dalam pertanyaan berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan manajemen *e-canteen* sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik?
2. Bagaimana perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik?
3. Sejauh mana pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui penerapan manajemen *e-canteen* sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.
2. Mengetahui perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

3. Mengetahui sejauh mana pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat secara teoritis dan praktis kepada beberapa pihak, di antaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- a. Menambah pemikiran ilmiah pada kajian ilmu manajemen *e-canteen* sekolah serta menambah wawasan kajian teoritis mengenai perilaku konsumtif siswa.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi terkait bagi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Menambah pengalaman dan wawasan dalam pelaksanaan penelitian tentang pengaruh manajemen *e-canteen sekolah* terhadap perilaku konsumtif siswa di sekolah.

- b. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat difungsikan oleh lembaga sebagai pedoman dalam mengembangkan dan meningkatkan manajemen *e-canteen* sekolah dan mengelola perilaku konsumtif siswa di sekolah.

c. Bagi Almamater

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi informasi bagi seluruh civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

F. Keaslian Penelitian

Penulisan skripsi ini memuat penelitian relevan terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai pembanding ciri dan karakteristik penelitian. Berikut adalah penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini:

1. Rida Nur Afiyah (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), skripsi dengan judul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)” pada tahun 2020. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei. Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 12,5%. Penelitian Rida menggunakan teori Echols dan Shandly sedangkan penelitian ini menggunakan teori Fishbein dan Aizen dan Jean P. Baudrillard. Selain itu, Focus penelitian Rida Nur Afiyah adalah pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan focus penelitian ini adalah pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa.

2. Muhammad Yunus Saputra (UIN Antasari Banjarmasin), skripsi dengan judul “Manajemen Layanan Khusus Kafetaria Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Banjarmasin” pada tahun 2020. Metode penelitian yang digunakan oleh Muhammad Yunus Saputra merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kantin Madrasah Aliyah Negeri 1 Banjarmasin sudah memiliki manajemen kantin yang baik, hal ini dilihat dari berbagai sisi, baik dari sisi pengadaan makanan, kebersihan lokasi kantin, kualitas pekayanan dan dilihat dari sisi kesehatan. layanan kantin. Focus penelitian Muhammad Yunus Saputra adalah manajemen kantin di sekolah MA Negeri 1 Banjarmasin, sedangkan focus penelitian ini adalah pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa.
3. Ani Qurrotul Aini (UIN Sunan Ampel Surabaya), skripsi dengan judul “Pengaruh Penerapan Penggunaan Voucher Food di Kantin Sekolah Terhadap Pembentukan Karakter Jujur Siswa di SMK 1 Grati Pasuruan” pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelation. Fokus penelitian Ani Qurrotul Aini adalah pengaruh penggunaan *voucher food* di kantin sekolah terhadap pembentukan karakter siswa, sedangkan focus penelitian ini adalah pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa. Adapun hasil penelitian ini adalah SMKN 1 Grati Pasuruan dapat menerapkan penggunaan

voucher food di Kantin sekolah sebagai sarana pembentukan kejujuran siswa di SMKN 1 Grati. Sesuai dengan perhitungan *product moment* dimana nilai r yaitu 0,8 sampai dengan 1,00 yang artinya penggunaan *voucher food* dalam membentuk karakter jujur siswa mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membentuk karakter jujur siswa.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, penelitian ini memiliki tema dan karakteristik yang relatif sama, namun berbeda dalam hal subjek, posisi, dan variabel penelitian, bahkan pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini fokus pada penelitian perilaku konsumtif pada usia remaja kalangan SMA yaitu kisaran usia 15-17 tahun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rida Nur Afiah yang fokus pada perilaku konsumtif mahasiswa yang kisaran usia 18-24 tahun. Selain itu perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yunus Saputra terdapat pada metode penelitian yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian Muhammad Yunus Saputra menggunakan penelitian kualitatif.

Berdasarkan uraian di atas, maka walau telah ada penelitian sebelumnya baik berkaitan perilaku konsumtif siswa maupun terkait dengan manajemen *e-canteen* sekolah, namun tetap berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan. Dengan demikian, maka topik penelitian yang peneliti lakukan ini benar-benar asli.

G. Sistematika Pembahasan

Guna memberikan panduan yang jelas pada penelitian dengan judul “Pengaruh Manajemen *E- Canteen* Sekolah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 1 Wringinnaom Gresik”, maka terdapat sistematika pembahasan yang terbagi atas lima bab yang saling berkaitan, berikut adalah uraiannya:

1. Bab I: Pendahuluan

Bab I merupakan kerangka dasar penelitian yang memuat antara lain latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan.

2. Bab II: Kajian Pustaka

Bab II merupakan kerangka teori atau landasan teori yang berisi tentang manajemen *e-canteen* sekolah, perilaku konsumtif siswa dan keterkaitan antara manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa.

3. Bab III: Metode Penelitian

Bab III terdiri dari jenis dan rancangan penelitian, variabel dan definisi operasional, hipotesis penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas data serta teknik analisis data.

4. Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab IV terdiri atas pemaparan objek penelitian, pemaparan validitas reabilitas data, hasil dan pembahasan yang berkaitan dengan penentuan hasil penelitian mengacu pada identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian.

5. Bab V: Penutup

Bab V terdiri atas kesimpulan penelitian, saran, daftar pustaka dan beberapa lampiran pendukung.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen *E-canteen* Sekolah

1. Pengelolaan Uang Elektronik

a) Pengertian Uang Elektronik

Uang elektronik merupakan sistem pembayaran secara elektronik yang mana awalnya didapatkan dari menyetorkan beberapa uang kepada penerbit, penyetoran uang dapat dilakukan langsung kepada penerbit ataupun melalui agen-agen penerbit, hal ini dinyatakan dalam mata uang Rupiah yang mana dapat digunakan sebagai melakukan transaksi pembayaran dengan cara menurunkan nilai uang secara langsung di media uang elektronik tersebut.¹⁹

Uang elektronik juga dapat di definisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam bentuk nominal angka pada media elektronik tertentu yang dinyatakan sebagai mata uang rupiah. Cara pemakaian uang elektronik adalah dengan mengisi (*top-up*) saldo uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik. Ketika membutuhkan uang untuk keperluan

¹⁹ Dewi Ulfah Anggreini dan Moh. Nurul Qomar, "Fenomena Penggunaan Uang Elektronik bagi Konsumen Muslim," *Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (Juni 2021).

transaksi maka uang yang digunakan akan otomatis berkurang senilai dengan nilai transaksi.²⁰

Singkatnya, uang elektronik merupakan sarana pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uang adalah kehadiran tertentu media elektronik. Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 di *e-money*, uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:

- 1) Diterbitkan berdasarkan jumlah uang yang akan disetorkan kepada penerbit;
- 2) Uang disimpan pada media berupa elektronik atau berbentuk chip; dan
- 3) Uang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa uang elektronik merupakan uang yang telah disimpan pada suatu media elektronik yang dimiliki seseorang tertentu dengan tujuan memiliki kemudahan dalam proses transaksi.

b) Jenis uang elektronik

Menurut Peraturan Bank Indonesia PBI 16/8/PBI/2014 tentang uang elektronik menjelaskan bahwa menurut pencatatan data identitas pemegang uang elektronik dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis yaitu uang elektronik terdaftar dimana identitas

²⁰ Decky Hendarsyah, "Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 5, no. 1 (Juni 2016): 1–15.

pemegangnya terdaftar (registered) sedangkan jenis yang kedua yaitu uang elektronik tidak terdaftar/tercatat dimana identitas pemegangnya tidak terdaftar/tercatat.

Sesuai dengan peraturan Bank Indonesia No16/8/PBI tahun 2014, berdasarkan tempat penyimpanan nilai dana uang elektronik, maka juga terbagi 2 (dua) jenis yaitu:

1) Uang elektronik berbasis kartu atau chip

Dimana uang elektronik dibiayai oleh uang elektronik, juga dibiayai oleh pemegang uang elektronik. Sistem ini memungkinkan transaksi dilakukan secara offline, menggunakan kartu atau chip.

2) Uang elektronik berbasis server

Uang elektronik ini menggunakan dana pemegang di database penerbit, pengguna akan memerlukan akses ke perangkat media yang dapat mengirim nomor sandi dan nilai transaksi yang diperlukan, dan menerima nomor token sebagai imbalannya. Sistem pencatatan semacam ini berasal dari e-commerce berbasis server dan hanya dapat dijalankan secara online.²¹

c) Jenis transaksi uang elektronik

Menurut Bank Indonesia, jenis-jenis transaksi dengan menggunakan uang elektronik (e-money) secara umum, antara lain:

²¹ Miswan Ansori, "Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah," *Wahana Islamika: Jurnal Studi Islam* 5, no. 1 (April 2019).

1) Penerbitan (issuance) dan pengisian ulang (top up)

Pengisian nilai uang kedalam media uang elektronik dapat dilakukan terlebih dahulu oleh penerbit sebelum dijual kepada pemegang. Untuk selanjutnya pemegang uang elektronik bisa melakukan pengisian ulang (top up) yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui penyetoran uang tunai, pendebitan uang dari rekening bank, atau melalui terminal-terminal pengisian ulang yang telah dilengkapi peralatan khusus oleh penerbit.

2) Transaksi Pembayaran

Transaksi pembayaran menggunakan uang elektronik (e-money) pada prinsipnya dilakukan penukaran nilai uang dalam bentuk data elektronik dengan barang antara pemegang uang elektronik dan pedagang menggunakan protocol yang telah ditetapkan.

(a) Transfer

Dalam transaksi uang elektronik, Transfer adalah fasilitas untuk melakukan pengiriman nilai uang antar pemegang uang elektronik melalui terminal yang telah dilengkapi dengan peralatan khusus.

(b) Tarik Tunai

Tarik tunai adalah fasilitas yang diterima oleh pemegang uang elektronik untuk melakukan penarikan uang tunai atas

nilai elektronik yang tercatat pada media e-money yang dimiliki pemegang dan dapat dilakukan setiap saat.

(c) *Refund* atau *Redeem*

Refund atau *redeem* adalah kegiatan dimana pemegang melakukan penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit, penukaran tersebut dapat dilakukan oleh pemegang pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik atau masa berlaku telah berakhir, maupun yang dilakukan oleh pedagang pada saat penukaran nilai uang elektronik yang diperoleh dari pemegang atas transaksi jual beli barang.

d) Karakteristik uang elektronik

Menurut Bank Indonesia, uang elektronik memiliki beberapa ciri-ciri antara lain sebagai berikut:²²

- 1) Nilai uang yang disimpan dalam instrumen uang elektronik, atau “*stored value*”, akan berkurang ketika konsumen menggunakannya untuk melakukan transaksi pembayaran.
- 2) Dana uang elektronik (*e-money*) seluruhnya berada dalam kendali konsumen.

²² Gubernur Bank Indonesia, Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik, t.t.

3) Selama transaksi, transfer dana berupa *elechtronic value* dari *e-commerce* konsumen menuju terminal merchant bias dilakukan secara offline.

e) Faktor yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik

Penggunaan uang elektronik dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pada umumnya, penelitian sebelumnya berfokus dengan beberapa faktor yang langsung tertuju dengan faktor yang dimaksud seperti faktor kemudahan, kemanfaatan, promosi, dan sebagainya, namun terdapat pula yang menurunkan dari beberapa faktor yang ada pada model TAM (*Techonology Acceptance Model*) yang dikemukakan oleh Fred Davis 1986. Dimana davis membaginya menjadi dua determinan utama sebagai dasar hubungan terkait penggunaan sistem, yaitu *perceived usefulness* (kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (kemudahan).

Dalam hal ini, *perceived ease of use* (kemudahan) merupakan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah. Sedangkan *perceived easy of use* (kemudahan) mengacu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya, kata kemudahan memiliki definisi kebebasan dari kesulitan atau usaha besar. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *perceived easy to use*

ini adalah mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, serta mudah digunakan.

Keempat indikator kemudahan penggunaan menurut Davis tersebut apabila ditarik korelasinya dengan penggunaan uang elektronik dapat dijelaskan sebagai berikut.

1) Mudah dipelajari

Pemahaman uang elektronik dapat diperoleh dari agen layanan keuangan digital maupun akses pribadi melalui telepon genggam. Dengan demikian, uang elektronik sangatlah mudah dimengerti dan dapat digunakan sesuai kebutuhan para penggunanya.

2) Fleksibel

Fleksibel memiliki arti luwes, mudah, dan cepat menyesuaikan diri. Uang elektronik dapat digunakan pada merchant yang sudah bekerjasama dengan bank, pengaplikasiannya sudah banyak berkaitan dengan transportasi, parkir, tol, fast food, dan sebagainya yang mudah dijangkau oleh para penggunanya. Di samping itu pengisian ulang saldo uang elektronik dapat mudah dilakukan melalui bank, ATM, mobile banking ataupun pada minimarket tertentu. Dengan demikian, penggunaan uang elektronik dapat dilakukan dimana dan kapanpun sehingga dapat disesuaikan dengan penggunanya.

3) Dapat mengontrol pekerjaan

Penggunaan uang elektronik mengandung nilai praktis hanya dengan dua syarat, yakni adanya saldo dalam uang elektronik dan mesin untuk bertransaksi. Dengan demikian, uang elektronik dapat membantu mempercepat pekerja penggunaanya dan transaksi yang dilakukan.

4) Mudah digunakan

Uang elektronik merupakan alternatif instrumen pembayaran. Apabila seseorang ingin menggunakan uang elektronik, maka hanya harus memastikan uang elektronik tersebut memiliki saldo yang cukup. Cara penggunaannya pun mudah hanya dengan menempelkan (tap) kartu ke mesin Electronic Data Capture (EDC) bagi uang elektronik berbasis chip dan mengatur layanan sesuai yang diinginkan bagi uang elektronik berbasis server.

2. *E-canteen* Sekolah

a) Definisi Kantin Sekolah

Kantin merupakan serapan dari bahasa belanda *kantine* yang mana berarti sebuah ruangan yang ada didalam gedung umum yang biasanya digunakan untuk makan oleh pengunjung gedung, dimana makanan yang dimakan diperoleh dari makanan pribadi

maupun makanan yang dibeli di sana.²³ Kantin juga dapat diartikan sebagai bangunan tetap dengan berbagai peralatan yang digunakan untuk pembuatan, penjualan, penyajian makanan dan minuman yang diperuntukkan masyarakat tertentu dan cara penyajiannya memiliki waktu tertentu.²⁴

Kantin sekolah merupakan salah satu bangunan sekolah dan digunakan sebagai tempat makan. Setiap sekolah membutuhkan kantin sekolahnya sendiri. Ini membuatnya mudah tersedia bagi warga sekolah saat istirahat. Kantin sekolah merupakan tempat dimana seluruh warga sekolah dapat membeli jajanan baik makanan siap saji maupun makanan olahan kantin itu sendiri. Kantin sekolah berperan penting dalam mencapai kesehatan yang baik, dan pemberian jajanan di sekolah dapat menentukan perilaku makan siswa sehari-hari.²⁵

Berdasarkan beberapa uraian pengertian kantin diatas, dapat diringkas bahwa kantin/kafetaria sekolah adalah tempat umum yang menyediakan kebutuhan pangan bagi warga sekolah, ruang makan yang sehat dimana tersedia makanan dan minuman yang aman, bergizi, aman, bersih dan sehat bagi seluruh warga sekolah.

²³ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa), "Kamus Besar Bahasa Indonesia," diakses 12 Maret 2022, <https://kbbi.web.id/kantin>.

²⁴ Atika Nyimas, "Pengaruh Pelaksanaan Kantin Kejujuran Dalam Membentuk Akhlak Siswa di SDN 114 Palembang," *El-Idare: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (Desember 2016): 105.

²⁵ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Kantin Sehat SMA di Masa Kebiasaan Baru*, 14.

b) Tujuan dan Fungsi Kantin Sekolah

Tujuan utama kantin sekolah adalah menyediakan makanan dan minuman sehat bagi siswa secara efektif dan efisien. Fungsi umum kantin sekolah adalah sebagai usaha sekolah yang bernilai tinggi untuk tujuan sekolah seperti kesehatan, efektivitas sosial, ekonomi, hubungan sosial dan apresiasi keindahan. Oleh karena itu, staf sekolah, siswa, dan orang tua siswa perlu memahami nilai baik yang dapat diperoleh dalam pembelajaran didapat ketika siswa menggunakan layanan kantin sekolah.²⁶

c) *E-canteen* Sekolah

E-Canteen merupakan singkatan dari *electronic canteen* (Elektronik Kantin), terdiri dari dua kata yaitu elektronik dan kantin. Elektronik sendiri merupakan suatu perangkat yang diciptakan dan dikelola berdasarkan prinsip kerja elektronika. Sedangkan kantin merupakan ruangan atau tempat digunakan pengunjung khusus untuk mendapatkan makanan ataupun minuman.²⁷

E-canteen juga dapat diartikan sebagai tempat tetap yang digunakan untuk makan dan minum yang menggunakan aplikasi berbasis informasi elektronik yang dapat diakses secara *online* dengan tampilan berupa daftar kantin, spesifikasi teknis, jenis, daftar makanan, hingga harga makanan yang dijual. *E-canteen*

²⁶ Wildan Zulkarnain, *Manajemen Layanan Khusus di Sekolah*, 84.

²⁷ Akhmad Fatah Rusdi dan Agus Nursikuwagus, "E-Kantin UNIKOM Sebagai Layanan Pemesanan Berbasis WEB" (Bandung, Universitas Komputer Indonesia, 2019), 23.

dapat dijadikan inovasi bagi kemajuan manajemen layanan khusus bagi siswa sekaligus menyesuaikan dengan tuntutan perkembangan zaman.²⁸

Tujuan adanya *e-canteen* ini adalah untuk memudahkan seluruh warga sekolah baik itu siswa, guru, dan penjual dalam transaksi jual beli di kantin sekolah. lebih spesifiknya adalah, dengan adanya *e-canteen* ini maka warga sekolah dapat lebih mudah melakukan pemesanan makanan atau minuman, siswa tidak perlu berdesak-desakan untuk memesan makanan dan dapat mengantisipasi siswa yang tidak membayar atau kurang kembalian oleh penjual ketika sedang melakukan transaksi di kantin.

Dengan adanya *e-canteen* ini juga memudahkan siswa untuk membayar, siswa tidak perlu repot mengatur pengeluaran, karena siswa dapat menyesuaikan besar kecilnya pengeluaran uang jajan mereka. *E-canteen* ini sangat bagus untuk siswa yang memiliki banyak tugas yang tidak memiliki waktu lama, sehingga tidak sempat bisa pergi ke kantin. Selain itu dengan adanya *e-canteen* ini dapat mengurangi penggunaan uang kertas atau *cash less* untuk setiap proses transaksi jual beli di kantin, sehingga penyusunan laporan yang dibutuhkan sangat mudah dan praktis.²⁹

²⁸ Erina Ashtye dan Syunu Trihantoyo, "Efektivitas Layanan Khusus Kantin Digital (E-Canteen) Dalam Meningkatkan Digital Quotients Siswa," *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 8, no. 4 (Juni 2020): 525.

²⁹ Adityo Cahyo Nugroho, Gusti Rahana Putra, dan Desti Fitriati, "Implementasi e-Kantin di Fakultas Teknik Universitas Pancasila," *Semnati* 2, no. 1 (Juli 2019): 301–6.

Kemudahan yang ditawarkan dalam proses pembayaran elektronik mendorong sekolah-sekolah berinovasi dalam membuat pengembangan pembayaran kantin secara digital yang mudah. Penerapan *e-canteen* sekolah merupakan inovasi terbaru yang secara tidak langsung dapat mempermudah proses pembelajaran.

Proses pelayanan *e-canteen* merupakan proses yang menggunakan system pelayanan *wait service system*. Pelayanan ini mengharuskan konsumen menunggu dilayani oleh petugas kantin setelah sesuatu yang telah mereka pesan. Sebelumnya, pihak sekolah membuat aplikasi entry untuk pemesanan siswa dengan memasukkan nomor induk siswa melalui kartu pelajar yang siswa miliki.

Adapun manfaat yang didapat dengan adanya sistem informasi pengelolaan *e-canteen* di sekolah ini yaitu memudahkan pihak pengelola kantin dalam mengelola kantin sekolah. Adapun manfaat yang dapat dirasakan antara lain:

- (1) Efisiensi terhadap waktu antri membeli makan bagi siswa sebagai alat tukar makan siswa karena dapat menghindari antrian panjang pada saat jam istirahat yang terbatas.
- (2) Rekap hasil penjualan makanan dan minuman yang lebih valid dan otomatis.

(3) Memberikan informasi mengenai daftar belanja, suplier dan inventaris yang *up to date* kepada pengelola kantin sekolah.³⁰

3. Manajemen *E-Canteen* Sekolah

Memenuhi kebutuhan makanan dan minuman siswa disekolah bukan satu-satunya tujuan diadakanya fasilitas kantin. Namun, kantin sekolah juga harus digunakan sebagai sarana mendidik siswa mengenai pendidikan kesehatan , kebersihan, integritas, saling menghormati, dan nilai disiplin dan nilai-nilai moral. Oleh karena itu, pendidik dan staf sekolah harus ikut serta dalam pemeliharaan dan tanggung jawab kebersihan, kesehatan dan gizi makanan dan minuman yang dijual di kantin sekolah. Oleh karena itu, kantin juga menjadi tanggungjawab kepala sekolah dalam mengantarkan sekolahnya menjadi sekolah yang bermutu.

Kepala sekolah juga harus ikut andil dalam pengelolaan kantin sekolah khususnya dalam kaitanya penjualan makanan dan minuman dikantin sekolah. Maka proses manajemen layanan khusus kantin sekolah mencakup kegiatan berikut:

a) Perencanaan

Seperti halnya dalam standar prosedur pengelolaan kantin sekolah dalam perencanaan layanan kantin harus memperhatikan.³¹

³⁰ Dina Andayanti, "Kantin Kejujuran Berbasis Teknologi Informasi," *Jurnal Teknologi Technoscientia* 4, no. 2 (Februari 2017): 128.

³¹ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Kantin Sehat SMA di Masa Kebiasaan Baru*.

- 1) Pengorganisasian terhadap tugas guru yang dibertugas sebagai koordinator dan anggota pelaksana kantin sekolah;
- 2) Perencanaan pembangunan kantin sehat dan pengadaan sarana prasarana pendukungnya dengan tersedianya area ruangan kantin sekolah yang memadai dan cukup untuk dijadikan sebagai lokasi/ tempat menjual makanan maupun minuman, dan tersedia saluran air bersih untuk pengelola dan penjaga kantin untuk memasak makanan dan minuman yang dijual, serta mencuci dan membersihkan peralatan yang digunakan untuk menikmati makanan dan minuman.
- 3) Perancangan terhadap aplikasi atau system *e-canteen* sehingga dapat melakukan pencatatan konvensional menjadi terkomputerisasi. Proses yang dimaksud terdapat tiga tahapan pembuatan sistem yaitu tahapan desain sistem, rancangan basis data, dan desain antarmuka sistem.
- 4) Pembuatan MOU (*Memorandum of Understanding*) atau nota kesepakatan bersama antara sekolah dengan penjamah makanan /penjual makanan di kantin sekolah;
- 5) Mengadakan pelatihan wajib pada penjual di kantin sekolah mengenai gizi dan kebersihan kantin sekolah. biasanya pelatihan diperoleh dari ahli gizi, dinas kesehatan dan MUI mengenai kantin sehat dan halal.

b) Pengorganisasian

Mengelola dan menangani kantin sekolah dengan baik membutuhkan tenaga yang berpengalaman dibidangnya. Berikut adalah beberapa kemampuan dan sikap yang harus dimiliki seorang petugas kantin sekolah.

- 1) Memiliki sikap yang bersahabat dan penyayang terhadap anak-anak.
- 2) Bekerja sama dengan guru mengenai program yang berkenaan dengan kesehatan.
- 3) Memiliki rasa tanggung jawab tinggi terhadap makanan yang akan dijual, sehingga ia merencanakan menu dengan gizi tinggi sesuai dengan kebutuhan siswa di sekolah.
- 4) Membuat laporan rutin kepada kepala sekolah terhadap proses pelaksanaan kantin sekolah, sehingga hasil laba dan keuangan kantin terkelola secara transparan.

c) Pelaksanaan

Pada tahap ini penataan sarana fisik yang baik akan sangat memengaruhi kecepatan pelayanan sehingga pada akhirnya akan sangat mempengaruhi kenyamanan dari para pelanggan, khususnya peserta didik. Luas kafetaria harus dapat menampung 25-35% atau , dari keseluruhan jumlah peserta didik pada suatu sekolah. Tata dapur diatur cermat, dimana antara dapur pembuatan makanan dipisahkan dari ruang makan,

sehingga menciptakan kenyamanan pada siswa ketika menyantap makanan karena terpisah dari suara gaduh dapur ketika mengelola makanan. Peletakan kipas angin bisa ditempatkan di ruang makan atau di ruang pelayanan makanan untuk memperlancar sirkulasi udara serta mengurangi debu.³²

Lokasi kantin sekolah sebaiknya agak jauh dari ruang belajar peserta didik, sehingga suara bising dan bau yang berasal dari kantin tidak terlalu mengganggu kenyamanan belajar mengajar di kelas. Disamping itu konstruksi kafetaria sendiri terdiri dari bahan kedap suara agar mengurangi kebisingan dari kafetaria tersebut.

d) Pengawasan

Pengajaran di kelas mengenai kebiasaan beretika makan dan standar keschatan harus dihubungkan dengan praktik atau latihan yang nyata dalam kafetaria sekolah. Sehingga kafetaria sekolah tersebut dapat memberikan peluang untuk mengembangkan pertumbuhan tingkah laku dan kebiasaan positif di kalangan peserta didik dan personel sekolah lain.

Pada tahap pengawasan terhadap kantin sekolah, kepala sekolah dapat mendelegasikan kewenangannya kepada manajer agar pengoperasian kantin sekolah lebih efisien. Namun demikian kepala sekolah tidak boleh menghindari tugas

³² Wildan Zulkarnain, *Manajemen Layanan Khusus di Sekolah*, 92.

supervisi yang menuntut pengecekan terhadap pelaksanaan kanin sekolah secara seksama. Jadi, kepala sekolah masih memiliki tanggung jawab penuh dalam mengelola program sekolah secara menyeluruh.

B. Perilaku Konsumtif Siswa

1. Konsep Dasar Perilaku Konsumtif Siswa

a) Pengertian Perilaku

Menurut Fishbein dan Aizen perilaku merupakan persamaan dari sikap. Adapun sikap itu selalu berhubungan dengan motivasi, sikap dan kepribadian seseorang. Sikap merupakan suatu perasaan yang bersifat positif maupun bersifat negatif atas kondisi mental seseorang yang selaly dipelajari, dikelola serta disiapkan berdasarkan pengalaman-pengalaman yang didapat seseorang sehingga memberikan pengaruh pada respon orang tersebut.³³

Sedangkan menurut Notoatmodjo secara biologis perilaku dapat diartikan sebagai aktivitas atau kegiatan dari organisme yang sifatnya kompleks, seperti perilaku dalam berpakaian, emosi, persepsi, motivasi, berbicara, dan lain-lain. Dalam Notoadjomo Stinner menjelaskan perilaku merupakan kegiatan respond dan reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar.³⁴ Perilaku dapat diidentifikasi sebagai segala manifestasi hayati dari dalam individu untuk melakukan interaksi dengan kondisi

³³ Setyowati, *Organisasi dan Kepemimpinan Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).

³⁴ Soekidjo Notoadmodjo, *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012).

lingkungan disekitarnya, baik dari perilaku yang tampak maupun perilaku yang tak tampak.³⁵

Perilaku berasal dari motivasi seseorang untuk memperoleh tujuan yang diinginkan. Perilaku pada dasarnya merupakan respon diri dalam lingkungan tertentu terhadap sesuatu. Tentunya banyak ahli yang mengungkapkan definisi dari perilaku itu sendiri, seperti yang telah dijelaskan diatas. Namun secara keseluruhan, pada intinya perilaku merupakan kegiatan dari hasil respond dan reaksi seseorang terhadap lingkungannya.

b) Bentuk-bentuk Perilaku

Sesuai yang dinyatakan Stinner, perilaku dipengaruhi oleh 2 faktor. Respon merupakan factor dari dalam diri seseorang, sedangkan stimulus merupakan factor dari luar diri seseorang. Dari penjelasan tersebut dapat dijelaskan bahwa perilaku dibagi menjadi 2 bentuk, yakni:

1) Perilaku tertutup (*covert behavior*)

Pada perilaku tertutup ini juga dapat disebut sebagai bentuk pasif dari perilaku, perilaku ini merupakan gambaran dari respon stimulus seseorang yang belum dapat diamati orang lain secara gamblang. Pada perilaku ini stimulus yang dihasilkan seperti pikiran, persepsi, perasaan, sikap dan pengetahuan masih terbatas.

³⁵ Oktaviana, *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Perilaku Bullying* (Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

- 2) Perilaku terbuka (*overt behavior*),

Pada perilaku terbuka ini respons terhadap stimulus tersebut telah jelas terlihat dalam bentuk tindakan atau praktik, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat orang lain.

c) Karakteristik Perilaku

Perilaku memiliki karakteristik atau ciri-ciri antara lain:

- 1) Perilaku merupakan perkataan atau perbuatan dari individu-individu atau kelompok-kelompok,
- 2) Perilaku memiliki lebih dari satu dimensi yang dapat diukur, seperti intensitas perilaku, lamanya perilaku (durasi), pengulangan atau frekuensi perilaku.
- 3) Perilaku diperoleh melalui observasi dimana perilaku diberikan penjelasan dan rekaman oleh diri sendiri, atau orang lain yang melihatnya,
- 4) Perilaku dapat mempengaruhi lingkungan, sebaliknya perilaku juga timbul sebab dipengaruhi oleh lingkungan (*lawful*),
- 5) Perilaku timbul akibat hanya dari satu penyebab (*course*) atau dapat timbul akibat lebih dari satu penyebab.³⁶

d) Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif berhubungan erat dengan pola perilaku dari konsumen. Sebelum mengetahui lebih dalam mengenai definisi konsumtif, supaya mengetahui apa makna dari konsumen

³⁶ Morissan, *Psikologi Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).13.

dan kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi sendiri merupakan kegiatan mengeluarkan, mengurangi, atau menghabiskan sesuatu barang/jasa dalam memenuhi kebutuhan, baik secara terus menerus maupun sekaligus menjadi satu. Sedangkan konsumen adalah pelaku konsumsi, dimana orang yang berusaha memenuhi kebutuhan dengan menggunakan barang dan jasa.

Perilaku Konsumtif adalah orang yang menjalankan kegiatan konsumsi secara berlebihan. Menurut From, seseorang dikatakan konsumtif jika orang tersebut menggunakan barang atau jasa berdasarkan pertimbangan status saja. Seseorang yang berperilaku konsumtif cenderung memiliki barang berdasarkan apa yang diinginkannya bukan berdasarkan kebutuhannya, dimana barang tersebut digunakan secara berlebihan dan tidak wajar untuk menunjukkan status dirinya. Kegiatan ini didorong semata-mata hanya untuk memenuhi hasrat kesenangan konsumen saja.³⁷

Menurut Jean P. Baudrillard, yaitu pada masyarakat yang konsumtif cenderung terjadi pembelian suatu produk bukan berdasarkan pada manfaatnya, tetapi pembelian produk berdasarkan nilai yang akan diberikan oleh produk tersebut. Hal ini

³⁷ Chandra Kartika Sari, "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Ngraho," *Jurnal Information Technology And Education* 2, no. 1 (Juli 2017): 18.

bertujuan agar mereka mendapatkan pengakuan secara social dari orang dan lingkungan sekitarnya.³⁸

Menurut Djamaludin Ancok perilaku konsumtif adalah merupakan dorongan dari diri individu itu sendiri, dimana individu melakukan kegiatan konsumsi tiada batas dan lebih mementingkan factor emosional daripada mementingkan factor rasional.³⁹

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, secara singkat perilaku konsumtif merupakan suatu keinginan konsumen dalam mengkonsumsi barang maupun jasa yang berlebihan dan sebenarnya tidak diperlukan dan cenderung hanya untuk mencapai kepuasan pribadi saja.

e) **Pengertian Siswa**

Siswa dapat juga disebut dengan peserta didik. Adapun pengertian siswa menurut ketentuan umum undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional merupakan anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.⁴⁰

³⁸ Regiana Astrid, Heri Sunaryanti, dan Heni Nopianti, "Perilaku Konsumtif Pelajar Sekolah Menengah Atas (Studi Kasus di Restoran Siap Saji Panties Pizza, Kota Bengkulu," *Jurnal Sosiologi Nusantara* 3, no. 1 (Juni 2018): 7.

³⁹ Ade Minanda, Suharty Roslan, dan Dewi Anggraini, "Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari," *Neo Societal* 3, no. 2 (Agustus 2018): 436.

⁴⁰ Republik Indonesia, *Undang-undang Republik Indonesia No 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen & Undang-undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 tentang sisdiknas* (Bandung: Permana, 2006).65.

Peserta didik juga dapat diartikan sebagai individu atau perorangan yang merupakan salah satu bagian dari input pendidikan yang ikut andil untuk menentukan keberhasilan proses pendidikan. Tanpa ada siswa maka proses belajar mengajar tidak akan terjadi.⁴¹ Sedangkan Oemar Hamalik menyatakan bahwa siswa adalah komponen masukan yang ada didalam sistem pendidikan, yang akan diproses sesuai dengan proses-proses pendidikan dan terlibat langsung dalam Kegiatan Belajar Mengajar (KBM),⁴² sehingga menjadi pribadi yang memiliki kualitas tinggi sehingga tujuan pendidikan Nasional tercapai.

Berdasarkan pengertian diatas, disimpulkan bahwa siswa atau peserta didik merupakan individu yang berhak menerima pembelajaran guna mengembangkan potensi sesuai dengan bakat, minat, kemampuan dari masing-masing siswa/peserta didik.

2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Terdapat 8 aspek perilaku konsumtif menurut Sumartono yang antara lain:

- a) membeli produk hanya berdasarkan untuk godaan hadiah. Pada aspek ini, konsumen membeli barang untuk hadiah yang akan mereka terima ketika mereka membeli produknya.
- b) Membeli produk hanya berdasarkan kemasan yang menarik.

Konsumen mudah terbuju dalam membeli produk hanya

⁴¹ Hasbullah, *Otonomi Pendidikan* (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2010).121.

⁴² Dani Firmansyah, "Pengaruh Strategi Pembelajaran dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Matematika," *Jurnal Pendidikan Unsika* 3, no. 1 (Maret 2015): 35.

berdasarkan produk yang dikemas dengan rapi dan memiliki warna yang menarik.

- c) Membeli hanya berdasarkan untuk menjaga penampilan diri dan memperbesar rasa gengsi. Pada aspek ini konsumen cenderung menggunakan uang yang banyak untuk menjaga penampilan konsumen.
- d) Membeli hanya berdasarkan pertimbangan harga. Aspek ini melihat sisi konsumen yang cenderung memiliki sifat hedonism, dimana konsumen membeli produk yang dianggap paling mewah dan bermerk.
- e) Membeli hanya berdasarkan simbol status dari suatu produk. Pada aspek ini, konsumen mempunyai daya beli tinggi pada suatu produk yang memberikan simbol status pada konsumen, sehingga konsumen dianggap keren oleh orang lain.
- f) Membeli produk hanya berdasarkan konformitas dari model iklan dari suatu produk. Pada aspek ini, konsumen cenderung meniru idola dan mencoba memakai produk yang ditawarkan sang idola.
- g) Membeli produk hanya berdasarkan menjaga reputasi yang dimiliki. Dimana konsumen menjaga reputasi dengan membeli harga barang tinggi sehingga meningkatkan kepercayaan dirinya.

- h) Membeli produk sejenis dengan merek yang berbeda-beda walaupun produknya masih belum habis dipakai.⁴³

Sedangkan Sembiring menjelaskan ciri-ciri dari orang yang berperilaku konsumtif, yaitu:

- a) Membeli produk yang tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan hanya melihat nilai (*prestige*) yang melekat dari produk yang dibeli,
- b) Berlebihan dalam mengonsumsi barang dan jasa,
- c) Mementingkan keinginan daripada kebutuhan dari konsumen,
- d) Konsumen tidak memiliki skala prioritas.⁴⁴

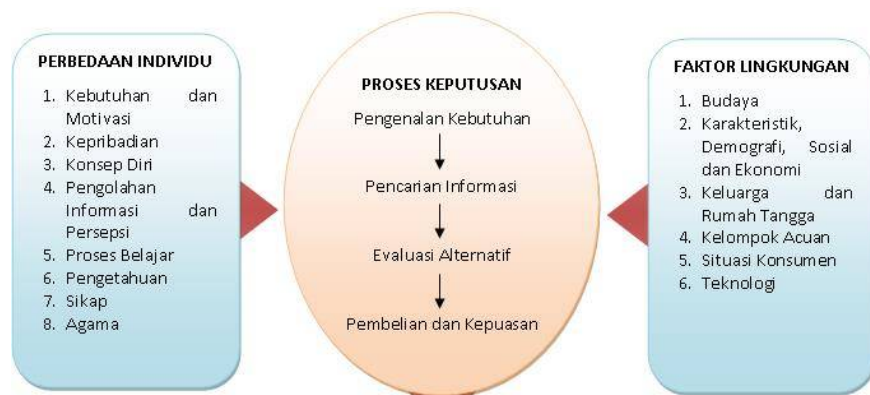
3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif sangat berhubungan erat dengan keputusan konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa. Sedangkan keputusan konsumen tersebut sangat dipengaruhi oleh tiga factor utama, yaitu: strategi pemasaran, perbedaan individu (factor internal), dan perbedaan lingkungan (factor eksternal).⁴⁵

⁴³ Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013," *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 9, no. 2 (Oktober 2016): 147–148.

⁴⁴ Yasin'ta Aulia Nurachma dan Sandy Arief, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016," *Economic Education Analysis Journal* 6, no. 2 (Juni 2017): 492.

⁴⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011). 10.



Gambar 2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

a) Factor Eksternal

1) Budaya (*Culture*)

Budaya merupakan symbol atau pemikiran atau nilai yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang. Dalam berperilaku ada batasan yang diciptakan oleh budaya, batasan ini biasa disebut dengan norma.⁴⁶ Suatu nilai-nilai dapat dianggap menjadi budaya jika sebagian besar masyarakat mempunyai pemahaman yang sama terhadap nilai tersebut.

Budaya merupakan nilai dari norma dan symbol dari kepercayaan disuatu masyarakat. Norma sendiri dibagi menjadi dua jenis, yaitu: norma yang disepakati berdasarkan aturan pemerintah (peraturan perundang-undangan) dan norma yang

⁴⁶ Sumarto, "Budaya, Pemahaman dan Penerapannya (Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi)," *Jurnal Literasiologi* 1, no. 2 (Desember 2019): 148.

ada pada suatu budaya dan sangat mudah difahami oleh orang yang memiliki budaya yang sama.⁴⁷

Budaya sebagai pola hidup orang yang secara otomatis berpindah dari generasi lama ke generasi berikutnya secara turun temurun melalui berbagai proses pembelajaran dalam betahan hidup sesuai dengan lingkungan masing-masing. sehingga membentuk kebiasaan-kebiasaan. Kebiasaan ini akan membentuk sub-budaya di masyarakat.

2) Demografi (*Demography*), Sub-Budaya (*Sub-Culture*), Status Social (*Social Status*), dan Ekonomi (*Economic*)

Budaya pada masyarakat sangat luas sehingga bisa dibagi dalam beberapa bagian yang lebih kecil. Bagian ini disebut sebagai subkultur atau sub budaya. Subbudaya sendiri berhubungan erat dengan status demografi dari konsumen.

Beberapa karakteristik dari demografi digunakan sebagai pembentukan kelompok subbudaya. Berikut penggambaran dan penjelasan dari karakteristik demografi dan subbudaya:

⁴⁷ Sherly Pangestika dan Klemens Wedanaji Prasastyo, "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kotrol Perilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen di DKI Jakarta," *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 19, no. 1 (November 2017): 252.

Tabel 2.1 Hubungan Karakteristik Demografi dengan Subbudaya di Indonesia

No.	Karakteristik Demografi	Contoh Subbudaya
1.	Usia	Anak-anak, Remaja, Dewasa Awal, Dewasa Lanjut, Lansia
2.	Suku Bangsa	Sunda, Jawa, Bali, Batak, Melayu, Dayak, Minahasa, Bugis
3.	Warga Indonesia Keturunan	Pribumi, Tionghoa, India, Arab
4.	Pendapatan	Miskin, Menengah, Kaya
5.	Jenis Kelamin	Laki-laki, Wanita
6.	Status Pernikahan	Lajang, Menikah, Janda, Duda
7.	Jenis Keluarga	Orang Tua Tunggal, Orang Tua Lengkap, Keluarga dengan satu anak
8.	Pekerjaan	Dosen, Guru, Buruh, Karyawan, Dokter, Akuntan, Montir, Pengacara
9.	Lokasi Geografi	Jawa, Luar Jawa, Kota, Desa
10.	Jenis Rumah Tangga	Rumah Tangga Keluarga, Bukan Rumah Tangga Keluarga (tinggal sendirian, tinggal bersama teman, diasrama)
11.	Kelas Sosial	Kelas Atas, Kelas Menengah, Kelas Bawah

(1) Usia

Perbedaan usia menyebabkan perbedaan pada kebutuhan dan selera, hal ini menyebabkan terjadinya perbedaan pula pada aspek konsumsi barang dan jasa.⁴⁸

Perilaku konsumsi antar usia tentunya berbeda-beda tergantung karakteristik dari setiap usia.

(2) Pendapatan

Pendapatan adalah imbalan yang umumnya berupa uang yang dan diterima oleh seseorang yang telah mencari nafkah dari suatu pekerjaan tertentu ⁴⁹

Pendapatan juga dapat diartikan sebagai sumber daya

⁴⁸ Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011). 49.

⁴⁹ Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. 257.

material yang digunakan konsumen untuk membiayai seluruh kegiatan konsumsi yang dilakukan. Adapun jumlah pendapatan yang dihasilkan masing-masing konsumen menentukan daya beli seorang konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap orang berbeda penghasilannya maka berbeda pula perilaku konsumsinya dan gaya hidupnya.

(3) Jenis Kelamin

Pola konsumsi laki-laki cenderung menguasai atau mendominasi dan memberi kekuatan atau kekuasaan pada orang lain dan ingin membedakan dirinya dengan orang lain bahkan laki-laki sering kali membuat agresif kepada orang lain. Namun pola konsumsi pada perempuan merupakan kebalikan dari pola konsumsi dari laki-laki. Secara kontras, perempuan cenderung menilai kepemilikan yang bisa meningkatkan hubungan sosial dan personal kebanyakan perempuan atau wanita lebih memilih *sharing* atau berbagi daripada *selfishness* dan lebih memilih bekerjasama daripada mendominasi.⁵⁰

⁵⁰ Simson Hutagalung dan Mirwan Sirya Perdhana, "Pengaruh Karakteristik Demografis (Usia, Gender, Pendidikan), Masa Kerja Dan Kepuasan Gaji Terhadap Komitmen Afektif) (Studi Pada Tenaga Paramedik Non-PNS RSUD Kota Semarang)," *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* 13, no. 1 (Desember 2016): 172.

(4) Pendidikan dan Pekerjaan

Pendidikan cenderung menentukan pada jenis pekerjaan yang dimiliki konsumen. Beberapa pekerjaan memiliki syarat pendidikan minimal agar bisa bekerja sebagai profesi tersebut. Contohnya adalah dokter, pengacara, akuntan dll.⁵¹

Profesi yang digeluti seseorang juga sangat mempengaruhi jumlah pendapatan. Pendidikan juga sangat mempengaruhi konsumen dalam proses membuat keputusan dan mempengaruhi pada pola konsumsi seseorang, nilai yang dianut, cara berpikir, cara pandang, dan persepsi terhadap masalah. Tingkat pendidikan yang berbeda-beda juga dapat menyebabkan selera konsumen yang berbeda-beda.

(5) Lokasi Geografis

Tempat tinggal konsumen merupakan lingkungan sehari-hari konsumen berada, hal ini menjadi pengaruh yang sangat kuat bagi konsumen membeli produk dan jasa. Dengan adanya subbudaya letak geografis ini maka tidak mengherankan kalau suatu produk bisa

⁵¹ Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*.255.

sangat laku di lokasi tertentu dan kurang laku di lokasi lain.⁵²

(6) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan perbedaan strata atau tingkat kelas yang beredar dikalangan masyarakat. Perbedaan kelas atau strata biasanya berdasarkan tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, perbedaan gaya hidup, atau nilai yang dianut.⁵³ Konsumen yang berada pada strata yang setingkat cenderung sama dalam berperilaku konsumsi.

3) Keluarga (*Family*)

Keluarga adalah lingkungan pertama atau lingkungan mikro/kecil bagi seorang konsumen, dimana lingkungan ini merupakan lingkungan yang paling dekat dengan konsumen.

Keluarga dapat mempengaruhi satu sama lain dalam hal pengambilan keputusan untuk pembelian suatu produk atau jasa.

4) Kelompok Acuan (*Reference Group*)

Kelompok-kelompok kecil dalam kehidupan manusia juga dapat mempengaruhi cara berperilaku khususnya dalam perilaku konsumsi. Kelompok acuan ini dibagi menjadi

⁵² Sumarwan.255.

⁵³ Ilham dan Hermawati, "Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian Di Desa Lagego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur," *Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 1 (April 2018): 18–19.

beberapa macam, dimana ada kelompok besar dan kelompok sekunder. Kelompok besar cenderung berinteraksi secara informal dan reguler, contohnya seperti keluarga, teman sebaya, kolega, tetangga, dll. Sedangkan kelompok sekunder merupakan kelompok yang cenderung berinteraksi secara formal dan terkadang kurang teratur, contohnya adalah kelompok keagamaan, kelompok profesi dan serikat pekerja.

Kelompok acuan atau referensi ini bertujuan untuk titik acuan seseorang dalam membentuk sikap dan perilaku baik secara langsung atau tatap muka atau secara tidak langsung. Kebanyakan orang sering mendapatkan referensi atau acuan dari kelompok acuannya, bukan dari kelompoknya sendiri.

5) Situasi konsumen (*Consumer Situation*)

Menurut kedekatannya dengan konsumen, lingkungan konsumsi dapat dibedakan menjadi lingkungan makro dan lingkungan mikro. Adapun pengertian dari lingkungan mikro adalah dimana konsumen sangat dekat pada lingkungan makro ini sehingga konsumen berkomunikasi langsung dengan lingkungan. Oleh karena itu lingkungan ini dapat secara langsung mempengaruhi sikap dan perilaku kognitif konsumen. Sedangkan Lingkungan makro merupakan lingkungan yang sifatnya jauh dari konsumen, lingkungan ini bersifat universal dan luas, contohnya adalah system politik dan hukum, kondisi

ekonomi, dll. Oleh karena itu, lingkungan makro berdampak pada masyarakat luas, tidak hanya konsumen individu saja.⁵⁴

6) **Teknologi (*Technology*)**

Teknologi memiliki dampak yang signifikan terhadap pola perilaku dari konsumen. Pesatnya perkembangan teknologi menyebabkan meningkatnya kebutuhan teknologi di kalangan masyarakat. Dalam sektor telekomunikasi, khususnya teknologi Internet dan telepon seluler, telah memberikan dampak yang besar terhadap perkembangan sistem pembayaran. Sistem pembayaran yang umum digunakan saat ini adalah *e-money* (*electronic-money*) melalui *internet banking* dan *mobile banking*.⁵⁵

Pengaruh perkembangan teknologi ini mengubah perkembangan pola mata uang. Mata uang berubah dengan sangat cepat, baik itu mata uang kertas maupun mata uang logam dan mata uang elektronik. Perkembangan uang dari pembayaran tunai ke pembayaran elektronik tanpa uang tunai adalah buktinya. Perkembangan sistem pembayaran dipengaruhi oleh peningkatan volume dan nilai transaksi, peningkatan risiko, kompleksitas transaksi, dan perkembangan teknologi. Uang elektronik merupakan salah satu alternatif alat

⁵⁴ Gogi Kurniawan, *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui E-Commerce* (Jakarta: Mitra Abisatya, 2020).43.

⁵⁵ Fransisca dan Tommy Suyasa, "Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran," *Jurnal Phronesis* 7, no. 2 (Desember 2015): 177.

pembayaran non tunai, khususnya untuk pembayaran mikro di bidang perdagangan dan ritel.⁵⁶

b) Factor Internal

1) Kebutuhan dan Motivasi (*Needs and Motivation*)

Motivasi muncul disebabkan oleh munculnya kebutuhan konsumen. Kebutuhan sendiri muncul disebabkan oleh rasa ketidaknyamanan konsumen, ketidaknyamanan tersebut yang mendorong konsumen untuk bertindak memenuhi kebutuhannya agar dirinya merasa nyaman. Inilah yang disebut dengan motivasi, dimana motivasi merupakan daya dorong seorang konsumen yang muncul untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan membeli dan menggunakan barang dan jasa.⁵⁷

Selain itu, Abraham Maslow pernah menyatakan dalam konsep kebutuhan yang dikenal dengan *maslow's hierarchy of needs* atau hirarki kebutuhan maslow, dalam konsep hirarki tersebut disimpulkan bahwa perilaku manusia didasarkan oleh tingkat kebutuhan setiap jenjang kebutuhan dasar. Terhadap lima jenjang atau tingkatan kebutuhan dasar, yaitu: kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan rasa

⁵⁶ Farida Rohmah, "Perkembangan Uang Elektronik pada Perdagangan di Indonesia," *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 6, no. 1 (Juni 2018): 3.

⁵⁷ Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*.

memiliki dan kasih sayang, kebutuhan akan penghargaan, dan kebutuhan akan aktualisasi diri.⁵⁸



Gambar 2.2 Hirarki Kebutuhan Maslow

Perilaku konsumsi manusia terbentuk sesuai dengan adanya kebutuhan. Contoh paling mendasar ialah pada jenjang pertama, kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan paling mendasar yang dimiliki manusia. Kebutuhan ini guna mempertahankan kehidupan individu secara fisiologis (fisik)/biologis. Contoh kebutuhan ini adalah makanan dan minuman, individu yang merasa lapar akan termotivasi untuk mencari makanan sehingga terbentuklah pola perilaku individu dalam makan dan minum.⁵⁹

2) Kepribadian (*Personality*)

Kepribadian manusia tidak ada yang sama persis, masing-masing memiliki karakteristik yang unik dan selalu berbeda

⁵⁸ Aruma dan Enwuvesi, "Abraham Maslow's Hierarchy Of Needs And Assesment of Needs In Community Development."

⁵⁹ Irwan, *Etika dan Perilaku Kesehatan* (Yogyakarta: CV Absolute Media, 2017).

satu sama lain. Kepribadian berkaitan dengan adanya perbedaan karakteristik yang paling dalam pada diri (*inner psychological characteristic*) manusia, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu. Kepribadian bersifat konsistensi dan berlangsung lama namun bukan berarti kepribadian juga tidak dapat berubah. Situasi dan kondisi dapat mengubah kepribadian seseorang.⁶⁰

Kepribadian konsumen berpengaruh dalam perilakunya dalam mengonsumsi barang, karena konsumen cenderung membeli barang yang sesuai dengan kepribadiannya. Kepribadian bersifat konsisten, namun pola konsumsinya mungkin beragam. Hal ini disebabkan pola konsumsi bukan hanya dipengaruhi oleh kepribadian, juga faktor lain seperti sikap, motivasi, sosial budaya, dll.⁶¹

3) Konsep Diri (*self concept*)

Konsep diri merupakan gambaran bagaimana sikap orang tersebut terhadap dirinya. Konsep diri ini berkaitan erat dengan kepribadian seseorang dan persepsi seseorang terhadap dirinya. Seorang konsumen terkadang melihat dirinya memiliki fisik yang kurang ideal dan lemah, sehingga konsumen tersebut

⁶⁰ Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*.41

⁶¹ Maemunah dan Dedi Rianto Rahadi, "Analisis Perilaku Konsumen Berdasarkan Tipe Kepribadian Pada Bisnis Online Selama Pandemi," *Jurnal Manajemen dan Profesional* 1, no. 1 (Desember 2020): 16.

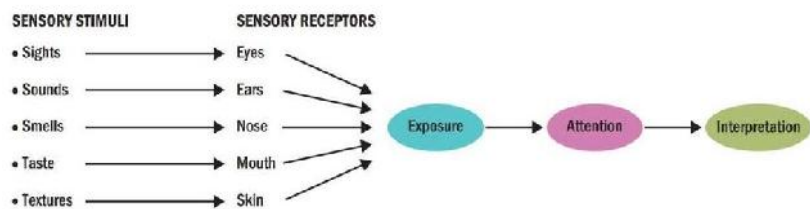
ingin melihat orang lain memiliki fisik ideal dan sehat. Maka konsumen tersebut hanya akan membeli makanan yang bergizi dan menyehatkan.

Konsep diri dengan kegiatan konsumsialing berterkaitan. Konsumen senantiasa membeli barang dan jasa yang sesuai dengan konsep diri yang ada pada konsumen tersebut. Proses pembelian yang sesuai dengan konsep diri ini Proses keputusan konsumen untuk membeli produk yang sesuai dengan konsep dirinya dilandasi oleh proses berpikir kognitif.⁶²

4) Pengolahan Informasi dan Persepsi (*Information Processing and Perception*)

Pengolahan informasi pada manusia terjadi ketika salah satu dari panca indra manusia digunakan. Panca indra ini akan menerima input yang berbentuk stimulus. Stimulus tersebut biasanya berupa nama merek, nama produsen, iklan, dll.

Terdapat lima tahapan pengelolaan informasi, yaitu:



Gambar 2.3 Proses Pengolahan Informasi

⁶² Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*.

(1) *Exposure* (Pemaparan) merupakan proses pemaparan informasi yang diberikan oleh produsen kepada konsumen. Pada tahap ini konsumen sepenuhnya membutuhkan bantuan panca indra untuk mengelola stimulus yang diberikan.

(2) *Attention* (Perhatian), Tidak kesemuanya informasi yang diterima panca indra mendapatkan perhatian dari konsumen. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan konsumen dalam menangkap informasi yang diberikan produsen kepada konsumen. Informasi yang menarik dan mudah difahami konsumen adalah stimulus yang paling banyak mendapatkan perhatian konsumen.

(3) *Comprehension* (Pemahaman), tahap pemahaman merupakan tahap pengelolaan informasi. Pada tahap ini konsumen melakukan usaha untuk mengartikan dan menginterpretasikan informasi yang didapat suna memperoleh makna yang menyeluruh dari informasi yang didapat.

(4) *Acceptance* (Penerimaan), tahap ini merupakan tahap keempat dari pengelolaan informasi. Pada tahap ini konsumen telah mengambil kesimpulan dari tahap pemahaman. Hasil dari penerimaan ini dapat juga

disebut sebagai persepsi. Persepsi konsumen ini dapat berupa persepsi konsumen terhadap produk, persepsi terhadap produsen, persepsi terhadap harga, dll.

(5) *Retention* (Retensi), tahap terakhir dalam penerimaan informasi konsumen adalah retensi. Pada tahap ini terdapat proses perpindahan informasi ke memori jangka panjang konsumen (*longterm memory*). Penyimpanan ini akan digunakan kembali jika suatu saat konsumen membutuhkan informasi itu.⁶³

5) **Agama (*Religious*)**

Agama adalah salah satu karakteristik demografis yang paling penting. Setiap agama menyajikan ajaran yang sangat mempengaruhi sikap dan perilaku konsumtif pemeluknya. Setiap agama memiliki aturan dan aturan tersendiri dimana agama merupakan salah satu hal yang mempengaruhi perilaku konsumtif di Indonesia.⁶⁴

Misalnya adalah agama Islam, Islam adalah agama yang dianut oleh sebagian besar penduduk Indonesia. Islam mengajarkan kita untuk mengakui keberadaan Allah, mendirikan shalat, puasa Ramadhan, membayar zakat, dan haji jika mampu.

⁶³ Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*.163-166.

⁶⁴ Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. 201.

Prinsip-prinsip dasar ajaran Islam mempengaruhi cara umat Islam berperilaku sebagai konsumen. Misalnya, dengan adanya perintah salat lima waktu sehari memungkinkan konsumen mengalokasikan waktu untuk menunaikan salat tersebut. Kewajiban salat ini berdampak pada penyediaan sarana peribadatan, penyediaan atau pembangunan gedung-gedung khusus atau ruangan-ruangan khusus untuk salat di berbagai gedung dan perkantoran, serta di pusat-pusat pembelajaran dan ruang publik lainnya.

6) Pengetahuan konsumen (*Knowledge*)

Pengetahuan konsumen merupakan sekumpulan informasi dari yang disimpan oleh konsumen mengenai seluruh produk barang atau jasa yang pernah atau belum pernah dikonsumsi. Pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan penggunaan.

Pengetahuan produk mencakup kategori produk, merek, atribut, fitur produk, harga produk, dan banyak lagi. Membeli pengetahuan dalam kaitannya dengan pengetahuan tentang toko, lokasi produk, dan positioning produk. Sedangkan pengetahuan penggunaan adalah pengetahuan konsumen tentang bagaimana produk akan digunakan.

7) Pembelajaran Konsumen (*Learning*)

Pembelajaran konsumen merupakan istilah yang dipergunakan untuk menguraikan proses dengan mana memori dan perilaku diubah sebagai suatu hasil dari proses informasi secara sadar atau tidak sadar. Pembelajaran penting bagi proses konsumsi, karena perilaku konsumen merupakan perilaku hasil pembelajaran. Seorang konsumen memperoleh besarnya sikap, nilai, rasa, perilaku, preferensi, dll melalui pembelajaran. Budaya dan kelas sosial melalui institusi seperti sekolahan, organisasi, keagamaan, keluarga, kawan, media masa, menyediakan pengalaman pembelajaran yang mempengaruhi gaya hidup yang orang cari dan mempengaruhi produk yang mereka konsumsi.

Proses pembelajaran dibagi menjadi dua jenis, yaitu proses belajar kognitif dan proses belajar perilaku. Proses pembelajaran secara kognitif merupakan proses belajar yang memiliki karakteristik perbedaan perubahan pengetahuan dari mental konsumen dalam menggali informasi. Proses belajar kognitif biasanya lebih fokus dalam hal pengiriman dan penyimpanan informasi pada memori jangka panjang konsumen. Sedangkan proses belajar perilaku merupakan kegiatan pembelajaran konsumen yang fokus pada lingkungan atau stimulus luar. Pada proses belajar ini, konsumen akan

dipengaruhi oleh pengalaman yang ia dapat dari lingkungan dan biasanya relative permanen.

8) Sikap Konsumen (*Attitude*)

Sikap konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dan berkaitan erat dengan pengertian keyakinan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen terhadap suatu objek, suka atau tidak suka, dan sikap juga dapat mewakili kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari suatu objek.

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen tentang atribut dan manfaat suatu benda. Beberapa ciri-ciri sikap adalah: (1) Sikap memilih objek (2) Konsistensi sikap (3) Sikap bisa positif, negatif dan netral (4) Sikap dapat dibedakan berdasarkan kekuatannya (5) Sikap resistensi (6)) Sikap ketekunan (7) Sikap keyakinan dan (8) Sikap dan situasi.⁶⁵

C. Pengaruh Manajemen *E- Canteen* Sekolah terhadap Perilaku Konsumtif Siswa

Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) biasanya memiliki kisaran usia 16-19 tahun. Pada tahap ini siswa SMA berada tahap perkembangan remaja dimana masa remaja adalah masa transisi atau perpindahan antara masa kanak-kanak menuju masa dewasa sehingga terjadi perubahan besar

⁶⁵ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018). 104.

pada kondisi fisik, kognitif dan psikososial.⁶⁶ Oleh karena itu siswa SMA cenderung berpendapat dan berfikir sesuai dengan penilaian pribadi dan menganggap pandangan orang lain sama sesuai dengan dirinya.

Pola perilaku konsumsi yang dilakukan anak muda memang cenderung berperilaku konsumtif, hal ini disebabkan oleh karakteristik remaja sendiri. Remaja merupakan konsumen yang selalu *up to date*, mudah tertarik, dan atraktif. Banyak remaja yang berani tampil dengan percaya diri, cerdas, kritis, sehingga dalam melakukan kegiatan konsumsi, remaja cenderung mengedepankan keinginan daripada kebutuhan (*want > needs*).⁶⁷

Masa remaja adalah waktu ketika perilaku seseorang lebih sensitif terhadap perubahan di lingkungan mereka dan informasi yang mereka terima. Hal ini membuat lebih mudah bagi mereka yang akan terpengaruh oleh hal-hal yang datang dari dalam maupun dari luar. Pada masa remaja, pengambilan keputusan cenderung lebih cepat dan lebih sulit untuk mengontrol diri sendiri, terlepas dari hasil yang anda dapatkan. Oleh karena itu, pergaulan remaja memiliki pengaruh yang besar pada pembentukan remaja sikap dan sifat. Definisi masa remaja, masa transisi menuju kemerdekaan. Remaja yang perilaku konsumsi adalah suatu kegiatan atau aktivitas terkait untuk mengkonsumsi suatu produk. Remaja menghabiskan lebih banyak waktu dengan teman-teman mereka dan

⁶⁶ Nathanael Sitanggang dan Abdul Hasan Saragih, "Studi Karakter Siswa SLTA di Kota Medan," *Jurnal Teknologi Pendidikan* 6, no. 2 (Oktober 2013): 188.

⁶⁷ Puspita Nilawati Sipunga, "Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapat Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang," *Journal of Social and Industrial Psychology* 3, no. 1 (Oktober 2014): 56.

teman-teman bermain. Remaja memiliki perilaku makan yang memerlukan perhatian khusus, karena masa remaja merupakan masa pertumbuhan yang cepat dan perkembangan zaman.

Usia remaja merupakan usia yang cenderung memiliki karakteristik khusus dalam pertemanan. Anak muda cenderung fokus pada hubungan pertemanan. Pada usia muda, para remaja juga cenderung tidak memiliki beban dan tanggung jawab yang besar dalam hal mencukupi kebutuhan hidupnya, biasanya mereka mengandalkan uang saku yang diberikan orang tua setiap harinya. Dengan uang saku tersebut, remaja mendapat kesempatan untuk jajan/makan diluar rumah sesuai apa yang diinginkannya dan cenderung tidak memperhatikan makanana yang dikonsuminya.

Perilaku diatas dikarenakan pada usia remaja biasanya dipengaruhi oleh apa yang sudah dia lihat, dia dengar, dan dia terima, begitu halnya dengan perilaku konsumsi pada remaja. Usia remaja merupakan masa paling labil dan masa yang paling mudah dipengaruhi sehingga remaja cenderung mudah terpengaruh dalam mengkonsumsi makanan/minuman.

Siswa SMA menghabiskan waktu seharian disekolah dengan hampir 7-8 jam siswa SMA berada dilingkungan sekolah, selain itu, pada rentang usia tersebut banyak aktivitas fisik yang dilakukan. Hal ini menjadikan siswa membutuhkan energi yang cukup besar agar bertahan disekolah. Kebutuhan energi siswa disekolah dapat diperoleh dari

makanan yang berasal dari rumah atau makanan jajanan yang dibeli anak-anak waktu berada disekolah.

Tersedianya kantin yang berada didalam sekolah menjadikan siswa mudah menjangkau kebutuhan pangannya. Selain tersedianya kantin, beberapa sekolah menyediakan layanan khusus *e-canteen* bagi siswanya agar mempermudah proses jual beli dikantin. Munculnya system transaksi pembayaran dengan uang elektronik membuat siswa dimudahkan. Hal ini dikarenakan penggunaan uang elektronik sebagai transaksi belanja menjadi lebih efisien, cepat, aman, dan nyaman. Adanya penggunaan uang elektronik oleh siswa dapat memengaruhi perilaku siswa menjadi lebih konsumtif.⁶⁸

Perilaku konsumtif siswa SMA merupakan hasil dari kegiatan konsumsi siswa yang berlebihan disekolah, factor utama yang mempengaruhi ialah usia mereka yang masih pada tahap pendewasaan, selain itu tersedianya kemudahan yang ditawarkan oleh *e-canteen* menjadikan siswa mudah untuk menjajakan uang saku mereka dikantin sekolah. Sehingga dapat diketahui terdapat pengaruh antara manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa di sekolah.

⁶⁸ Mauludin dan Johan, "Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Uniersitas Inraprasta PGRI." 114.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Rancangan Penelitian

Penelitian Pengaruh Manajemen *E-Canteen* Sekolah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mengumpulkan data-data berupa angka, atau data yang berupa kata dan kalimat yang akan dirubah menjadi data yang berupa angka. Data yang berupa angka-angka tersebut kemudian dikelola dan dianalisis sehingga menjadi informasi secara ilmiah.⁶⁹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei. Pemilihan pendekatan kuantitatif ini didasarkan pada bahwa peneliti ingin menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan apa yang ingin diketahui, yakni pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa. Adapun metode survei penelitian ini akan memperoleh informasi tentang penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif tentang sejumlah siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

Penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel objek penelitian lebih bersifat sebab akibat. Sehingga dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel independen atau variabel bebas dan variabel

⁶⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010) , 20.

dependen atau variable terikat.⁷⁰ Adapun variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah manajemen *e-canteen* sekolah dan variable terikat (Y) penelitian ini adalah perilaku konsumtif siswa.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti untuk pengambilan data.⁷¹ Lokasi penelitian ini berada di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik, dengan alamat lengkap Jl. Raya Sembung, Desa Sembung, Kecamatan Wringinanom, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. Peneliti mengambil penelitian di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik dikarenakan SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik sudah menjalankan program *e-canteen* sejak 2019 dan masih menjadi satu-satunya sekolah yang menjalankan program *e-canteen* di daerah Gresik.

C. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variable Penelitian

Penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel objek penelitian lebih bersifat sebab akibat. Sehingga dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variable independen atau variable bebas dan variable dependen atau variable terikat.⁷² Adapun variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah manajemen *e-canteen* sekolah dan variable terikat (Y) penelitian ini adalah perilaku konsumtif siswa

⁷⁰ Rafika Ulfa, "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan," *Jurnal Pendidikan dan Keislaman* 1, no. 1 (April 2021): 346.

⁷¹ Adelina Hasyim, *Metode Penelitian dan Pengembangan di Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 21.

⁷² Rafika Ulfa, "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan," *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, Vol 1, No. 1 (April 2021): 346.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional mengenai pengertian dari variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan definisi operasional sebagai berikut:

a. Manajemen *E-canteen* Sekolah

Menurut Akhmad Fatah *e-canteen* merupakan singkatan dari *electronic canteen* (Elektronik Kantin), terdiri dari dua kata yaitu elektronik dan kantin. Elektronik sendiri merupakan suatu perangkat yang diciptakan dan dikelola berdasarkan prinsip kerja elektronika. Sedangkan kantin merupakan ruangan atau tempat digunakan pengunjung khusus untuk mendapatkan makanan ataupun minuman.⁷³

E-canteen juga dapat diartikan sebagai tempat tetap yang digunakan untuk makan dan minum yang menggunakan aplikasi berbasis informasi elektronik yang dapat diakses secara *online* dengan tampilan berupa daftar kantin, spesifikasi teknis, jenis, daftar makanan, hingga harga makanan yang dijual. *E-canteen* dapat dijadikan inovasi bagi kemajuan manajemen layanan khusus bagi siswa sekaligus menyesuaikan dengan tuntutan perkembangan zaman.

Tujuan adanya *e-canteen* ini adalah untuk memudahkan seluruh warga sekolah baik itu siswa, guru, dan penjual dalam

⁷³ Akhmad Fatah Rusdi dan Agus Nursikuwagus, "E-Kantin UNIKOM Sebagai Layanan Pemesanan Berbasis WEB" (Bandung, Universitas Komputer Indonesia, 2019), 23.

transaksi jual beli di kantin sekolah. lebih spesifiknya adalah, dengan adanya *e-canteen* ini maka warga sekolah dapat lebih mudah melakukan pemesanan makanan atau minuman, siswa tidak perlu berdesak-desakan untuk memesan makanan dan dapat mengantisipasi siswa yang tidak membayar atau kurang kembalian oleh penjual ketika sedang melakukan transaksi di kantin.

Dengan adanya *e-canteen* ini juga memudahkan siswa untuk membayar, siswa tidak perlu repot mengatur pengeluaran, karena siswa dapat menyesuaikan besar kecilnya pengeluaran uang jajan mereka. *E-canteen* ini sangat bagus untuk siswa yang memiliki banyak tugas yang tidak memiliki waktu lama, sehingga tidak sempat bisa pergi ke kantin. Selain itu dengan adanya *e-canteen* ini dapat mengurangi penggunaan uang kertas atau *cash less* untuk setiap proses transaksi jual beli di kantin, sehingga penyusunan laporan yang dibutuhkan sangat mudah dan praktis.⁷⁴

Dalam hal ini, *perceived ease of use* (kemudahan) merupakan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah. Kemudahan *system e-canteen* merupakan kemudahan yang ditawarkan oleh penggunaan uang elektronik. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *perceived easy*

⁷⁴ Adityo Cahyo Nugroho, Gusti Rahana Putra, dan Desti Fitriati, "Implementasi e-Kantin di Fakultas Teknik Universitas Pancasila," *Semnati* 2, no. 1 (Juli 2019): 301–6.

to use ini adalah mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, serta mudah digunakan.

Keempat indikator kemudahan penggunaan menurut Davis tersebut apabila ditarik korelasinya dengan penggunaan uang elektronik dapat dijelaskan sebagai berikut.

5) Mudah dipelajari

Pemahaman uang elektronik dapat diperoleh dari agen layanan keuangan digital maupun akses pribadi melalui telepon genggam. Dengan demikian, uang elektronik sangatlah mudah dimengerti dan dapat digunakan sesuai kebutuhan para penggunanya

6) Fleksibel

Fleksibel memiliki arti luwes, mudah, dan cepat menyesuaikan diri. Uang elektronik dapat digunakan pada merchant yang sudah bekerjasama dengan bank, pengaplikasiannya sudah banyak berkaitan dengan transportasi, parkir, tol, fast food, dan sebagainya yang mudah dijangkau oleh para penggunanya. Di samping itu pengisian ulang saldo uang elektronik dapat mudah dilakukan melalui bank, ATM, mobile banking ataupun pada minimarket tertentu. Dengan demikian, penggunaan uang elektronik dapat dilakukan dimana dan kapanpun sehingga dapat disesuaikan dengan penggunanya.

7) Dapat mengontrol pekerjaan

Penggunaan uang elektronik mengandung nilai praktis hanya dengan dua syarat, yakni adanya saldo dalam uang elektronik dan mesin untuk bertransaksi. Dengan demikian, uang elektronik dapat membantu mempercepat pekerja penggunaannya dan transaksi yang dilakukan.

8) Mudah digunakan

Uang elektronik merupakan alternatif instrumen pembayaran. Apabila seseorang ingin menggunakan uang elektronik, maka hanya harus memastikan uang elektronik tersebut memiliki saldo yang cukup. Cara penggunaannya pun mudah hanya dengan menempelkan (tap) kartu ke mesin Electronic Data Capture (EDC) bagi uang elektronik berbasis chip dan mengatur layanan sesuai yang diinginkan bagi uang elektronik berbasis server.

b. Perilaku Konsumtif Siswa

Perilaku konsumtif berhubungan erat dengan pola perilaku dari konsumen. Sebelum mengetahui lebih dalam mengenai definisi konsumtif, supaya mengetahui apa makna dari konsumen dan kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi sendiri merupakan kegiatan mengeluarkan, mengurangi, atau menghabiskan sesuatu barang/jasa dalam memenuhi kebutuhan, baik secara terus menerus maupun sekaligus menjadi satu. Sedangkan konsumen

adalah pelaku konsumsi, dimana orang yang berusaha memenuhi kebutuhan dengan menggunakan barang dan jasa.

Perilaku Konsumtif adalah orang yang menjalankan kegiatan konsumsi secara berlebihan. Menurut From, seseorang dikatakan konsumtif jika orang tersebut menggunakan barang atau jasa berdasarkan pertimbangan status saja. Seseorang yang berperilaku konsumtif cenderung memiliki barang berdasarkan apa yang diinginkannya bukan berdasarkan kebutuhannya, dimana barang tersebut digunakan secara berlebihan dan tidak wajar untuk menunjukkan status dirinya. Kegiatan ini didorong semata-mata hanya untuk memenuhi hasrat kesenangan konsumen saja.⁷⁵

Menurut Jean P. Baudrillard, yaitu pada masyarakat yang konsumtif cenderung terjadi pembelian suatu produk bukan berdasarkan pada manfaatnya, tetapi pembelian produk berdasarkan nilai yang akan diberikan oleh produk tersebut. Hal ini bertujuan agar mereka mendapatkan pengakuan secara social dari orang dan lingkungan sekitarnya.⁷⁶

Menurut Djamaludin Ancok perilaku konsumtif adalah merupakan dorongan dari diri individu itu sendiri, dimana

⁷⁵ Chandra Kartika Sari, "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Ngraho," *Jurnal Information Technology And Education* 2, no. 1 (Juli 2017): 18.

⁷⁶ Regiana Astrid, Heri Sunaryanti, dan Heni Nopianti, "Perilaku Konsumtif Pelajar Sekolah Menengah Atas (Studi Kasus di Restoran Siap Saji Panties Pizza, Kota Bengkulu)," *Jurnal Sosiologi Nusantara* 3, no. 1 (Juni 2018): 7.

individu melakukan kegiatan konsumsi tiada batas dan lebih mementingkan factor emosional daripada mementingkan factor rasional.⁷⁷

Menurut Sembiring menjelaskan ciri-ciri dari orang yang berperilaku konsumtif, yaitu:

- a.) Membeli produk yang tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan hanya melihat nilai (*prestige*) yang melekat dari produk yang dibeli,
- b.) Berlebihan dalam mengkonsumsi barang dan jasa,
- c.) Mementingkan keinginan daripada kebutuhan dari konsumen,
- d.) Konsumen tidak memiliki skala prioritas.⁷⁸

Perilaku konsumtif juga sangat berhubungan erat dengan keputusan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Sedangkan keputusan konsumen tersebut sangat dipengaruhi oleh tiga factor utama, yaitu: strategi pemasaran, perbedaan individu (faktor internal), dan perbedaan lingkungan (faktor eksternal).⁷⁹

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi masalah yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan jawaban

⁷⁷ Ade Minanda, Suharty Roslan, dan Dewi Anggraini, "Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari," *Neo Societal* 3, no. 2 (Agustus 2018): 436.

⁷⁸ Yasin'ta Aulia Nurachma dan Sandy Arief, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016," *Economic Education Analysis Journal* 6, no. 2 (Juni 2017): 492.

⁷⁹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011). 10.

tersebut merupakan kebenaran yang bersifat sementara, yang mana dugaan tersebut akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.⁸⁰ Berdasarkan uraian rumusan masalah dan kerangka teoritis yang ada, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₀ : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

H_a : terdapat pengaruh yang signifikan antara manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

E. Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.⁸¹ Adapun populasi pada penelitian ini adalah 1106 peserta didik SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian atau unsur dari populasi yang ditetapkan peneliti dengan cara tertentu yang mana sampel itu dianggap mewakili populasi yang bersangkutan sehingga dapat ditarik kesimpulannya.⁸² Apabila jumlah populasi kurang dari 100,

⁸⁰ Dodit Aditya setiawan, *Metodologi Penelitian Hipotesis* (Yogyakarta: Media Nuha, 2011), 3.

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 80.

⁸² Amirullah, *Metode Penelitian Manajemen (Populasi dan Sampel)* (Malang: Bayu Media Publishing, 2015), 68.

maka populasi diambil semua menjadi sampel penelitian, sedangkan apabila jumlah populasi lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10%-15% atau lebih.⁸³

Adapun sampel penelitian ini diambil 10% dari jumlah populasi, dikarenakan populasi sudah melebihi 100 orang. Maka diambil 10% dari jumlah populasi, yakni sebanyak 110 siswa sebagai sampel.

3. Teknik *Sampling*

Populasi tidak akan diteliti semua oleh peneliti dikarenakan terbatasnya waktu, biaya, dan tenaga. Maka dalam penentuan sampel peneliti menggunakan teknik *simple random sampling* dimana responden yang dipilih peneliti dipilih secara acak tanpa memperhatikan strata populasi, sehingga setiap elemen dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian Pengaruh Manajemen *E-Canteen* Sekolah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik menggunakan metode observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Uraiannya adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan proses pengumpulan data yang kompleks, dimana proses tersebut tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (pengamatan dan ingatan). Observasi dalam penelitian ini

⁸³ Arikunto, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 112.

berfungsi untuk mengetahui dan mengamati secara langsung pelaksanaan manajemen *e-canteen* sekolah dan perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom.

b. Wawancara

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data wawancara. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang berdasarkan laporan pengetahuan dan keyakinan pribadi.⁸⁴ peneliti melakukan tanya jawab kepada kepala sekolah, guru, penanggung jawab program, petugas kantin, dan siswa dengan harapan memperoleh informasi mengenai pelaksanaan manajemen *e-canteen* sekolah dan perilaku konsumtif siswa di SMA negeri 1 Wringinanom Gresik.

c. Angket

Angket merupakan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai topik tertentu yang diberikan pada subjek penelitian guna mendapatkan informasi tertentu seperti preferensi, keyakinan, minat dan perilaku. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara angket, dimana angket yang digunakan adalah angket tertutup yaitu opsi jawaban sudah ditentukan oleh peneliti sebelumnya.

d. Dokumentasi

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 138.

Dokumentasi merupakan Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik dokumentasi. Peneliti melihat dan menganalisis dokumen, peristiwa yang berkaitan dengan objek penelitian.⁸⁵ Peneliti mengumpulkan data objek penelitian berupa data dan profil sekolah, data guru dan siswa, dan data yang berhubungan dengan manajemen *e-canteen* sekolah dan perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

G. Instrumen Penelitian

Proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti tentunya membutuhkan alat ukur dalam penelitian. Alat ukur ini dapat disebut juga dengan instrument penelitian. Peneliti menggunakan instrument penelitian berupa angket yang diperuntukkan siswa SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

Penelitian ini menggunakan angket tertutup dengan menggunakan skala likert. Setiap pertanyaan akan dibagi menjadi 4 poin yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju, seperti sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

SKALA LIKERT	
Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak setuju (STS)	1

⁸⁵ Blasius Sudarsono, "Memahami Dokumentasi," *Jurnal Acarya Pustaka* 3, no. 1 (Juni 2017): 56.

Tabel 3.3 Blueprint Instrumen Manajemen E-canteen Sekolah dan Perilaku Konsumtif Siswa

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Butir Soal	Jumlah Soal
1.	Perilaku Konsumtif Siswa	Fungsi dan Kegunaan	Nilai produk yang dibeli	1*, 2, 3*	3
			Kegunaan produk yang dibeli	4, 5*	2
		Tingkat Konsumsi	Intensitas pembelian produk	6,7	2
			Pembelian produk berdasarkan konformitas teman sebaya	8,9	2
		Tujuan Konsumsi	Kepuasan dalam pembelian produk	10, 11, 12	3
			Tingkat keinginan dalam pembelian produk	13, 14*, 15	3
			Tingkat kebutuhan dalam pembelian produk	16*,17*, 18	3
		Skala Prioritas	Spontanitas pembelian produk	19	1
			Motivasi pembelian produk	20, 21	2
		Jumlah Soal			
2.	Manajemen <i>e-canteen</i> sekolah	Fleksibel dan terjangkau	Perencanaan tata letak kantin dan system <i>e-canteen</i> yang mudah dijangkau	22*, 23	2
			Kelengkapan fasilitas <i>e-canteen</i>	24*	1
			Nilai praktis <i>e-canteen</i>	25	1

			Fleksibel terhadap waktu penggunaan	26,27	2
	Mudah dipelajari		Pengaplikasian yang mudah	28*, 29*	2
			Layanan yang diberikan sesuai	30, 31	2
	Mudah dikontrol		Pengisian ulang saldo <i>e-canteen</i>	32*,	1
			Nilai praktis <i>e-canteen</i>	33, 34	2
	Mudah dimengerti		Penggunaan system <i>e-canteen</i> yang mudah difahami	35*, 36	2
			Pelaksanaan <i>e-canteen</i> sesuai dengan kebutuhan siswa	37*, 38, 39	3
			Mudah diakses	40	1
Jumlah Soal					19
Total Soal					40

*pernyataan *negative*

Tabel 3.4 Blueprint Pernyataan Favorable dan Unfavorable

No.	Variabel	Indikator	Nomor Item		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	Perilaku konsumtif	Fungsi dan kegunaan	2,3,4,5	1	5
2		Tingkat konsumsi	6,7,8	9	4
3		Tujuan konsumsi	10, 11, 12, 13, 16, 17	14, 15,18	9
4		Skala prioritas	19, 20, 21	-	3
5	Manajemen	Fleksibel dan	23, 25, 26,	22,24	6

	e-canteen sekolah	terjangkau	27		
6		Mudah dipelajari	30, 31	28, 29	4
7		Mudah dikontrol	33, 34	32	3
8		Mudah dimengerti	36, 38, 39, 40	35, 37	6
Jumlah					40

1. Uji Validitas

Alat uji yang digunakan untuk menguji keakuratan data yang terkumpul dengan data di lapangan biasa disebut dengan uji validitas. Instrumen dapat dikatakan lolos uji valid apabila mampu mengukur data yang seharusnya diukur⁸⁶.

Peneliti melakukan uji validitas konstruksi dengan mengacu pada langkah-langkah pembuatan instrumen berdasarkan konsep teoritis dan konsultasi dengan para ahli atau dosen pembimbing skripsi, sedangkan untuk uji validitas item peneliti menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 21 for Windows dengan teknik pengujian rumus korelasi *Product Moment*. Berikut adalah rumus *Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *product moment*

$\sum XY$ = Jumlah perkalian antara skor X dan skor Y

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 121.

N = Jumlah responden

ΣX = Jumlah variabel X

ΣY = Jumlah variabel Y

Berikut adalah ketentuan hasil uji validitas:

- a. Instrumen dinyatakan valid apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$
- b. Instrumen dinyatakan tidak valid apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan langkah selanjutnya yang harus dilakukan penenliti setelah melakukan uji validitas. Hal ini digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil ukuran data instrumen penelitian dengan kata lain instrumen penelitian yang diujikan menghasilkan ukuran data yang tetap walaupun diujikan pada waktu atau situasi yang berbeda dengan responden yang sama disebut dengan uji reliabilitas⁸⁷.

Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 21 for windows untuk menguji reliabilitas instrumen dengan metode *Cornbarch Alpha*.

Berikut adalah rumus *Cornbarch Alpha*:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas

k = Banyaknya butir instrumen

Σab^2 = Jumlah varians setiap butir pertanyaan

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 130.

at^2 = Total varians

Ketentuan hasil uji reliabilitas:

a. Instrumen dinyatakan reliabel apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
(taraf signifikansi 0,05)

b. Instrumen dinyatakan reliabel apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$
(taraf signifikansi 0,05)

H. Analisis Data

Proses mencari dan mengolah data temuan di lapangan secara sistematis disebut dengan analisis data⁸⁸. Kegiatan analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian, meliputi proses di klasifikasi, tabulasi dan penyajian data.

Hasil penelitian analisis korelasi nantinya akan menghasilkan nilai yang menunjukkan arah dan kuat tidaknya hubungan antara variabel X dan Y. Berikut beberapa langkah yang peneliti lakukan untuk menganalisis data:

1. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan aplikasi SPSS versi 21 for windows guna mengetahui data yang diambil berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan sebaliknya data dinyatakan tidak berdistribusi normal sehingga uji statistic nonparametrik namun apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 244.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan linier atau tidak. Uji linieritas peneliti menggunakan aplikasi SPSS dengan *test of linearity*. Variabel bebas dan variabel bebas dinyatakan memiliki hubungan linier apabila nilai signifikansi > 0,05 dan sebaliknya variabel bebas dan variabel bebas dinyatakan tidak memiliki hubungan linier apabila nilai signifikansi < 0,05. Hal tersebut dapat dilihat pada table anova.

3. Skor Ideal

Peneliti perlu mengetahui kondisi manajemen *e-canteen* sekolah dan Perilaku Konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik, maka dari itu peneliti melakukan perhitungan skor ideal dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Dp = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

Dp= Deskripsi presentase (%)

n = Skor yang diperoleh

N = Skor ideal (skor maksimal x butir instrumen x jumlah responden)

Berikut adalah ketentuan hasil skor ideal:

76% - 100% = Baik

56% - 75% = Cukup

40% - 55% = Kurang baik

< 40% = Sangat kurang baik

Setelah peneliti melakukan uji prasyarat terhadap instrumen dan variabel, maka selanjutnya peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis data berupa regresi linier sederhana. Berikut adalah rumus regresi linier sederhana:

$$y = \alpha + bx$$

Keterangan:

y = Variabel terikat

x = Variabel bebas

b = koefisien arah regresi

α = Nilai konstan

Guna mengetahui nilai signifikan antara pengaruh variabel x dan y , maka peneliti menggunakan rumus uji t sebagai berikut

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Nilai korelasi r

n = Jumlah sampel

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Sekolah

- a. Nama Sekolah : Sekolah Menengah Atas Negeri 1
Wringinanom Gresik
- b. Alamat / Desa : Jl. Raya Sembung
Kecamatan : Wringinanom
Kabupaten : Gresik
Provinsi : Jawa Timur
No. Telepon : 08113253537-0851010925226
Email :
sman1wringinanomgresik@gmail.com
- c. Status Sekolah : Negeri
- d. Status Akreditasi : A (1347/BAN-SM/SK/2021)
- e. SK Pendirian : 10/A/1997
- f. NPSN : 20500473
- g. Tahun didirikan : 1997
- h. Luas Tanah : 15.900 m²
- i. Nama Kepala Sekolah : Drs. Sukasi, M.Si

2. Visi, Misi, dan Tujuan Sekolah

a. Visi Sekolah

Visi SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik, yaitu: Terwujudnya insan yang agamis, cerdas, terampil, berkarakter, dan peduli lingkungan. Adapun indikator visi:

- 1.) Sekolah yang mempunyai standar kompetensi lulusan;
- 2.) Sekolah yang memiliki kurikulum nasional (KTSP);
- 3.) Guru memiliki kemampuan mengembangkan proses belajar mengajar berbasis IT;
- 4.) Sekolah yang mampu bersaing dibidang akademik dan non akademik pada tingkat regional dan nasional;
- 5.) Sekolah memiliki kemampuan membentuk jejaring dengan lembaga-lembaga regional dan nasional;
- 6.) Sekolah mampu melaksanakan dan mengembangkan Sistem Informasi Manajemen Sekolah (SIMS) berstandar nasional;
- 7.) Warga sekolah yang taat melaksanakan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaan masing-masing;
- 8.) Sekolah melaksanakan Sistem Penjaminan Mutu dan Penguatan Pendidikan Karakter;
- 9.) Warga sekolah yang memiliki karakter religius, nasionalis, mandiri, gotong-royong, integritas;
- 10.) Warga sekolah memiliki kepedulian dan kepekaan terhadap kelestarian lingkungan.

b. Misi Sekolah

Misi SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik, yaitu:

- 1.) Menumbuhkan penghayatan dan pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehingga mampu meningkatkan iman dan takwa;
- 2.) Meningkatkan kualitas pembelajaran dan bimbingan secara berkesinambungan sesuai dengan tuntutan masyarakat, pemerintah dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi;
- 3.) Memberikan pengetahuan dan keterampilan untuk melanjutkan pendidikan maupun hidup mandiri dalam masyarakat;
- 4.) Mengembangkan minat dan bakat siswa melalui kegiatan ekstrakurikuler;
- 5.) Memberikan pendidikan kepramukaan agar memiliki karakter bangsa yang kuat dan tangguh;
- 6.) Melaksanakan tata-tertib sekolah dengan baik sehingga tercipta budaya disiplin warga sekolah;
- 7.) Meningkatkan budaya disiplin melalui keteladanan dari kepala sekolah, guru, dan tenaga administrasi sekolah;
- 8.) Menumbuhkan sikap dan perilaku peduli terhadap lingkungan yang bersih, indah, sehat, aman, dan ramah anak;

- 9.) Mengembangkan program pencegahan berbagai jenis pencemaran dan mewujudkan kantin sehat.
- 10.) Menyelenggarakan program Sekolah Adiwiyata Mandiri, program Sekolah Pembinaan Pendidikan Keluarga, program Sistem Penjaminan Mutu, dan program Penguatan Pendidikan Karakter.

c. Tujuan Sekolah

Tujuan SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik, yaitu:

- 1.) Membentuk peserta didik yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa
- 2.) Mencetak peserta didik yang cerdas, berkualitas, berprestasi, berbudaya dan mampu berkompetisi dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi, olahraga dan seni untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi
- 3.) Mencetak peserta didik yang terampil sehingga mampu mengembangkan diri untuk hidup mandiri
- 4.) Mencetak peserta didik yang memiliki sikap disiplin, ulet, tangguh, mampu berkompetisi dan memiliki kepedulian untuk melestarikan lingkungan
- 5.) Menjadikan sekolah yang disegani dan dibanggakan oleh warga sekolah dan masyarakat.

3. Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Peserta didik SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik kelas 10, 11, dan 12 sebagai pengguna *e-canteen* Sekolah.

a. Responden berdasarkan tingkat kelas

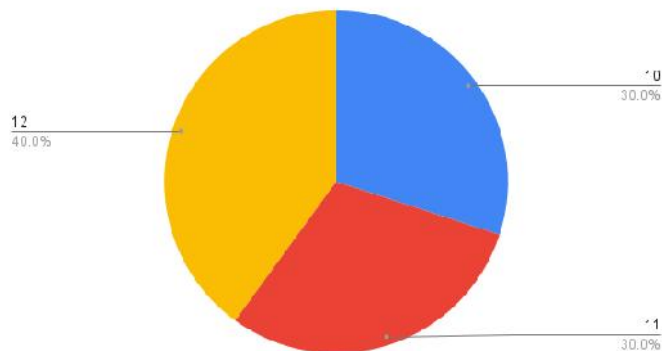
Kelas menunjukkan tingkatan siswa siswa dalam menempuh jenjang pendidikan menengah atas, jika dilihat dari tingkat kelas, responden terdiri atas kelas 10, kelas 11, dan kelas 12 yang dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Tingkat Kelas

No.	Kelas	Frekuensi	Presentase
1	10	33	30%
2	11	33	30%
3	12	44	40%
Jumlah		110	100%

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa jumlah responden dari kelas 10 sebanyak 33 orang, kelas 11 sebanyak 33 orang, dan kelas 12 sebanyak 44 orang dengan jumlah keseluruhan sampel sebanyak 110 siswa. Kesemuanya sampel ini aktif dalam penggunaan fasilitas *e-canteen* sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom. Berikut gambar diagram lingkaran dan persentase responden berdasarkan tingkat kelas:

Perhitungan Berdasarkan Kelas



Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Tingkat Kelas

b. Responden berdasarkan jenis kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri atas laki-laki dan perempuan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-laki	39	35,5%
2.	Perempuan	71	64,5%
Jumlah		110	100%

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 71 perempuan (64,5%) dan 39 laki-laki (35,5%). Dari data tersebut menunjukkan bahwa responden didominasi oleh siswa yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 71 orang (64,5%) hal ini dikarenakan jumlah peserta didik SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Berikut gambar diagram lingkaran dan presentase responden berdasarkan jenis kelamin:



Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

B. Penyajian Data

1. Manajemen *E-canteen* Sekolah

a. Hasil Kuesioner

Variabel manajemen *e-canteen* sekolah diukur sesuai indikator yang ada, yakni kemudahan yang dimana memiliki indikator mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, dan mudah dimengerti. Dari masing-masing indikator tersebut terdapat 19 pertanyaan dimana 4 menjadi skor tertinggi dan 1 menjadi skor terendah. Berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang terdiri dari 19 pernyataan dan empat alternatif jawaban tersebut dengan jumlah responden sebanyak 110 siswa, maka diperoleh data sebagai berikut:

1) Fleksibel dan terjangkau

Indikator fleksibel dan terjangkau memiliki 6 pernyataan, yaitu pada nomor 22, 23, 24, 25, 26, dan 27. Berikut tabel item pernyataan pada indikator ini.

Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Indikator Fleksibel dan Terjangkau

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Lokasi <i>e-canteen</i> sekolah sulit dijangkau bagi saya.	SS	9	8%
		S	17	15%
		KS	40	36%
		TS	44	40%
Total			110	100%
2	Harga makanan/minuman di <i>e-canteen</i> sekolah terjangkau bagi siswa.	SS	7	6%
		S	39	35%
		KS	46	42%
		TS	18	16%
Total			110	100%
3	Sarana dan prasarana <i>e-canteen</i> sekolah kurang lengkap.	SS	8	7%
		S	36	33%
		KS	46	42%
		TS	20	18%
Total			110	100%
4	Saya sangat mengandalkan <i>e-canteen</i> sekolah.	SS	4	4%
		S	32	29%
		KS	58	53%
		TS	16	15%
Total			110	100%
5	Desain system <i>e-canteen</i> sekolah mudah digunakan untuk bertransaksi.	SS	18	16%
		S	68	62%
		KS	15	14%
		TS	9	8%
Total			110	100%
6	Adanya <i>e-canteen</i> sekolah mempermudah saya melakukan transaksi di kantin sekolah.	SS	25	23%
		S	67	61%
		KS	8	7%
		TS	10	9%
Total			110	100%

2) Mudah dipelajari

Indikator mudah dipelajari memiliki 4 pernyataan, yaitu pada nomor 28, 29, 30 dan 31. Berikut tabel item pernyataan pada indikator ini.

Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Indikator Mudah Dipelajari

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Penggunaan system <i>e-canteen</i> sekolah sulit saya pelajari.	SS	4	4%
		S	9	8%
		KS	34	31%
		TS	63	57%
Total			110	100%
2	Saya butuh waktu lama dalam mempelajari system <i>e-canteen</i> sekolah.	SS	2	2%
		S	8	7%
		KS	31	28%
		TS	69	63%
Total			110	100%
3	Menurut saya, pelayanan <i>e-canteen</i> sekolah cepat dan tepat.	SS	17	15%
		S	52	47%
		KS	31	28%
		TS	10	9%
Total			110	100%
4	personel <i>e-canteen</i> sekolah ramah dan transparan terhadap siswa.	SS	26	24%
		S	57	52%
		KS	24	22%
		TS	3	3%
Total			110	100%

3) Mudah dikontrol

Indikator mudah dikontrol memiliki 3 pernyataan, yaitu pada nomor 32, 33, dan 34. Berikut tabel item pernyataan pada indikator ini.

Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Indikator Mudah Dikontrol

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Menurut saya, pengisian ulang (<i>top up</i>) saldo <i>e-canteen</i> membingungkan.	SS	8	7%
		S	21	19%
		KS	43	39%
		TS	38	35%
Total			110	100%

2	<i>E-canteen</i> sekolah merupakan fasilitas yang saya butuhkan selama ini.	SS	9	8%
		S	70	64%
		KS	25	23%
		TS	6	5%
Total			110	100%
3	Saya gemar menggunakan uang elektronik sebelumnya.	SS	13	12%
		S	26	24%
		KS	45	41%
		TS	26	24%
Total			110	100%

4) Mudah dimengerti

Indikator mudah dimengerti memiliki 3 pernyataan, yaitu pada nomor 35, 36, 37, 38, 39, dan 40. Berikut tabel item pernyataan pada indikator ini.

Tabel 4.10 Hasil Kuesioner Indikator Mudah Dimengerti

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Intruksi penggunaan system <i>e-canteen</i> sulit saya fahami.	SS	4	4%
		S	11	10%
		KS	47	43%
		TS	48	44%
Total			110	100%
2	Adanya <i>e-canteen</i> sekolah dapat mengontrol penggunaan uang saku saya.	SS	27	25%
		S	47	43%
		KS	22	20%
		TS	14	13%
Total			110	100%
3	<i>E-canteen</i> sekolah dapat menambah waktu antri pembelian makanan/minuman.	SS	12	11%
		S	36	33%
		KS	33	30%
		TS	29	26%
Total			110	100%
4	Penggunaan system <i>e-canteen</i> dapat membantu	SS	41	37%
		S	55	50%
		KS	12	11%

	mengurangi kecurangan pembelian di kantin.	TS	2	2%
Total			110	100%
5	Informasi yang disampaikan mengenai <i>e-canteen</i> sekolah sudah tersampaikan dengan baik.	SS	17	15%
		S	76	69%
		KS	13	12%
		TS	4	4%
Total			110	100%
6	Pemesanan <i>e-canteen</i> sekolah mudah diakses	SS	23	21%
		S	70	64%
		KS	14	13%
		TS	2	2%
Total			110	100%

b. Uji Validitas

Uji Validitas pada instrument penelitian perlu dilakukan guna mengetahui kevalidan data yang akan diambil. Uji validitas ini dilakukan pada siswa-siswi SMA Negeri 1 Wringinanom yang dipilih secara acak dengan jumlah 30 peserta. Adapun untuk menentukan apakah pernyataan dalam kuesioner valid atau tidak valid adalah dengan membandingkan r hitung dengan r tabel nilai *pearson*. Uji validitas ini dilakukan baik pada variable X dan Variabel Y dimana jika

$$N=30 \text{ maka } df = (N-2) = 28$$

$$r \text{ hitung} = 0,361$$

Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas instrument manajemen *e-canteen* sekolah:

Tabel 4.11 Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel X

Butir Pertanyaan	r tabel	r hitung	keterangan
X1	0,035	0,361	Tidak Valid
X2	0,231	0,361	Tidak Valid
X3	0,593	0,361	Valid
X4	0,454	0,361	Valid
X5	0,08	0,361	Tidak Valid
X6	0,643	0,361	Valid
X7	0,518	0,361	Valid
X8	0,603	0,361	Valid
X9	0,71	0,361	Valid
X10	0,571	0,361	Valid
X11	0,603	0,361	Valid
X12	0,612	0,361	Valid
X13	0,695	0,361	Valid
X14	0,538	0,361	Valid
X15	0,498	0,361	Valid
X16	0,511	0,361	Valid
X17	0,71	0,361	Valid
X18	0,571	0,361	Valid
X19	0,581	0,361	Valid
X20	0,518	0,361	Valid
X21	0,603	0,361	Valid
X22	0,71	0,361	Valid

Berdasarkan tabel 4.11 mengenai uji validitas manajemen *e-canteen* sekolah dapat diambil kesimpulan bahwa dari 22 item soal pernyataan yang diajukan responden dalam kuesioner, terdapat 3 item soal yang tidak valid atau dinyatakan tidak dapat dilibatkan dalam penelitian.

c. Uji Reliabilitas

Langkah lanjutan setelah melakukan uji validitas terhadap instrument penelitian adalah melakukan uji reliabilitas. Tujuan dilakukannya uji reliabilitas ini adalah untuk mengetahui konsistensi kuesioner dalam mengukur objek penelitian secara

berulang-ulang dapat menghasilkan hasil yang sama. Berikut adalah hasil perhitungan uji reliabilitas instrument manajemen *e-canteen* sekolah:

Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Manajemen E-Canteen Sekolah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.749	20

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diambil kesimpulan bahwa nilai *alpha cronbach* adalah sebesar 0.749 dan jika dilihat dari nilai *r* tabel 0,4227 yang artinya nilai *alpha cronbach* lebih besar dari pada nilai *r* tabel dan dapat dinyatakan reliabel.

d. Analisis Statistik

Setelah uji validitas dan uji reliabilitas pada kuesioner penelitian variabel manajemen *e-canteen* sekolah, maka selanjutnya peneliti melakukan analisis *descriptive statistic* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13 Descriptive Statistic Instrumen Manajemen E-canteen Sekolah

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
TOTAL_X	110	44	27	71	5093	46.30	6.318
Valid N (listwise)	110						

Bedasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa jumlah responden atau N adalah 110 orang, nilai terendah (*minimum*)

adalah 27, nilai tertinggi (*maximum*) adalah 71, rentang data atau jarak antara nilai terendah dengan nilai tertinggi (*range*) adalah 44, rata-rata (*mean*) adalah 46,30, sebaran data (*standard deviation*) adalah 6,318, serta jumlah nilai keseluruhan kuesioner (*sum*) adalah 5093.

2. Perilaku Konsumtif Siswa

a. Hasil Kuesioner

Variabel perilaku konsumtif siswa diukur sesuai indikator yang ada, yakni fungsi dan kegunaan, tingkat konsumsi, tujuan konsumsi, dan skala prioritas. Dari masing-masing indikator tersebut terdapat 21 pertanyaan dimana 4 menjadi skor tertinggi dan 1 menjadi skor terendah. Berdasarkan hasil penelitian melalui kuesioner yang terdiri dari 21 pernyataan dan empat alternatif jawaban tersebut dengan jumlah responden sebanyak 110 siswa, maka diperoleh data sebagai berikut:

1) Fungsi dan Kegunaan

Indikator fungsi dan kegunaan memiliki 5 pernyataan, yaitu pada nomor 1, 2, 3, 4, dan 5. Berikut tabel item pernyataan pada indikator ini.

Tabel 4.14 Hasil Kuesioner Indikator Fungsi dan Kegunaan

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Saya hanya tertarik membeli makanan/minuman yang mahal bagi	SS	13	12%
		S	56	51%
		KS	28	25%
		TS	13	12%

	kebanyakan siswa.			
Total			110	100%
2	Saya membeli makanan/minuman berdasarkan kemasan yang menarik.	SS	7	6%
		S	25	23%
		KS	66	60%
		TS	12	11%
Total			110	100%
3	Saya membeli makanan/minuman yang sepi peminatnya.	SS	14	13%
		S	22	20%
		KS	64	58%
		TS	10	9%
Total			110	100%
4	Saya membeli menu makanan/minuman yang terbaru yang telah disediakan kantin sekolah.	SS	23	21%
		S	35	32%
		KS	50	45%
		TS	2	2%
Total			110	100%
5	Saya membeli makanan/minuman untuk menutupi rasa gengsi saya terhadap teman.	SS	12	11%
		S	45	41%
		KS	45	41%
		TS	8	7%
Total			110	100%

2) Tingkat Konsumsi

Indikator tingkat konsumsi memiliki 4 pernyataan, yaitu pada nomor 6, 7, 8, dan 9. Berikut tabel item pernyataan pada indikator ini.

Tabel 4.15 Hasil Kuesioner Indikator Tingkat Konsumsi

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Saya melakukan pembelian makanan secara terus menerus ketika sedang ada promo.	SS	8	7%
		S	21	19%
		KS	43	39%
		TS	38	35%

Total			110	100%
2	Uang saku saya habis untuk membeli makanan/minuman di kantin sekolah saja.	SS	26	24%
		S	57	52%
		KS	24	22%
		TS	3	3%
Total			110	100%
3	Saya membeli makanan/minuman berdasarkan kesepakatan bersama teman saya.	SS	41	37%
		S	55	50%
		KS	12	11%
		TS	2	2%
Total			110	100%
4	Saya hanya membeli makanan di kantin sekolah ketika ada teman yang mengajak saya.	SS	7	6%
		S	25	23%
		KS	66	60%
		TS	12	11%
Total			110	100%

3) Tujuan Konsumsi

Indikator tujuan konsumsi memiliki 9 pernyataan, yaitu pada nomor 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, dan 18. Berikut tabel item pernyataan pada indikator ini.

Tabel 4.16 Hasil Kuesioner Indikator Tingkat Konsumsi

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Saya merasa puas ketika memiliki banyak makanan/minuman yang saya beli dari kantin sekolah.	SS	9	8%
		S	70	64%
		KS	25	23%
		TS	6	5%
Total			110	100%
2	Saya puas ketika membeli makanan/minuman yang mahal.	SS	12	11%
		S	36	33%
		KS	33	30%
		TS	29	26%

Total			110	100%
3	Saya puas ketika membeli makanan/minuman di kantin sekolah dengan jumlah banyak sekaligus.	SS	2	2%
		S	8	7%
		KS	31	28%
		TS	69	63%
Total			110	100%
4	Saya suka membeli makanan di kantin karena keinginan sesaat.	SS	12	11%
		S	36	33%
		KS	33	30%
		TS	29	26%
Total			110	100%
5	Saya selalu ragu dalam membeli makanan/minuman di kantin sekolah.	SS	26	24%
		S	57	52%
		KS	24	22%
		TS	3	3%
Total			110	100%
6	Saya selalu mempertimbangkan antara kebutuhan dan keinginan saya.	SS	20	18%
		S	54	49%
		KS	32	29%
		TS	4	4%
Total			110	100%
7	Saya membeli makanan/minuman yang saya sukai meskipun saya tidak membutuhkan	SS	13	12%
		S	33	30%
		KS	60	55%
		TS	4	4%
Total			110	100%
8	Makanan/minuman yang berkalori tinggi sangat cocok untuk saya.	SS	9	8%
		S	70	64%
		KS	25	23%
		TS	6	5%
Total			110	100%
9	Saya membeli makanan/minuman yang bermanfaat untuk kebutuhan gizi saya	SS	13	12%
		S	26	24%
		KS	45	41%
		TS	26	24%
Total			110	100%

4) Skala Prioritas

Indikator skala prioritas memiliki 3 pernyataan, yaitu pada nomor 19, 20, dan 21. Berikut tabel item pernyataan pada indikator ini.

Tabel 4.17 Hasil Kuesioner Indikator Skala Prioritas

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Saya sering membeli makanan/minuman di kantin sekolah secara spontan.	SS	4	4%
		S	9	8%
		KS	34	31%
		TS	63	57%
Total			110	100%
2	Saya membeli makanan/minuman di kantin tanpa mempertimbangkan harga.	SS	41	37%
		S	55	50%
		KS	12	11%
		TS	2	2%
Total			110	100%
3	Saya gemar mengikuti membeli makanan/minuman yang sedang <i>trend</i> .	SS	12	11%
		S	45	41%
		KS	45	41%
		TS	8	7%
Total			110	100%

b. Uji Validitas

Uji Validitas pada instrument penelitian perlu dilakukan guna mengetahui kevalidan data yang akan diambil. Uji validitas ini dilakukan pada siswa-siswi SMA Negeri 1 Wringinanom yang dipilih secara acak dengan jumlah 30 peserta. Adapun untuk menentukan apakah pernyataan dalam kuesioner valid atau tidak valid adalah dengan membandingkan r hitung dengan r tabel nilai

pearson. Uji validitas ini dilakukan baik pada variable X dan Variabel Y dimana jika

$N=30$ maka $df = (N-2) = 28$

$r \text{ hitung} = 0,361$

Berikut adalah hasil uji validitas dari perilaku konsumtif siswa:

Tabel 4.18 Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Y

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
Y1	0,509	0,361	Valid
Y2	0,637	0,361	Valid
Y3	0,584	0,361	Valid
Y4	0,491	0,361	Valid
Y5	0,535	0,361	Valid
Y6	0,661	0,361	Valid
Y7	0,586	0,361	Valid
Y8	0,849	0,361	Valid
Y9	0,604	0,361	Valid
Y10	0,637	0,361	Valid
Y11	0,509	0,361	Valid
Y12	0,637	0,361	Valid
Y13	0,606	0,361	Valid
Y14	0,388	0,361	Valid
Y15	0,398	0,361	Valid
Y16	0,455	0,361	Valid
Y17	0,596	0,361	Valid
Y18	0,406	0,361	Valid
Y19	0,685	0,361	Valid
Y20	0,544	0,361	Valid
Y21	0,849	0,361	Valid

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang diajukan kepada responden dengan jumlah 21 item soal pada kuesioner seluruhnya adalah valid, sehingga keseluruhan pernyataan variable Y dapat diikutsertakan pada instrumen penelitian.

Berdasarkan table 4.12 dan table 4.18 hasil uji validitas mengenai manajemen *e-canteen* sekolah dan perilaku konsumtif siswa dapat disimpulkan bahwa, dari 43 butir soal yang diajukan dalam penelitian, terdapat 3 soal yang dinyatakan tidak valid. Hal ini menunjukkan data yang diturunkan dalam lapangan hanya 40 butir soal saja dan 3 butir soal yang tidak valid akan dibuang atau tidak ikut terlibat dalam penelitian.

c. Uji Reliabilitas

Langkah lanjutan setelah melakukan uji validitas terhadap instrument penelitian adalah melakukan uji reliabilitas. Tujuan dilakukannya uji reliabilitas ini adalah untuk mengetahui konsistensi kuesioner dalam mengukur objek penelitian secara berulang-ulang dapat menghasilkan hasil yang sama. Berikut adalah hasil perhitungan uji reliabilitas instrument perilaku konsumtif siswa:

Tabel 4.19 Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif Siswa

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.748	22

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diambil kesimpulan bahwa nilai *alpha cronbach* adalah sebesar 0.748 dan jika dilihat dari nilai r tabel 0,4044 yang artinya nilai *alpha cronbach* lebih besar dari pada nilai r tabel dan dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4..20 Uji Reliabilitas 2 Variabel

Variabel	Koefisien	Cronbach Alpha	r tabel	Keterangan
Manajemen <i>e-canteen</i> sekolah	19 pernyataan	0,749	0,4227	Reliabel
Perilaku Konsumtif siswa	21 pernyataan	0,748	0,4044	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.20, dapat disimpulkan bahwa 40 pernyataan dengan 19 pernyataan untuk variabel X dan 21 pernyataan untuk variabel Y telah dinyatakan valid, juga dinyatakan reliable.

d. Analisis Statistik

Setelah uji validitas dan uji reliabilitas pada kuesioner penelitian variabel perilaku konsumtif siswa, maka selanjutnya peneliti melakukan analisis *descriptive statistic* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.21 Descriptive Statistic Instrumen Perilaku Konsumtif Siswa

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
TotalY	110	41	24	65	4650	42.27	7.377	54.420
Valid N (listwise)	110							

Bedasarkan tabel 4.21 dapat diketahui bahwa jumlah responden atau N adalah 110 orang, nilai terendah (*minimum*)

adalah 24, nilai tertinggi (*maximum*) adalah 65, rentang data atau jarak antara nilai terendah dengan nilai tertinggi (*range*) adalah 41, rata-rata (*mean*) adalah 42,27, sebaran data (*standard deviation*) adalah 7.377, serta jumlah nilai keseluruhan kuesioner (*sum*) adalah 4650.

3. Pengaruh Manajemen *E-canteen* Sekolah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa

a. Uji Normalitas

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta diketahui hasilnya, maka selanjutnya peneliti melakukan uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data yang dihasilkan dari kuesioner penelitian berdistribusi normal atau tidak. Peneliti menggunakan teknik *kolmogorov smirnov* dengan bantuan SPSS 21 for windows sebagai uji normalitas dalam penelitian ini. Adapun dasar pengambilan keputusannya ialah apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Berikut Hasil uji normalitas dari variable manajemen *e-canteen* sekolah dan perilaku konsumtif siswa:

Tabel 4.22 Uji Normalitas Variabel X dan Variabel Y

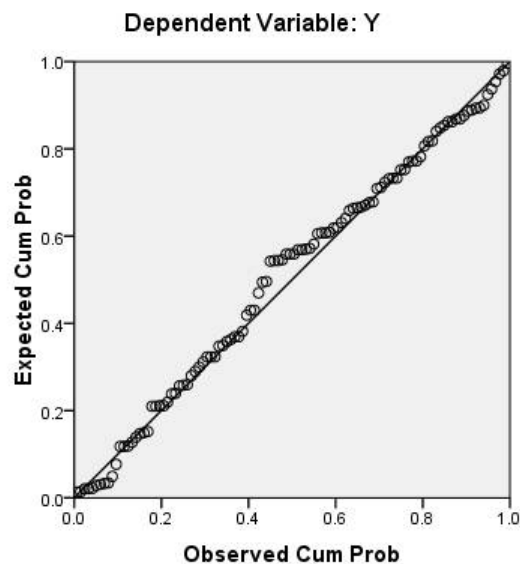
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
--	-------------------------

N		110
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.30894187
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.048
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		1.017
Asymp. Sig. (2-tailed)		.252

Berdasarkan table 4.22 dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah 0,252 yang atinya lebih besar dari 0,05. Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel X dan variabel Y datanya berdistribusi normal. Untuk memperjelas penjelasan diatas, dapat ditarik kurva normal P-Plot berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.3 Kurva Normal P-Plot

Gambar 4.3 diatas memperlihatkan titik-titik yang ada mengikuti garis diagonal atau berada tidak jauh dari garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data manajemen *e-canteen* sekolah dan perilaku konsumtif siswa dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Setelah melakukan uji normalitas, maka selanjutnya peneliti melakukan uji linearitas yang bertujuan untuk mengetahui pola garis atau hubungan antara variabel manajemen *e-canteen* sekolah san perilaku konsumtif siswa. Peneliti melakukan uji linearitas dengan bantuan aplikasi SPSS 21 for windows dengan uji analisis *test for linearity*. Berikut adalah hasil perhitungan uji linieritas yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 4.23 Uji Linearitas Variabel X dan Variabel Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between	(Combined)	2996.793	27	110.992	3.101	.000
	Groups	Linearity	1593.319	1	1593.319	44.515	.000
		Deviation from Linearity	1403.475	26	53.980	1.508	.083
	Within Groups		2935.025	82	35.793		
	Total		5931.818	109			

Berdasarkan tabel 4.23 dapat diketahui bahwa nilai *sig.linearity* adalah 0,00 yang atirnya lebih kecil dari 0,05 maka dengan hasil uji linearitas tersebut dapat disimpulkan bahwa

terdapat hubungan yang linier antara variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X) dan perilaku konsumtif siswa (Y).

c. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS 21 dengan melihat output *Test of Homogeneity of Variance* dengan kriteria Jika signifikansi < 0,05 maka varian kelompok data tidak sama. Sebaliknya, jika signifikansi > 0,05 maka varian kelompok data adalah sama Adapun hasil dari uji homogenitas tersebut sebagai berikut:

Tabel 4.24 Uji Homogenitas Variabel X dan Variabel Y

Test of Homogeneity of Variances

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.154	15	82	.015

Hasil dari uji homogenitas di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel perilaku konsumtif siswa dan manajemen *e-canteen* sekolah sebesar 0,15 yang dimana nilai tersebut > 0,05, maka dapat dikatakan varian kelompok data perilaku konsumtif dan manajemen *e-canteen* sekolah adalah sama.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual

satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh sebagai berikut :

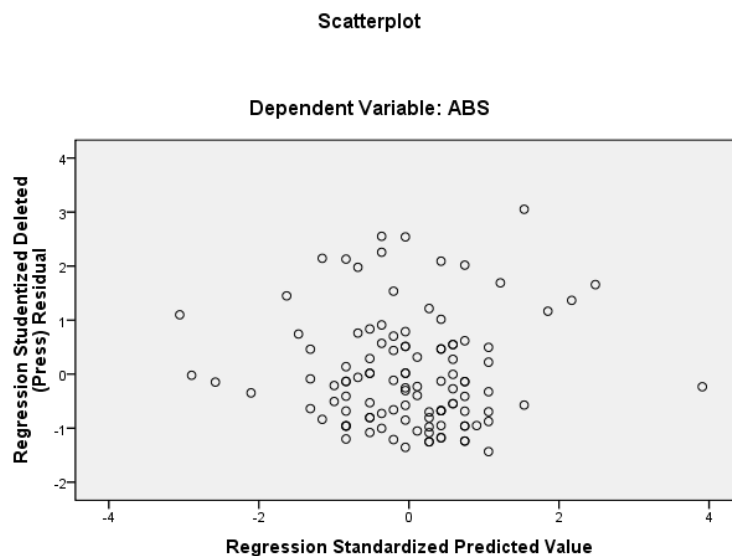
Tabel 4.25 Uji Heteroskedastisitas Variabel X dan Variabel Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.468	2.603		-.180	.857
	X	.119	.056	.202	2.145	.034

a. Dependent Variable: ABS

Adapun hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik scarletpot ialah sebagai berikut:



Gambar 4.4 Grafik Scarletpo Uji Heterokedastisitas

Dengan melihat grafik scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

C. Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk memberikan penjelasan dan pemaparan data yang telah terkumpul agar dapat dipahami dengan baik. Berikut adalah analisis data terkait variabel manajemen *e-canteen* Sekolah (X) dan perilaku konsumtif siswa (Y):

1. Analisis Manajemen *E-canteen* Sekolah

Guna mengetahui kondisi manajemen *e-canteen* sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik, maka dilakukan analisis data dengan menggunakan skor ideal berdasarkan jawaban responden dari hasil rekapitulasi total variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X).

Tabel 4.26 Skor Total Manajemen *E-canteen* Sekolah

No. Responden	Total X	No. Responden	Total X	No. Responden	Total X
1	44	41	30	81	45
2	42	42	56	82	48
3	43	43	51	83	41
4	58	44	45	84	40
5	40	45	27	85	46
6	71	46	53	86	51
7	49	47	53	87	51
8	43	48	48	88	51
9	50	49	47	89	51
10	44	50	41	90	49
11	56	51	50	91	43
12	50	52	48	92	43

13	41	53	41	93	49
14	52	54	47	94	46
15	49	55	37	95	44
16	48	56	49	96	46
17	46	57	48	97	49
18	48	58	51	98	42
19	60	59	46	99	49
20	45	60	45	100	53
21	49	61	41	101	45
22	51	62	46	102	50
23	39	63	46	103	28
24	50	64	46	104	51
25	33	65	47	105	49
26	53	66	44	106	43
27	51	67	47	107	38
28	42	68	38	108	39
29	41	69	46	109	44
30	46	70	53	110	38
31	43	71	50		
32	43	72	45		
33	53	73	36		
34	43	74	46		
35	49	75	50		
36	62	76	41		
37	54	77	41		
38	51	78	44		
39	48	79	41		
40	49	80	41		
JUMLAH					5093

Dapat diketahui:

Skor empiric (n) = 5093

Skor ideal (N) = 8.360

Maka:

$$Dp = \frac{n}{N} \times 100\%$$

$$= 5093/8360 \times 100\%$$

$$= 60,92\%$$

Berikut adalah ketentuan hasil skor ideal:

76% - 100% = Baik

56% - 75% = Cukup

40% - 55% = Kurang baik

< 40% = Sangat kurang baik

Berdasarkan hasil dari perhitungan skor ideal, maka diperoleh presentase sebesar 60,92% artinya manajemen *e-canteen* sekolah dapat dikategorikan cukup baik.

2. Analisis Perilaku Konsumtif Siswa

Guna mengetahui kondisi perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik, maka dilakukan analisis data dengan menggunakan skor ideal berdasarkan jawaban responden dari hasil rekapitulasi total variabel perilaku konsumtif siswa (Y).

Tabel 4.27 Skor Total Variabel Perilaku Konsumtif Siswa

No. Responden	Total Y	No. Responden	Total Y	No. Responden	Total Y
1	42	41	35	81	37
2	44	42	44	82	41
3	43	43	40	83	43
4	60	44	48	84	42
5	36	45	24	85	38
6	50	46	47	86	43
7	53	47	51	87	41
8	48	48	53	88	44
9	50	49	39	89	43
10	49	50	40	90	42
11	65	51	38	91	45
12	48	52	42	92	45
13	43	53	40	93	41
14	48	54	47	94	49
15	51	55	30	95	28
16	45	56	39	96	44
17	28	57	44	97	45
18	44	58	53	98	47

19	39	59	49	99	51
20	31	60	41	100	43
21	41	61	40	101	39
22	40	62	42	102	41
23	26	63	46	103	34
24	37	64	50	104	42
25	32	65	44	105	41
26	54	66	34	106	46
27	44	67	49	107	43
28	28	68	41	108	39
29	39	69	45	109	43
30	37	70	53	110	39
31	41	71	40		
32	42	72	34		
33	49	73	27		
34	42	74	37		
35	45	75	37		
36	39	76	44		
37	59	77	27		
38	58	78	27		
39	46	79	41		
40	31	80	42		
Jumlah					4650

Dapat diketahui:

Skor empiric (n) = 4.650

Skor ideal (N) = 9.240

Maka:

$$Dp = \frac{n}{N} \times 100\%$$

$$= 4.650/9.240 \times 100\%$$

$$= 50,32\%$$

Berikut adalah ketentuan hasil skor ideal:

76% - 100% = Tinggi

56% - 75% = Cukup

40% - 55% = Kurang

< 40% = Sangat kurang

Berdasarkan hasil dari perhitungan skor ideal, maka diperoleh presentase sebesar 50,32% artinya tingkat perilaku konsumtif siswa di SMA negeri 1 Wringinanom dapat dikategorikan kurang.

3. Pengaruh Manajemen *E-canteen* Sekolah terhadap Perilaku Konsumtif Siswa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap kinerja guru di SMA Negeri 1 Wringinnaom Gresik. Dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti perlu melakukan analisis data. Peneliti menggunakan analisis data berupa regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 21 for windows. Berikut analisisnya

Tabel 4.28 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana Output Pertama

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Manajemen E-canteen sekolah		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y (Perilaku Konsumtif Siswa)

Berdasarkan tabel 4.28 dapat dilihat bahwa variabel yang dimasukkan adalah variabel manajemen *e-canteen* sekolah sebagai prediktor dengan menggunakan metode enter.

Tabel 4.29 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana Output Kedua

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.518 ^a	.269	.262	6.33808

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.29, dapat diketahui bahwa nilai korelasi atau nilai *R* sebesar 0,518. Hal ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X) dan variabel perilaku konsumtif siswa (Y) sebesar 0,518. Sedangkan, persentase pengaruh variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X) dan variabel perilaku konsumtif siswa (Y) dapat dilihat pada nilai *R Square* yaitu sebesar 0,269 dimana nilai ini merupakan koefisien determinansi yang mengandung makna bahwa sebesar 26% variabel perilaku konsumtif siswa (Y) dapat dipengaruhi oleh manajemen *e-canteen* sekolah (X).

Tabel 4.30 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana Output Ketiga

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1593.319	1	1593.319	39.663	.000 ^a
	Residual	4338.499	108	40.171		

Total	5931.818	109		
-------	----------	-----	--	--

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.30 dapat dilihat bahwa pengaruh variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X) dan variabel perilaku konsumtif siswa (Y) memiliki F hitung sebesar 39,663 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X) dan variabel perilaku konsumtif siswa (Y).

Tabel 4.31 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana Output Keempat

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.255	4.490		3.175	.002
	X	.605	.096	.518	6.298	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.31 dapat dilihat bahwa konstanta dan koefisien persamaan regresi linier dapat dilihat dari kolom *B* dengan nilai sebesar 14,255 dan nilai manajemen *e-canteen* sekolah pada kolom *Beta* sebesar 0,605. Berdasarkan pernyataan tersebut, persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

$$= 14,255 + 0,608X$$

Nilai konstanta $\alpha = 14,255$ mengandung makna bahwa jika manajemen *e-canteen* sekolah dianggap sama, maka dapat

diprediksi rata-rata perilaku konsumtif siswa adalah sebesar 14,255. Nilai koefisien $b = 0,608$ mengandung makna bahwa manajemen *e-canteen* sekolah dapat memprediksi perilaku konsumtif siswa secara positif (karena nilai b positif) dan setiap ada perubahan (naik atau turun) pada manajemen *e-canteen* sekolah, maka akan ada perubahan juga pada perilaku konsumtif siswa dengan besaran kelipatan 0,608 atau dengan kata lain jika nilai manajemen *e-canteen* sekolah naik satu poin, maka perilaku konsumtif siswa juga akan naik sebesar 0,608.

Berdasarkan persamaan regresi di atas juga dapat disimpulkan bahwa jika nilai X mempunyai nilai 0, maka masih terdapat persamaan $Y = 14,255$ atau dengan kata lain jika nilai manajemen *e-canteen* sekolah adalah 0. Nilai perilaku konsumtif siswa masih tetap memiliki nilai 14,255. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif siswa tidak hanya dipengaruhi oleh manajemen *e-canteen* sekolah, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor lain.

D. Pembahasan

1. Pelaksanaan Manajemen *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik

. Program *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom merupakan program yang dicanangkan oleh koperasi sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom. Program ini berjalan sejak tahun 2019 dengan

dibina langsung oleh guru SMA Negeri 1 Wringinanom. Usaha ini telah terdaftar sesuai dengan NIB (Nomor Induk Berusaha) sebagai usaha mikro dengan nomor NIB: 1606220054723.

a. Perencanaan Manajemen *E-canteen* Sekolah

Perencanaan program *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom yang paling pertama ialah pembagian tugas atau jobdesk pada petugas dan pengurus kantin. perencanaan ini sesuai dengan segala kebutuhan yang diperlukan *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom. Mulai dari penyusunan menu makanan, penataan area jual, perencanaan program *E-canteen* Sekolah yang bekerjasama dengan pihak luar, perencanaan jadwal menu makanan, perencanaan pengurus pengelola *E-canteen* Sekolah yang berasal dari siswa, dll.⁸⁹

Salah satu hal wajib yang dilakukan oleh petugas kantin adalah pelatihan terhadap petugas kantin dalam melakukan pelayanan kepada pembeli. Pengurus koperasi memberikan penyuluhan kepada petugas kantin mengenai jobdesk tanggung jawab mereka selama berjualan di kantin sekolah.

Selain penyuluhan terhadap petugas kantin, pihak pengurus program *e-canteen* sekolah juga melakukan penyuluhan penggunaan program *e-canteen* terhadap siswa-siswi di SMA Negeri 1 Wringinanom, mulai dari cara *top up*, cara pembayaran,

⁸⁹ Wawancara dengan Ibu Dwi Ardiyanti, S.Pd, M.Pd selaku Penanggungjawab Program *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik pada 21 Juni 2022.

cara pemesanan makanan dan juga cara pengambilan pesanan di outlen kantin.

Perencanaan mengenai menu kantin difokuskan pada pemeriksaan kualitas makanan yang akan dijual-belikan di kantin sekolah SMA Negeri 1 Wringinanom. Pemeriksaan berkala itu bekerja sama langsung dengan Puskesmas Wringinanom selaku pihak yang memiliki kewajiban dan kompetensi dalam pemeriksaan kandungan gizi dan kualitas makanan di kantin sekolah SMA Negeri 1 Wringinanom.

Perencanaan mengenai tata letak kantin di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik meliputi penempatan lokasi kantin yang memenuhi syarat kebersihan. Lokasi kantin ditempatkan tidak dekat dengan tempat pembuangan sampah sementara dan toilet. Hal ini memiliki tujuan agar makanan dan minuman tidak tercemar oleh sampah dan kotoran yang berasal dari tempat pembuangan dan toilet.

b. Pengorganisasian Manajemen *E-canteen* Sekolah

Proses pengorganisasian *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom merupakan hal penting yang harus disusun guna kelancaran proses jual beli di kantin sekolah. bidang usaha *e-canteen* sekolah ini dibina langsung oleh penanggungjawab koperasi sekolah bu Dwi Ardiyanti, S.Pd, M.Pd dengan penasihat

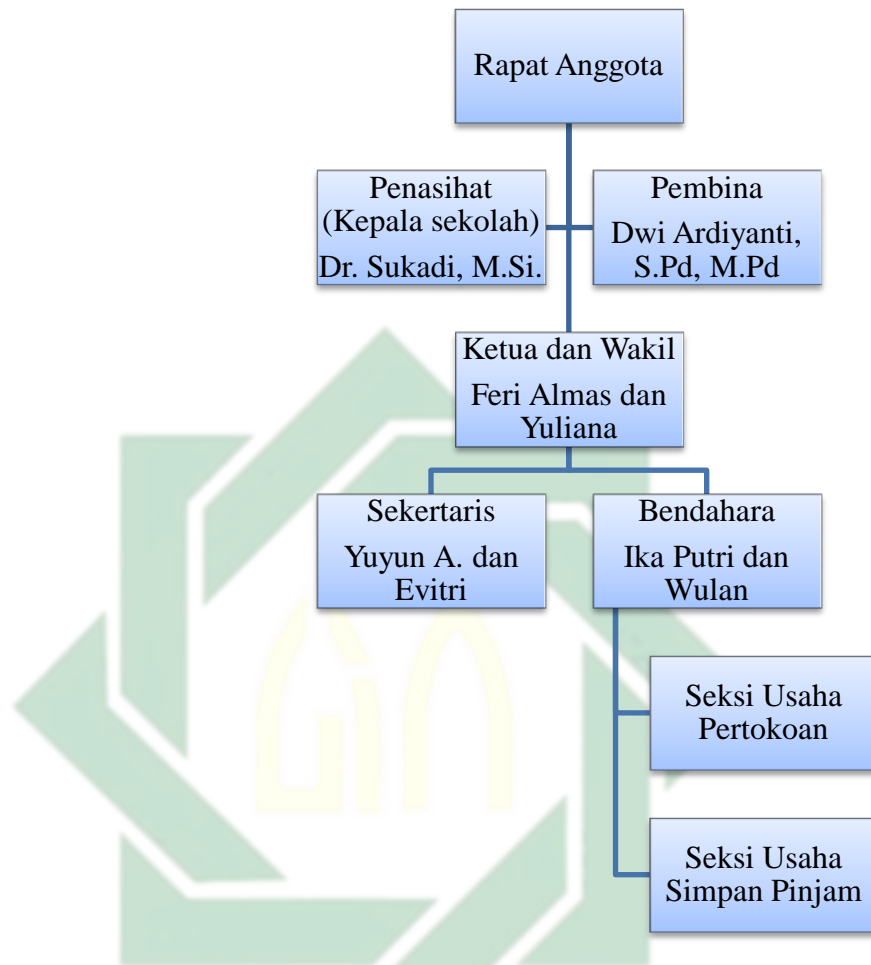
utama kepala sekolah SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik yaitu Drs. Sukadi, M.si.⁹⁰

Pelaksanaan program *e-canteen* sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom memerlukan semua *stakeholder* sekolah. mulai dari baik dari jajaran guru maupun jajaran siswa. Tugas utama guru SMA adalah sebagai pengontrol pelaksanaan *e-canteen* sekolah. Selain pengorganisasian dari jajaran guru, program ini juga membutuhkan bantuan dari jajaran siswa dalam mengelola lancarnya *e-canteen*. Dibutuhkan setidaknya ketua kelas, wakil ketua kelas, sekertaris, dan bendahara sekolah sebagai pencatatan tabungan koperasi per kelas. Berikut bagan organisasi koperasi sekolah sebagai wadah penanggungjawab program *e-canteen* sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik⁹¹:

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁹⁰ Wawancara dengan Ibu Dwi Ardiyanti, S.Pd, M.Pd Selaku Penanggungjawab Program *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik pada 21 Juni 2022

⁹¹ Wawancara dengan Ibu Dwi Ardiyanti, S.Pd, M.Pd Selaku Penanggungjawab Program *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik pada 21 Juni 2022



Bagan 1 Struktur Kepengurusan Koperasi SMA Negeri 1

Wringinanom Gresik

c. Pelaksanaan Manajemen *E-canteen* Sekolah

Kantin merupakan pelayanan khusus yang menyediakan makanan dan minuman untuk para siswa, guru, dan warga sekolah. Bangunan kantin di sekolah SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik berada ditengah-tengah sekolah sehingga dapat dijangkau oleh seluruh warga sekolah. Dengan demikian diharapkan para siswa tidak akan keluar sekolah untuk jajan selama waktu istirahat.

Pelaksanaan pembelian di *e-canteen* SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik mulai dari setiap kartu pelajar siswa memiliki *barcode* dimana siswa dapat mengisi saldo atau *top up* di koperasi sekolah. jika siswa ingin membeli makanadan minuman di kantin, maka siswa dapat memilih menunya lewat computer yang telah disediakan. Setelah menu dipilih siswa akan membayar menggunakan kartu pelajar dan struk pembayaran akan diserahkan pada penjual di stan atau outlet yang dituju.

Proses *top up* ini hanya bisa diakses secara offline atau secara konvensional. Dimana uang yang akan di *top up* harus diserahkan langsung pada petugas koperasi. Adapun nominal minimal siswa-siswi SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik *top up* adalah sebesar 10.000 rupiah, untuk nominal maksimal *top up* tidak dibatasi oleh pihak sekolah. Pelayanan pembelian dilaksanakan dimana pembeli menunggu dilayani oleh petugas kantin sesuai dengan pesanan yang disebut *Wait service system*, jam buka kantin dimulai dar 08:00 Pagi 04:00 sore.⁹²

Pelaksanaan penjualan menu makanan dikantin sekolah SMA Negeri 1 Wringinanom juga diatur penuh pihak koperasi, dimana menu yang disediakan sudah diatur sesuai dengan gizi dan kebutuhan siswa-siswi Sekolah Menengah Atas yang masih dalam tahap pertumbuhan dan perkembangan. Setiap minggunya menu

⁹² Wawancara dengan Ibu Dwi Ardiyanti, S.Pd, M.Pd Selaku Penanggungjawab Program *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik pada 21 Juni 2022

akan diacak setiap outletnya. Menu tersebut antara lain adalah bakso, mie ayam, soto, pecel, dll.

Kantin di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik memiliki 4 outlet dimana 3 outlet bekerja sama dengan pihak luar sebagai penjual kantin, dan 1 outlet digunakan siswa-siswi SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik untuk pelatihan kewirausahaan dengan praktek usaha untuk menjual-belikan makanan di kantin. Dengan begitu, selain sebagai inovasi penggunaan uang elektronik, program *e-canteen* ini juga membantu siswa untuk belajar berwirausaha dan mandiri. Outlet yang disewakan pihak luar.⁹³

d. Pengawasan dan Evaluasi Manajemen *E-canteen* Sekolah

Pengawasan program *e-canteen* SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik dilakukan secara berkala setiap 1 bulan sekali. Pengawasan dan evaluasi tersebut meliputi pengawasan gizi dan kesehatan makanan, pengawasan terhadap kinerja petugas kantin dan pengawasan administrasi keuangan kantin.

Pengawasan gizi dan kesehatan makanan di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik dilakukan oleh dua pihak yakni pihak internal yaitu Petugas Koperasi sekolah dan pihak puskesmas Wringinanom. Puskesmas melakukan pengecekan laboratorium terhadap kandungan gizi makanan yang akan diperjualbelikan di kantin sekolah. sedangkan pihak internal juga membantu

⁹³ Wawancara dengan Ibu Dwi Ardiyanti, S.Pd, M.Pd selaku Penanggungjawab Program *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik pada 21 Juni 2022

mengontrol hasil masakan petugas kantin yang terkadang dinilai kurang nikmat.⁹⁴

Pengawasan dan evaluasi juga melihat pada kinerja petugas kantin dan koperasi, evaluasi ini dapat diperoleh dari konsumen utama yaitu para peserta didik SMA Negeri 1 Wringinanom. Jika terdapat complain mengenai pelayanan *e-canteen* SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik, maka penanggungjawab koperasi akan melakukan penyuluhan kembali kepada pihak yang bersangkutan.

Evaluasi *e-canteen* sekolah mengenai administrasi keuangan dikelola penuh oleh petugas koperasi. Dengan adanya system pemesanan secara digital, dapat sepenuhnya membantu proses pencatatan. Setiap bulannya, petugas koperasi akan merangkum pengeluaran dan pemasukan uang yang dikelola masing- masing outlen kantin. Adanya system *e-canteen* juga mempermudah pihak koperasi untuk menyusun laporan tahunan yang dihadiri oleh anggota koperasi. Rapat tahunan ini merupakan pembagian sisa hasil usaha anggota selama satu tahun. Karena *e-canteen* SMA Negeri 1 Wringinanom dibawah naungan koperasi siswa maka keuntungan *ecanteen* sekolah menjadibagian dari keuntungan anggota koperasi.

⁹⁴ Wawancara dengan Ibu Dwi Ardiyanti, S.Pd, M.Pd selaku Penanggungjawab Program *E-canteen* Sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik pada 21 Juni 2022

2. Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik

Perilaku konsumtif siswa-siswi di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik cukup menunjukkan ciri-ciri siswa yang berperilaku konsumtif, hal itu jelas terjadi ketika waktu istirahat tiba dan ketika jam pulang sekolah. Ketika istirahat sekolah, siswa-siswi cenderung banyak menghabiskan waktu di kantin ataupun di koperasi sekolah untuk jajan makanan. Sedangkan ketika pulang sekolah mereka juga masih menyempatkan untuk mampir membeli jajan di kantin ataupun dikoperasi, sehingga tak jarang waktu tutup kantin menjadi terlambat sesuai dengan jadwal.

Peserta didik SMA Negeri 1 Wringinanom yang memiliki jadwal cukup padat tentunya membutuhkan kebutuhan karbohidrat yang cukup. Kandungan karbohidrat tersebut dapat diperoleh dari penyiapan bekal makanan yang disiapkan dari rumah masing-masing siswa ataupun membeli makanan berat yang disediakan kantin sekolah. namun cenderung siswa-siswi SMA Negeri 1 Wringinanom yang malas untuk menyiapkan bekal, mereka akan membeli makanan diluar.

Kemudahan yang ditawarkan oleh system *e-canteen* sekolah SMA Negeri 1 Wringinanom juga menjadikan siswa cenderung berperilaku berlebihan. Para peserta didik dalam membeli makanan dan minuman secara spontanitas karena pemesanan tinggal pilih di layar kaca computer, akibatnya keuangan sulit dikontrol dan menimbulkan tindakan pemborosan.

3. Pengaruh Manajemen *E-canteen* Sekolah terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik

Berdasarkan pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik.

Berdasarkan pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat pengaruh variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X) dan variabel perilaku konsumtif siswa (Y) memiliki F hitung sebesar 39,663 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X) dan variabel perilaku konsumtif siswa (Y). maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa manajemen *e-canteen* sekolah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa.

Sesuai dengan koefisien determinasi yang dibuktikan dengan hasil perhitungan uji hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X) dan variabel perilaku konsumtif siswa (Y) sebesar 0,518. Sedangkan, persentase pengaruh variabel manajemen *e-canteen* sekolah (X) dan variabel perilaku konsumtif siswa (Y) dapat dilihat pada nilai *R Square* yaitu sebesar 0,269 dimana nilai ini merupakan koefisien determinansi yang

mengandung makna bahwa sebesar 26% variabel perilaku konsumtif siswa (Y) dapat dipengaruhi oleh manajemen *e-canteen* sekolah (X).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan berbagai langkah penelitian mulai dari penyajian, pemaparan serta analisis data tentang “Pengaruh Manajemen *e-canteen* sekolah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen *e-canteen* sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik dilaksanakan dengan cukup baik. Hasil tersebut terbukti dengan hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa sesuai dengan pengskoran menggunakan skor ideal sebesar 61% yang memiliki makna kategori cukup baik, karena termasuk dalam interval 56% - 75%.
2. Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik dilaksanakan dengan cukup baik. Hasil tersebut terbukti dengan hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa sesuai dengan pengskoran menggunakan skor ideal sebesar 50% yang memiliki makna kategori kurang, karena termasuk dalam interval 40% - 55%.
3. Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif diperoleh *R Square* sebesar ,269 atau 26,9% yang artinya sebesar 73,1% yang diperoleh dari (100% - 26,9%) memiliki korelasi dengan variabel lain diluar pembahasan pada penelitian ini. Hasil dari analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai konstanta sebesar 14,255 artinya nilai konstanta variabel manajemen *e-*

canteen sekolah 14,255, sedangkan koefisien regresi variabel X sebesar 0,608 artinya apabila manajemen *e-canteen* sekolah mengalami penambahan 1%, maka perilaku konsumtif siswa mengalami peningkatan sebesar 0,608. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh manajemen *e-canteen* sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa memiliki arah yang positif. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa manajemen *e-canteen* sekolah di SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik memiliki pengaruh yang positif sebesar 26,9% sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti ingin memberikan saran untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan perbaikan kedepannya, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi siswa SMA Negeri 1 Wringinanom Gresik sebagai pengguna program *e-canteen*, agar dapat meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan uang elektronik dengan lebih mempertimbangkan fungsi/kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi barang/jasa sesuai kebutuhan dan mendahulukan kebutuhan tersebut, serta menggunakan skala prioritas.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat menggunakan variabel independen yang berbeda dan beragam, serta memperluas responden dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina Hasyim. *Metode Penelitian dan Pengembangan di Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Aditiyo Cahyo Nugroho, Gusti Rahana Putra, dan Desti Fitriati. "Implementasi e-Kantin di Fakultas Teknik Universitas Pancasila." *Semnati* 2, no. 1 (Juli 2019): 301–6.
- Akhmad Fatah Rusdi dan Agus Nursikuwagus. "E-Kantin UNIKOM Sebagai Layanan Pemesanan Berbasis WEB." Universitas Komputer Indonesia, 2019. <https://repository.unikom.ac.id/id/eprint/58441>.
- Amirullah. *Metode Penelitian Manajemen (Populasi dan Sampel)*. Malang: Bayu Media Publishing, 2015.
- Aruma, dan Malvins Enwuvesi. "Abraham Maslow's Hierarchy Of Needs And Assesment of Needs In Community Development." *International Journal of Development and Economic Sustainability* 5, no. 7 (Desember 2017): 18.
- Astrid, Regiana, Heri Sunaryanti, dan Heni Nopianti. "Perilaku Konsumtif Pelajar Sekolah Menengah Atas (Studi Kasus di Restoran Siap Saji Panties Pizza, Kota Bengkulu." *Jurnal Sosiologi Nusantara* 3, no. 1 (Juni 2018): 7.
- Atika Nyimas. "Pengaruh Pelaksanaan Kantin Kejujuran Dalam Membentuk Akhlak Siswa di SDN 114 Palembang." *El-Idare: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (Desember 2016): 105.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa). "Kamus Besar Bahasa Indonesia." Diakses 12 Maret 2022. <https://kbbi.web.id/kantin>.
- Blasius Sudarsono. "Memahami Dokumentasi." *Jurnal Acarya Pustaka* 3, no. 1 (Juni 2017): 56.
- Dawi, Yohakim, Intje Picauly, dan Lewi Jutomo. "Hubungan Pengetahuan Gizi Dan Sikap Anak Sekolah Dengan Perilaku Memilih Makanan Jajanan Di Sekolah Menengah Pertama (Smp) Negeri 2 Kota Kupang." *Jurnal Pangan, Gizi dan Kesehatan* 5, no. 1 (April 2013): 709.
- Decky Hendarsyah. "Pengggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 5, no. 1 (Juni 2016): 1–15.
- Dewi Ulfah Anggreini dan Moh. Nurul Qomar. "Fenomena Penggunaan Uang Elektronik bagi Konsumen Muslim." *Jihbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (Juni 2021).
- Dina Andayanti. "Kantin Kejujuran Berbasis Teknologi Informasi." *Jurnal Teknologi Technoscintia* 4, no. 2 (Februari 2017): 128.
- Dodit Aditya setiawan. *Metodologi Penelitian Hipotesis*. Yogyakarta: Media Nuha, 2011.
- Erina Ashtye dan Syunu Trihantoyo. "Efektivitas Layanan Khusus Kantin Digital (E-Canteen) Dalam Meningkatkan Digital Quotients Siswa." *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 8, no. 4 (Juni 2020): 525.
- Farida Rohmah. "Perkembangan Uang Elektronik pada Perdagangan di Indonesia." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 6, no. 1 (Juni 2018): 3.

- Firmansyah, Dani. "Pengaruh Strategi Pembelajaran dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Matematika." *Jurnal Pendidikan Unsika* 3, no. 1 (Maret 2015): 35.
- Fransisca dan Tommy Suyasa. "Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran." *Jurnal Phronesis* 7, no. 2 (Desember 2015): 177.
- Galabo, Norman Raotraot. "Canteen Service And Student's Satisfaction." *International Journal of Scientific & Technology Research* 8, no. 6 (Juni 2019): 114.
- Gogi Kurniawan. *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui E-Commerce*. Jakarta: Mitra Abisatya, 2020.
- Gubernur Bank Indonesia. Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik, t.t.
- Hasbullah. *Otonomi Pendidikan*. Jakarta: PT Rajawali Pers, 2010.
- Ilham dan Hermawati. "Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian Di Desa Lagego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur." *Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 1 (April 2018): 18–19.
- Indonesia, Republik. *Undang-undang Republik Indonesia No 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen & Undang-undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 tentang sisdiknas*. Bandung: Permana, 2006.
- Irwan. *Etika dan Perilaku Kesehatan*. Yogyakarta: CV Absolute Media, 2017.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. *Kantin Sehat SMA di Masa Kebiasaan Baru*. Jakarta: Direktorat Sekolah Menengah Atas, 2020.
- M. Anang Firmansyah. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Maemunah, dan Dedi Rianto Rahadi. "Analisis Perilaku Konsumen Berdasarkan Tipe Kepribadian Pada Bisnis Online Selama Pandemi." *Jurnal Manajemen dan Profesional* 1, no. 1 (Desember 2020): 16.
- Mauludin, Dwi Ronin, dan Ria Susanti Johan. "Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Uniersitas Inraprasta PGRI." *Journal of Applied Business and Economic* 7, no. 2 (Desember 2020): 211.
- Mensink, Frederike, Saskia Antoinette Schwinghammer, dan Astrid Smeets. "The Healthy School Canteen Programme: A Promising Intervention to Make the School Food Environment Healthier." *Journal of Environmental and Public Health* 3, no. 1 (Maret 2013): 3.
- Minanda, Ade, Suharty Roslan, dan Dewi Anggraini. "Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Polotik Universitas Halu Oleo Kendari." *Neo Societal* 3, no. 2 (Agustus 2018): 436.
- Miswan Ansori. "Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah." *Wahana Islamika: Jurnal Studi Islam* 5, no. 1 (April 2019).
- Morissan. *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

- Munandar, Aris, dan Rangga Sanjaya. "Aplikasi Manajemen Order Tenan di Kantin Telkom University." *Jurnal E-Prosding Teknik Informatika* 2, no. 1 (Juni 2021): 281.
- Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Notoadmodjo, Soekidjo. *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013." *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 9, no. 2 (Oktober 2016): 147–48.
- Oktaviana. *Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Perilaku Bullying*. Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- Rafika Ulfa. "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan." *Jurnal Pendidikan dan Keislaman* 1, no. 1 (April 2021): 346.
- Sahrani, Sohari, dan Ru'fah Abdullah. *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sari, Chandra Kartika. "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Ngraho." *Jurnal Information Technology And Education* 2, no. 1 (Juli 2017): 18.
- Setyowati. *Organisasi dan Kepemimpinan Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sherly Pangestika dan Klemens Wedanaji Prasastyo. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kotrol Perilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen di DKI Jakarta." *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 19, no. 1 (November 2017): 252.
- Simson Hutagalung dan Mirwan Sirya Perdhana. "Pengaruh Karakteristik Demografis (Usia, Gender, Pendidikan), Masa Kerja Dan Kepuasan Gaji Terhadap Komitmen Afektif) (Studi Pada Tenaga Paramedik Non-PNS RSUD Kota Semarang)." *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* 13, no. 1 (Desember 2016): 172.
- Sipunga, Puspita Nilawati. "Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang." *Journal of Social and Industrial Psychology* 3, no. 1 (Oktober 2014): 56.
- Sitanggang, Nathanael, dan Abdul Hasan Saragih. "Studi Karakter Siswa SLTA di Kota Medan." *Jurnal Teknolohi Pendidikan* 6, no. 2 (Oktober 2013): 188.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sumarto. "Budaya, Pemahaman dan Penerapannya (Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi)." *Jurnal Literasiologi* 1, no. 2 (Desember 2019): 148.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

- Sunyoto, Danang. *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Supranto dan Nandan Limakrisna. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Wagner dan Hollenbeck. *Organizational Behavior Securing Competitive Advantage*. New York: Routledge, 2010.
- Waruru, Khamo. "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (Desember 2018): 84.
- Werang, Basilius R. *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi, 2015.
- Wildan Zulkarnain. *Manajemen Layanan Khusus di Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Wood, Ivonne. *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelayanan Anda*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Yasin'ta Aulia Nurachma dan Sandy Arief. "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016." *Economic Education Analysis Journal* 6, no. 2 (Juni 2017): 492.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A