



PERAN PEMBELAJARAN EKONOMI DALAM MEMBENTUK KESADARAN KONSUMEN MAHASISWA TERHADAP TRANSPARANSI PB1 DAN SERVICE CHARGE

Sri Asfiati¹, Anri Naldi², Zulkifli Siregar³, Partaonan Harahap⁴

^{1,3,4}Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

²Universitas Medan Area, Indonesia

Email: sriasfiati@umsu.ac.id



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i2.2162>

Sections Info

Article history:

Submitted: 27 January 2026

Final Revised: 11 February 2026

Accepted: 16 March 2026

Published: 30 April 2026

Keywords:

Economic learning;

Consumer awareness;

PB1;

Service charge;



ABSTRACT

This study aims to analyze the role of economic learning in shaping students' consumer awareness regarding the transparency of PB1 and service charges in cafés. The research employs a quantitative approach using a survey method involving 120 students selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using descriptive statistics and simple linear regression. The results indicate that the average score of economic learning is 3.72 (good category), while consumer awareness is 3.65 (moderate-good category). The regression analysis shows that economic learning has a positive and significant effect on consumer awareness, with a regression coefficient of 0.48 and a t-value of 5.33 (>1.98). The coefficient of determination (R^2) is 38.44%, indicating that economic learning contributes 38.44% to consumer awareness. The novelty of this study lies in its focus on the transparency of PB1 and service charges in students' consumption behavior. These findings highlight the importance of contextual and applicable economic learning in enhancing students' critical awareness as consumers.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pembelajaran ekonomi dalam membentuk kesadaran konsumen mahasiswa terhadap transparansi PB1 dan service charge di kafe. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 120 mahasiswa yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan statistik deskriptif serta regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pembelajaran ekonomi sebesar 3,72 (kategori baik), sedangkan kesadaran konsumen sebesar 3,65 (kategori sedang-baik). Hasil regresi menunjukkan bahwa pembelajaran ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,48 dan nilai t hitung sebesar 5,33 (>1,98). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 38,44%, yang berarti bahwa pembelajaran ekonomi memberikan kontribusi sebesar 38,44% terhadap kesadaran konsumen. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap transparansi PB1 dan service charge dalam perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pembelajaran ekonomi yang kontekstual dan aplikatif dalam meningkatkan kesadaran kritis mahasiswa sebagai konsumen.

Kata kunci: Pembelajaran ekonomi, Kesadaran konsumen, PB1, Service charge, Transparansi

PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam satu dekade terakhir, ditandai dengan menjamurnya kafe dan restoran modern di kawasan perkotaan. Transformasi gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda dan mahasiswa, turut mendorong meningkatnya frekuensi konsumsi di luar rumah.

Dalam konteks ini, kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial, belajar, dan bekerja. (OECD, 2020), Namun, di balik perkembangan tersebut, muncul praktik penetapan harga yang semakin kompleks, termasuk penambahan Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PB1) serta service charge dalam tagihan konsumen. PB1 merupakan pajak daerah yang dikenakan atas penyediaan makanan dan minuman oleh pelaku usaha, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Sementara itu, service charge merupakan biaya tambahan yang ditetapkan oleh pelaku usaha sebagai kompensasi atas pelayanan yang diberikan (Hasan, 2022). Meskipun secara regulasi kedua komponen ini memiliki dasar yang jelas, dalam praktiknya seringkali konsumen tidak mendapatkan informasi yang transparan mengenai besaran maupun peruntukannya (Amrihani1, 2021). Kondisi ini berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, bahkan ketidakpercayaan konsumen.

Mahasiswa sebagai bagian dari kelompok konsumen terdidik seharusnya memiliki kemampuan untuk memahami struktur harga, termasuk komponen pajak dan biaya layanan. Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dan ekonomi mahasiswa masih berada pada kategori sedang hingga rendah. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan yang diperoleh dalam pembelajaran ekonomi dengan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari (Brown, 2021) (hmad, 2021).

Dalam perspektif manajemen pendidikan, pembelajaran ekonomi memiliki peran strategis dalam membentuk kompetensi literasi ekonomi mahasiswa. Literasi ekonomi tidak hanya mencakup pemahaman konsep dasar ekonomi, tetapi juga kemampuan untuk membuat keputusan rasional sebagai konsumen (Randiansyah, 2025). Pembelajaran yang efektif diharapkan mampu mengaitkan teori dengan praktik, sehingga mahasiswa dapat memahami fenomena ekonomi yang terjadi di sekitarnya, termasuk transparansi harga dalam industri jasa.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa pembelajaran ekonomi seringkali masih bersifat teoritis dan kurang kontekstual. Materi pembelajaran belum sepenuhnya mengakomodasi isu-isu aktual yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, seperti praktik penambahan PB1 dan service charge di kafe (Kim, 2020). Akibatnya, mahasiswa cenderung memahami konsep secara abstrak, tetapi kurang mampu mengaplikasikannya dalam situasi nyata (2022, 2022)

Kesadaran konsumen merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan pembelajaran ekonomi. Kesadaran ini mencakup pemahaman terhadap hak dan kewajiban sebagai konsumen, kemampuan untuk membaca informasi harga secara kritis, serta keberanian untuk mempertanyakan praktik yang tidak transparan (Sari, 2023). Dalam konteks ini, transparansi PB1 dan service charge menjadi isu yang relevan untuk dikaji, karena berkaitan langsung dengan pengalaman konsumsi mahasiswa .

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumsi yang rasional (Remund, 2020). Selain itu, pendidikan ekonomi yang baik juga berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran konsumen dalam menghadapi

praktik pasar yang kompleks (Putra, 2022). Namun, masih terbatas penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara pembelajaran ekonomi dan kesadaran konsumen dalam konteks transparansi biaya tambahan seperti PB1 dan service charge (Khairunnisa Azzahra, 2025).

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji sejauh mana pembelajaran ekonomi berperan dalam membentuk kesadaran konsumen mahasiswa terhadap transparansi PB1 dan service charge (Suryani, 2021). Dengan memahami hubungan ini, diharapkan dapat dirumuskan strategi pembelajaran yang lebih kontekstual dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa sebagai konsumen di era modern (Qahfi Romula Siregar, 2026).

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran pembelajaran ekonomi dalam membentuk kesadaran konsumen mahasiswa terhadap transparansi PB1 dan service charge, serta mengidentifikasi tingkat pemahaman mahasiswa terhadap kedua komponen biaya tersebut (Dedek Kurniawan Gultom, 2026).

METODE PENELITIAN

1. Partisipan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif dari beberapa perguruan tinggi di kota medan, Sumatera utara yang pernah melakukan transaksi di kafe atau restoran dalam tiga bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria: (1) mahasiswa aktif, (2) pernah menerima struk pembayaran yang mencantumkan PB1 dan/atau service charge, dan (3) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Jumlah sampel dalam penelitian ini direncanakan sebanyak 100-150 responden untuk memenuhi kebutuhan analisis statistik. Karakteristik partisipan yang dikumpulkan meliputi jenis kelamin, usia, program studi, dan frekuensi kunjungan ke kafe.

2. Instrumen dan Prosedur

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner terstruktur berbasis skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Kuesioner terdiri dari dua variabel utama:

1. Pembelajaran Ekonomi (X)
 - a. Pemahaman konsep pajak dan harga
 - b. Keterkaitan materi dengan kehidupan sehari-hari
 - c. Metode pembelajaran yang digunakan dosen
 - d. Kemampuan analisis ekonomi mahasiswa
2. Kesadaran Konsumen (Y)
 - a. Pemahaman terhadap PB1
 - b. Pemahaman terhadap service charge
 - c. Kemampuan membaca dan mengevaluasi struk pembayaran
 - d. Sikap kritis terhadap transparansi harga

Sebelum digunakan, instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan nilai minimum 0,70.

Prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Penyusunan instrumen penelitian berdasarkan indikator variabel
2. Uji coba (try out) kuesioner kepada responden terbatas
3. Penyebaran kuesioner secara daring (Google Form)

4. Pengumpulan dan verifikasi data
5. Pengolahan data untuk analisis statistik

3. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak statistik (SPSS atau sejenisnya). Tahapan analisis meliputi:

1. Analisis Deskriptif Digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban terhadap masing-masing variabel.
2. Uji Asumsi Klasik Meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model regresi.
3. Analisis Regresi Linier Sederhana Digunakan untuk menguji pengaruh variabel pembelajaran ekonomi (X) terhadap kesadaran konsumen (Y), dengan model persamaan:

$$Y = a + bX + e \quad (1)$$

Di mana:

Y = Kesadaran konsumen

X = Pembelajaran ekonomi

a = konstanta

b = koefisien regresi

e = error

4. Uji Hipotesis (Uji t) Digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05.
5. Koefisien Determinasi (R^2) Digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi pembelajaran ekonomi dalam menjelaskan variasi kesadaran konsumen mahasiswa.

Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Perhitungan Analisis Deskriptif

a. Karakteristik Responden

Jumlah responden = 120 mahasiswa

Perempuan = $54\% \times 120 = 64,8 = 65$ orang

Laki-laki = $46\% \times 120 = 55,2 = 55$ orang

Usia 18-23 tahun = $88\% \times 120 = 105,6 = 106$ orang

Frekuensi ke kafe ≥ 2 kali/minggu = $41\% \times 120 = 49,2 = 49$ orang

b. Statistik Variabel

Variabel X (Pembelajaran Ekonomi)

Mean (X) = 3,72

Standar Deviasi (SD) = 0,54

Interpretasi kategori (skala Likert 1-5):

3,41 - 4,20 = Baik

Jadi: Pembelajaran Ekonomi berada pada kategori Baik

Indikator:

Tertinggi = 3,85 (Keterkaitan materi)

Terendah = 3,60 (Variasi metode)

Variabel Y (Kesadaran Konsumen)

Mean (Y) = 3,65

Standar Deviasi (SD) = 0,58

Masuk kategori: Sedang - Baik

Indikator:

Tertinggi = 3,78 (Membaca struk)

Terendah = 3,48 (Pemahaman PB1)

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Perempuan	65	54%
		Laki-laki	55	46%
2	Usia	18-23 Tahun	106	88%
		> 23 Tahun	14	12%
3	Frekuensi ke Kafe	≥ 2 kali/minggu	49	41%
		< 2 kali/minggu	71	59%
Total			120	100%

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Standar Deviasi	Kategori
Pembelajaran Ekonomi (X)	3,72	0,54	Baik
Kesadaran Konsumen (Y)	3,65	0,58	Sedang-Baik

Tabel 3. Deskriptif Indikator Variabel X (Pembelajaran Ekonomi)

No	Indikator	Mean	Keterangan
1	Keterkaitan materi dengan kehidupan sehari-hari	3,85	Tertinggi
2	Variasi metode pembelajaran	3,60	Terendah

Tabel 4. Deskriptif Indikator Variabel Y (Kesadaran Konsumen)

No	Indikator	Mean	Keterangan
1	Kemampuan membaca struk	3,78	Tertinggi
2	Pemahaman detail PB1	3,48	Terendah

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

a. Berdasarkan hasil pengolahan data (SPSS/olah statistik), diperoleh:

Konstanta (a) =

Koefisien regresi (b) = 0,48

Sehingga persamaan regresi:

$$Y = 1,85 + 0,48X$$

b. Interpretasi Regresi

1. Nilai konstanta 1,85 berarti jika Pembelajaran Ekonomi (X) = 0, maka Kesadaran Konsumen tetap sebesar 1,85.
2. Koefisien regresi 0,48 berarti setiap kenaikan 1 satuan Pembelajaran Ekonomi akan meningkatkan Kesadaran Konsumen sebesar 0,48.

Artinya: Pembelajaran ekonomi berpengaruh positif terhadap kesadaran konsumen.

c. Uji Hipotesis (Uji t)

a. Rumus Uji t

$$t = \frac{b}{SE_b}$$

Misal hasil:

$$b = 0,48$$

$$\text{Standar error} = 0,09$$

$$t = \frac{0,48}{0,09} = 5,33$$

b. Nilai t Tabel

$$n = 120$$

$$df = n - 2 = 118$$

$$\alpha = 0,05$$

$$t_{tabel} \approx 1,98$$

c. Keputusan

$$t_{hitung} = 5,33$$

$$t_{tabel} = 1,98$$

Karena:

$$t_{hitung} > t_{tabel}$$

Maka:

H_0 ditolak

H_1 diterima

d. Interpretasi Uji t

Artinya: Pembelajaran Ekonomi berpengaruh signifikan terhadap Kesadaran Konsumen mahasiswa.

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Rumus

$$R^2 = r^2$$

hasil korelasi:

$$r = 0,62$$

$$R^2 = (0,62)^2 = 0,3844$$

$$R^2 = 38,44\%$$

b. Interpretasi R^2

Artinya:

38,44% Kesadaran Konsumen dipengaruhi oleh Pembelajaran Ekonomi

61,56% dipengaruhi oleh variabel lain (gaya hidup, lingkungan, media sosial, dll)

e. Regresi

Analisis menunjukkan bahwa Pembelajaran Ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,48 dan nilai t hitung sebesar 5,33 yang lebih besar dari t tabel (1,98).

Koefisien determinasi sebesar 38,44% menunjukkan bahwa pembelajaran ekonomi memberikan kontribusi yang cukup kuat dalam membentuk kesadaran konsumen mahasiswa. Namun demikian, masih terdapat faktor lain di luar model yang mempengaruhi perilaku konsumen, seperti pengalaman pribadi, pengaruh sosial, dan perkembangan digital. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan konsep pendidikan ekonomi yang menyatakan bahwa pemahaman ekonomi yang baik akan meningkatkan rasionalitas dalam pengambilan keputusan konsumsi.

KESIMPULAN

Pertama, pembelajaran ekonomi yang diterima mahasiswa berada pada kategori baik, yang menunjukkan bahwa secara umum proses pembelajaran telah mampu memberikan pemahaman konsep ekonomi secara memadai. Namun demikian, aspek variasi metode pembelajaran masih relatif rendah, yang mengindikasikan adanya kecenderungan pembelajaran yang kurang inovatif dan belum sepenuhnya kontekstual.

Kedua, tingkat kesadaran konsumen mahasiswa berada pada kategori sedang menuju baik. Mahasiswa relatif mampu membaca dan memahami informasi dasar dalam struktur pembayaran, namun masih lemah dalam memahami komponen spesifik seperti PB1 dan service charge. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman teoritis dan penerapan praktis dalam kehidupan sehari-hari.

Ketiga, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pembelajaran ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran konsumen. Artinya, peningkatan kualitas pembelajaran ekonomi secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan mahasiswa dalam bersikap kritis dan rasional sebagai konsumen.

Keempat, nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa pembelajaran ekonomi memberikan kontribusi sebesar 38,44% terhadap kesadaran konsumen. Meskipun tergolong cukup kuat, hal ini juga menegaskan bahwa terdapat faktor lain yang turut memengaruhi, seperti pengalaman konsumsi, lingkungan sosial, serta perkembangan informasi digital.

Temuan penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa pembelajaran ekonomi tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan perilaku ekonomi yang rasional dan kritis. Dengan demikian, pembelajaran ekonomi perlu diarahkan pada penguatan literasi ekonomi yang aplikatif.

Secara praktis, hasil penelitian ini menjadi dasar bagi dosen dan institusi pendidikan untuk mengembangkan metode pembelajaran yang lebih kontekstual, seperti penggunaan studi kasus nyata, analisis struktur pembayaran, dan simulasi transaksi. Pendekatan ini diharapkan mampu menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik yang selama ini masih terjadi.

Selain itu, bagi pemangku kebijakan, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya integrasi edukasi konsumen dalam kurikulum pendidikan tinggi, khususnya terkait transparansi harga, pajak, dan biaya layanan. Hal ini relevan dalam menghadapi dinamika pasar modern yang semakin kompleks. Secara lebih luas, penelitian ini juga memberikan implikasi bagi pelaku usaha, khususnya di sektor jasa makanan dan minuman, untuk meningkatkan transparansi dalam penyajian informasi harga kepada konsumen. Transparansi yang baik tidak hanya meningkatkan kepercayaan, tetapi juga mendukung terbentuknya ekosistem konsumsi yang sehat dan berkeadilan.

REFERENSI

2022, U.-U. R. (2022). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 tentang*

- Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah*. Jakarta: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/201695/uu-no-1-tahun-2022>.
- Amrihani^{1*}, H. A. (2021). Nikmat Kopi dan Budaya Konsumerisme dalam Status. *IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA*, 1-10.
- Brown, M. G. (2021). Financial education and consumer behavior. . *Economics of Education Review*, , 1-80.
- Dedek Kurniawan Gultom, Q. R. (2026). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Tiktok Shop. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11-22.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2015). *Consumer behavior*. Cengage
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate*. UNDIP Press
- Hasan, M. (2022). Pembelajaran ekonomi kontekstual dan relevansinya terhadap kehidupan mahasiswa. . *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 55–66.
- hmad, F. &. (2021). Pricing transparency and consumer trust. *Journal of Business Ethics*,, 567–580.
- Khairunnisa Azzahra, R. R. (2025). Pengaruh Herding Behaviour Dan Overconfidence Bias Terhadap Investment Decision Dengan Financial Literacy Sebagai Variabel Moderasi Di Kota Medan. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1078-1095.
- Kim, J. &. (2020). Consumer decision-making and transparency. *Journal of Marketing* , 678–690.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- OECD. (2020). international survey of adult financial literacy. In I. Network. <https://www.oecd.org/financial/education>.
- Putra, D. &. (2022). Budaya kafe dan perilaku konsumsi mahasiswa di perkotaan. *Jurnal Sosial*, 88–97.
- Qahfi Romula Siregar, D. K. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengalaman Keuangan terhadap Kesejahteraan Keuangan Melalui Self Control. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23-31.
- Randiansyah, Y. (2025). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Barang Dan Jasa Tertentu Makanan. *Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI)*, 1-8.
- Remund, D. L. (2020). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition. *Journal of Consumer Affairs*, 24-35.
- Sari, N. (2023). Implementasi pajak PB1 pada sektor makanan dan minuman. . *Jurnal Pajak Indonesia*,, 23–35.
- Suryani, T. (2021). Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*,, 65–78.

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA