

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang semakin maju memudahkan masyarakat terutama mahasiswa mencari informasi tentang jenis kebutuhan yang dicari. Banyaknya pusat pertokoan, hiburan, dan perbelanjaan memberikan dampak pada jumlah kebutuhan dan perilaku konsumtif masyarakat terutama mahasiswa. Hal ini mengakibatkan perubahan pada pembelian suatu produk yang tidak berdasarkan skala prioritas kebutuhan dan kemampuan uang yang dimiliki.

Dimana Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto dianggap telah memperoleh pengetahuan dan wawasan yang memadai terkait ilmu ekonomi mengenai bagaimana mengelola keuangan, waktu dan mengendalikan diri karena telah memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen dan keuangan. Dengan demikian, seharusnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto mampu bersifat positif dalam perilaku konsumsinya. Maka, peneliti telah melakukan pengamatan dan wawancara pada bulan Oktober 2019 kepada 30 orang mahasiswa mengenai perilaku konsumsinya mereka sehari-hari. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1

Tabel Wawancara

Prodi	Perilaku Konsumsi		Jumlah
	Konsumtif	Normal	
Manajemen S1	8	2	10
Akuntansi S1	9	1	10
Akuntansi D3	7	3	10
Total			30

Sumber: Hasil Wawancara (2019)

Dari Tabel 1.1 terdapat 8 dari 10 mahasiswa Manajemen S1, 9 dari 10 mahasiswa Akuntansi S1, dan 7 dari 10 mahasiswa Akuntansi D3 dengan perilaku konsumsi cenderung konsumtif. Artinya kebanyakan mahasiswa dari ketiga prodi tersebut berperilaku konsumtif. Oleh sebab itu, peneliti memilih ketiga prodi tersebut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebagai studi kasus penelitian. Perilaku konsumtif tersebut dapat dijelaskan dengan pernyataan mahasiswa yang lebih sering membeli barang untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan dari pada menabung atau investasi, suka berbelanja karena terpengaruh dengan potongan harga atau discount, memilih mengisi waktu luang dengan teman-teman di coffe shop, mall atau bioskop dan sebagainya. Selain itu, mahasiswa juga menggunakan barang bermerek (baju, tas, sepatu, Hp, jam tangan, kosmetik dan lain-lain) saat berada di kampus maupun diluar kampus.

Saebani (2015: 28) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan remaja sebagai konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih suatu barang yang belum menjadi

kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Selain itu pola perilaku konsumtif adalah pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata (Saebani, 2015: 31). Apabila dikaitkan dengan contoh sebelumnya, membeli handphone untuk komunikasi adalah wajar, tetapi berbeda halnya apabila membeli handphone dengan mengikuti tren, tren berganti, handphone selalu berganti pula, bahkan memiliki handphone lebih dari dua buah. Sebagai mahasiswa, sebaiknya memanfaatkan uang tersebut untuk keperluan yang lebih penting, seperti membeli buku penunjang perkuliahan, mencari bahan referensi, dan sebagainya, (Saebani, 2015: 31).

Perilaku konsumtif yang berlebihan banyak dijumpai pada usia remaja. Pernyataan ini didukung dengan pendapat Mawo, dkk (2017) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh luar. Nurachma (2017) menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada remaja muncul karena remaja ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar, ikut-ikutan teman, ingin tampak berbeda dengan orang lain dan cenderung tidak pernah puas dengan apa yang sudah dimilikinya. Perilaku konsumtif oleh kalangan remaja ataupun dewasa merupakan suatu fenomena yang terjadi pada saat ini.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan. Seseorang yang telah terjerumus dalam perilaku konsumtif rela untuk melakukan segala cara untuk mendapatkan yang diinginkan (Fattah, 2018). Fenomena ini akan menjadi suatu ancaman yang serius ketika tidak hanya terjadi pada orang dewasa melainkan juga pada remaja. Para remaja ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga mengikuti mode yang saat ini sedang menjadi trending topic. Kegiatan mengikuti mode ini mendorong mereka untuk membeli atribut-atribut yang digunakan untuk menampilkan mode tersebut tanpa pikir panjang dan membuat mereka terjebak ke dalam perilaku konsumtif. Pengambilan keputusan konsumen yang terlihat “irasional” mendasari perilaku ikut-ikutan atau mode (Fattah, 2018). Supaya mahasiswa tidak terjebak dalam perilaku konsumtif maka diperlukan pemahaman tentang literasi keuangan, gaya hidup, dan status sosial ekonomi orang tua.

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), dan keyakinan (confidence) konsumen maupun masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik (Roestanto, 2017: 1). Menurut Katy, Hudson, dan Bush literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan, dan untuk merubah pengetahuan tersebut secara tepat ke dalam perilaku (Roestanto, 2017:13). Tidak jauh berbeda, The Presidents Advisory Council (Roestanto, 2017:13) on financial literacy mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan untuk menggunakan

pengetahuan serta keahlian untuk mengelola sumber daya keuangan untuk mencapai kesejahteraan.

Hasil penelitian Fattah, Indriayu, dan Sunarto (2018) Literasi Keuangan memiliki hubungan yang negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal senada juga disampaikan Dikria dan Mintarti W, (2016) terdapat pengaruh negatif antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Berbeda lagi menurut Kusumaningtyas dan Canda Sakti (2017), Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal senada juga disampaikan oleh Udayanthi, dkk (2019) literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Berbeda dengan hasil penelitian Prihastuty dan Rahayuningsih (2018), mengemukakan bahwa financial literacy tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Menurut Saebani (2015:27), gaya hidup adalah menunjukkan cara orang hidup, cara membelanjakan uangnya, dan cara mengalokasikan waktu. Selain itu, gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat yang bersangkutan, (Saebani, 2015:27). Saebani (2015:28) menyatakan bahwa seseorang dapat menjadi korban terhadap sebuah gaya hidup apabila mereka terus-menerus berinteraksi dengan kelompok yang memiliki pertahanan diri yang lemah. Gaya hidup seseorang memengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli dan gaya hidup juga sering dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu (Saebani, 2015:29).

Hal ini berarti, individu dalam membeli suatu produk mengacu pada gaya hidup yang dianutnya. Selain itu, Saebani (2015:29), menyatakan bahwa gaya hidup

berasal dari nilai-nilai dasar individu yang mendasari perilaku konsumen seseorang yang dapat mereflesikan suatu tren dan gaya berpakaian orang tersebut. Salah satunya dengan menggunakan produk-produk yang memiliki merek eksklusif dan mahal. Hasil penelitian Sutriati, Kartikowati dan Riadi (2018) mengemukakan bahwa Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal senada juga didukung penelitian Krisdiantoro (2016) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Berbeda hasil penelitian Melina dan Wulandari (2018), Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif

Menurut Astuti (2016) status sosial ekonomi adalah latar belakang ekonomi keluarga atau orang tua yang diukur dengan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, pemilikan kekayaan atau fasilitas, serta jenis pekerjaan. Ada tiga faktor yang mempengaruhi status sosial ekonomi antara lain: Menurut Astuti (2016) Penghasilan adalah pendapatan rata-rata yang diperoleh dari pekerjaan yang ditekuni dalam kehidupan sehari-hari. Tingkat pendapatan orang tua biasanya didasarkan atas pekerjaan yang mereka lakukan pada suatu instansi baik instansi pemerintah maupun swasta, dari pekerjaan itu mereka akan mendapatkan suatu penghasilan sesuai dengan yang diberikan oleh pihak yang bersangkutan dimana mereka bekerja,

Sementara itu pekerjaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang tua siswa untuk mencari nafkah. Bidang-bidang pekerjaan yang ada di masyarakat semakin bertambah banyak yang masing-masing menuntut keterampilan, kemampuan, keahlian, dan pendidikan, (Astuti, 2016). Selain itu, Astuti (2016)

mengatakan bahwa Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Hasil penelitian Anggraeni dan setiaji (2018) Ada pengaruh positif dan signifikan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif. Berbeda hasil penelitian Mutrofin (2018) mengemukakan bahwa Tidak terdapat pengaruh pada variabel status sosial ekonomi orang tua terhadap pola perilaku konsumtif.

Penelitian ini merupakan pengembangan variabel-variabel tertentu dari penelitian yaitu: pertama dari penelitian Fattah, Indriayu, dan Sunarto (2018) mengambil variabel literasi keuangan, Kedua dari penelitian Sutriati, Kartikowati, dan Riadi (2018) mengambil variabel gaya hidup dan variabel perilaku konsumtif, ketiga dari penelitian Anggraeni dan Setiaji (2018) mengambil variabel status sosial ekonomi orang tua. Adapun perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu wilayah dan objek penelitiannya, antara lain: pertama penelitian Fattah, Indriayu, dan Sunarto (2018) menggunakan siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar, kedua penelitian Sutriati, Kartikowati, dan Riadi (2018) menggunakan Mahasiswa pendidikan ilmu pengetahuan sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau, dan ketiga penelitian Anggraeni dan Setiaji (2018) menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Maka penelitian kali ini menggunakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Hal ini karena Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis yaitu sering memanfaatkan waktu luangnya untuk menonton bioskop, makan dan minum, belanja mall dan sebagainya, hal tersebut mengakibatkan mahasiswa melakukan kegiatan konsumsi yang berlebihan tanpa memperhatikan skala prioritas demi menghilangkan rasa jenuh, (Sumber: Hasil wawancara, 2019).

Dari pemaparan di atas, secara khusus penelitian ini menggunakan variabel dalam bentuk literasi keuangan, gaya hidup, dan status ekonomi sosial orang tua untuk meneliti perilaku konsumtif. Sehingga peneliti mengambil judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Status Ekonomi Sosial Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan, gaya hidup, dan status sosial orang tua secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
3. Apakah gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
4. Apakah status ekonomi sosial orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang akan diteliti lebih terfokus pada tujuan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang paham tentang pengetahuan manajemen dan keuangan supaya dalam melakukan konsumsi tidak berlebihan sehingga bisa terhindar dari perilaku konsumtif.
2. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel bebas literasi keuangan, gaya hidup, dan status ekonomi sosial orang tua sedangkan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif.
3. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan November hingga Desember 2019.
4. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti empiris faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian khususnya untuk:

- a. Menganalisis literasi keuangan, gaya hidup, dan status ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
- b. Menganalisis pengaruh variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

- c. Menganalisis pengaruh variabel Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
- d. Menganalisis pengaruh variabel status ekonomi sosial orang tua terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

a. Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan kepada mahasiswa terhadap perilaku konsumtif dan juga diharapkan mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya memilih jenis kebutuhan yang menjadi skala prioritas utama, supaya terhindar dari perilaku yang bersifat konsumtif

b. Akademik

Sebagai sumber literatur dan referensi serta dapat menjadi rujukan bagi yang ingin melakukan penelitian dan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan teoritis dan melengkapi khasanah perpustakaan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

c. Peneliti

Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1, implementasi atas teori yang telah diperoleh pada perkuliahan dan menambah wawasan dunia bisnis terutama bidang keuangan.