

BAB 1

PENDAHULUAN

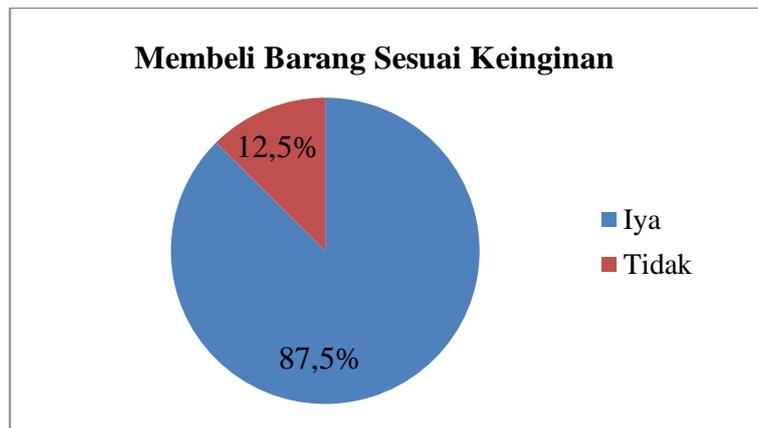
1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia tidak akan pernah bisa lepas dari kegiatan konsumsi karena manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhan agar dapat bertahan hidup dan hidup dengan layak. Dengan adanya teknologi yang semakin canggih memberikan dampak terhadap perkembangan sarana dan prasarana untuk berbelanja menjadi bertambah banyak, menarik dan mudah ditemui. Produk-produk yang ditawarkan tidak hanya barang yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga terdapat produk yang dapat memuaskan kesenangan para konsumen. Hal ini menyebabkan munculnya keinginan untuk meningkatkan konsumsi yang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan semata namun cenderung kepada keinginan untuk kepuasan sendiri. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul, sehingga konsumsi masyarakat selalu bertambah dari waktu ke waktu.

Tingkat konsumsi yang tidak terkendali ini secara tidak langsung akan membentuk kecenderungan berperilaku konsumtif pada seseorang. Menurut Pratiwi (2014:2) “aktivitas konsumsi yang dilakukan karena kemauan akan memunculkan suatu perilaku konsumtif”. Padahal seharusnya konsumen dapat bertindak rasional dalam memenuhi kebutuhannya, namun kenyataannya tidak sedikit konsumen yang berperilaku tidak rasional dengan membeli barang yang tidak begitu diperlukan. Pola konsumsi yang tidak rasional ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, salah satunya telah merambah ke kalangan remaja yang sebagian besar belum memiliki penghasilan sendiri, termasuk di dalamnya kalangan mahasiswa. Seperti yang dikatakan oleh Anggraeni (2018:173) “mahasiswa biasanya sangat mudah terbujuk oleh rayuan iklan, sering tidak realistis dan suka boros dalam membelanjakan uang sakunya”.

Menurut Tambunan dalam Dikria (2016:147) “perilaku konsumtif adalah kemauan untuk mengkonsumsi barang yang sebenarnya tidak begitu diperlukan secara berlebihan dalam mencapai kepuasan yang maksimal. Tidak terdapat manfaat dalam perilaku konsumtif, karena perilaku konsumtif selain dapat

mengurangi pendapatan tetapi juga dapat menimbulkan sifat boros”. Maka seseorang dapat dikatakan memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif apabila melakukan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan semata, melainkan sudah pada taraf keinginan yang berlebihan.



Gambar 1.1 Persentase Membeli Barang Sesuai Keinginan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Gambar 1.1 menunjukkan hasil penyebaran kuesioner melalui *google form* pada 32 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi yang menjadi sampel pra penelitian yang menunjukkan 87,5% atau 27 mahasiswa sering melakukan pembelian bukan didasarkan pada kebutuhan sebenarnya, melainkan sesuai dengan keinginannya yang dilakukan semata-mata demi kesenangan. Keinginan tersebut pada pembelian barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa memperdulikan kegunaannya, seperti keinginan untuk meniru orang lain, untuk menjaga gengsi, mengikuti mode, menaikkan prestise, agar tidak ketinggalan jaman dan untuk menunjukkan kekayaan.

Selain itu, dari hasil pra penelitian menunjukkan 43,8% atau 14 orang mahasiswa mengatakan bahwa menghabiskan uang saku untuk berbelanja adalah hal yang biasa dan 65,6% atau 20 orang mahasiswa mengatakan apabila uang saku bertambah akan meningkatkan konsumsinya. Peningkatan konsumsi tersebut pada barang-barang yang tidak diperlukan, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih banyak, lebih baru dan lebih bagus dengan tujuan untuk

menunjukkan kekayaan dan status sosial, bukan untuk memenuhi yang menjadi kebutuhannya.

Apabila pembelian yang bukan berdasarkan kebutuhan dilakukan secara terus-menerus dapat dikategorikan sebagai pembelian yang tidak rasional. Tindakan yang tidak rasional dapat menimbulkan pemborosan dan efisiensi biaya, seperti dari hasil pra penelitian yang menunjukkan 53,1% atau 17 orang mahasiswa mengatakan barang-barang yang mereka beli terkadang tidak terpakai. Pembelian tidak rasional saat ini telah menjadi perilaku konsumen untuk merubah perasaannya menjadi lebih baik, sehingga pembelian sebagai akibat dari peristiwa yang tidak menyenangkan atau perasaan negatif. Hasil pra penelitian menunjukkan 53,1% atau 17 orang mahasiswa mengatakan berbelanja merupakan kegiatan favorit untuk menghibur diri dan cara untuk menghilangkan rasa cape, stres atau tekanan hidup sehari-hari dan pembelian dilakukan agar perasaan mereka menjadi lebih baik. Perilaku pembelian yang lebih didasarkan pada aspek emosional dapat menyebabkan adanya perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya gaya hidup. Semakin mewah gaya hidup mahasiswa maka semakin konsumtif pula perilaku mahasiswa tersebut. Seiring berkembangnya zaman gaya hidup masyarakat mengalami perubahan dan gaya hidup telah menjadi ikon dari modernitas. Hal ini mengakibatkan gaya hidup mahasiswa berubah, dapat dilihat dari kehidupan kampus yang telah menciptakan gaya khas dikalangan mahasiswa, seperti dari cara berpakaian mahasiswa yang selalu mengalami perubahan mengikuti perkembangan trend terkini. Dari hasil pra penelitian menunjukkan 53,1% atau 17 orang mahasiswa selalu mengikuti perkembangan mode terbaru. Bagi kebanyakan remaja, mengikuti gaya hidup yang sesuai dengan trend masa sekarang adalah cara yang paling tepat untuk dapat masuk dalam kehidupan kelompok sosial yang mereka inginkan. Dengan adanya kecenderungan perilaku konsumtif orang akan berusaha untuk memiliki sesuatu yang dapat memberikan ia

perasaan bangga, percaya diri, senang, diterima dan dihargai oleh lingkungannya. Selain itu juga dapat dilihat dari gaya hidup mahasiswa yang senang mengisi waktu luangnya dengan berbelanja dipusat pembelanjaan seperti mall dan berkumpul di cafe. Kampus yang memiliki tujuan untuk menimba ilmu namun yang terlihat kampus dijadikan sebagai ajang pamer *lifestyle* dan penampilan mereka.

Salah satu penyebab remaja berperilaku konsumtif karena minimnya pengetahuan perekonomian. Rendahnya tingkat literasi ekonomi akan menyebabkan kurang mampu mengontrol diri sehingga dapat berperilaku konsumtif. Peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan pertimbangan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis ini mendapatkan pengetahuan mengenai ilmu ekonomi dan proses pembelajarannya yang sudah masuk pada tahapan atas yang seharusnya sudah mampu mengaplikasikan pengetahuannya pada kehidupan sehari-hari. Sehingga mahasiswa dapat melakukan kegiatan konsumsi dengan bijak yaitu mengutamakan kebutuhan daripada keinginan dibandingkan dengan remaja yang lainnya yang tidak memperoleh ilmu ekonomi. Akan tetapi fenomena yang terjadi berdasarkan hasil dari pra penelitian menunjukkan sebanyak 59,4% atau 18 mahasiswa masih kesulitan dalam mengalokasikan uangnya.

Dengan memiliki pengetahuan ilmu ekonomi akan mempermudah mahasiswa dalam memutuskan pembelian suatu barang yang tidak didasari oleh emosi belaka, namun didasari pada suatu pertimbangan karena literasi ekonomi berkaitan dengan masalah ekonomi dan memiliki pemahaman yang baik terkait dengan uang dan bisnis. Maka penting bagi mahasiswa untuk mengetahui bagaimana menjadi mahasiswa yang baik dengan memanfaatkan ilmu ekonomi. Dari hasil pra penelitian menunjukkan 75% atau 23 orang mahasiswa uang saku mereka lebih sering digunakan untuk membeli barang yang menjadi keinginan mereka seperti pakaian, tas, *make up* dan lain-lain daripada membeli perlengkapan kampus yang lebih penting untuk pendukung kuliah. Literasi ekonomi sangat penting digunakan untuk mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah media sosial. Media sosial menjadikan perilaku konsumtif menjadi budaya hidup mahasiswa saat ini. Penggunaan media sosial tidak hanya digunakan untuk kebutuhan komunikasi saja melainkan untuk eksistensi diri yang berlebihan dengan memperbaharui (*update*) aktivitas mereka yang dijadikan juga sebagai ajang pamer. Mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial akan mudah menemukan sosok *trend centernya* sehingga cenderung mengikuti gaya para idolanya. Selain itu fenomena ini dimanfaatkan oleh banyak produsen dengan memasarkan produknya melalui media sosial, sehingga terjadilah aktivitas jual beli secara online, sehingga mahasiswa yang aktif di media sosial akan mudah menemukan barang atau produk yang baru. Apabila pembelian secara online yang dilakukan secara berlebihan akan menimbulkan adanya perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif harus didukung oleh adanya finansial yang memadai sehingga ini akan menjadi masalah untuk sebagian orang yang tingkat finansialnya masih rendah tetapi ingin mengikuti gaya hidup orang yang finansialnya memadai. Hal ini dapat mengakibatkan banyak yang melakukan berbagai macam cara yang tidak sehat, seperti melakukan pekerjaan secara berlebihan atau tidak kenal waktu dan menggunakan cara yang tidak benar seperti melakukan tindakan kejahatan yaitu pencurian dan korupsi. Maka dari itu sangat penting untuk adanya suatu upaya mengurangi perilaku konsumtif yaitu mengubah pola konsumsi irasional menjadi rasional dan dapat hidup sejahtera di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil penelitian Angra Melina dan Saftia Wulandari (2018:151) mengenai “Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa” menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko. Artinya kedua variabel bebas ini sangat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa yang terjadi di pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, terdapat perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dalam penelitian ini akan menguji apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi dan media sosial terhadap perilaku konsumtif secara langsung maupun melalui gaya hidup hedonis. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Hedonis Serta Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi?
2. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi?
3. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi?
4. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi?
5. Bagaimana pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi?
6. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi?
7. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam hal ini peneliti memiliki tujuan sesuai dengan permasalahan yang diamati, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh literasi ekonomi terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi
2. Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi
3. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi
4. Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi
5. Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi
6. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi
7. Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan dan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi yang bermanfaat khususnya dalam literasi ekonomi, media sosial, gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Sehingga penelitian ini dapat menambah wawasan dan pembendaharaan ilmu untuk semua pihak.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam penelitian selanjutnya yang berkeinginan untuk meneliti perilaku konsumtif mahasiswa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai perilaku konsumtif serta memberikan manfaat bagi kehidupan penulis ke depan.
2. Bagi jurusan, hasil penelitian ini dapat menambah informasi dan sumber referensi ilmu pengetahuan kepada mahasiswa.
3. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi untuk memahami perilaku konsumtif, sehingga menjadi acuan dalam hidup untuk mengatur perekonomian, gaya hidup dan penggunaan media sosial dengan baik saat masih menjadi mahasiswa maupun saat sudah menjadi orang tua kelak.