

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi berasal dari kata *globe* yang berarti “dunia”. Secara harfiah. Globalisasi dapat dikatakan sebagai proses mendunia. Sedangkan secara umum globalisasi diartikan sebagai proses penyebaran unsur-unsur baru khusus yang menyangkut informasi secara mendunia melalui media cetak elektronik. Globalisasi berpengaruh pada segala aspek kehidupan masyarakat baik dari segi politik, ekonomi, sosial budaya maupun keamanan. Globalisasi yang terjadi pada bidang perekonomian disebut dengan globalisasi perekonomian. Globalisasi perekonomian diartikan diartikan sebagai suatu proses kegiatan ekonomi dan perdagangan, dimana negara-negara diseluruh dunia menjadi satu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi. Globalisasi perekonomian mengharuskan penghapusan seluruh batasan dan hambatan terhadap arus modal, barang, dan jasa. Globalisasi perekonomian di satu pihak akan membuka peluang pasar produk dari dalam negeri ke pasar internasional secara kompetitif, sebaliknya juga membuka peluang masuknya produk-produk global.

Kota Medan merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia dan termasuk kota metropolitan. Kondisi ini menjadikan Kota Medan terdapat banyak pusat perbelanjaan seperti minimarket, supermarket, *mall*, *butik*, *distro*, serta pusat perbelanjaan lainnya seperti pertokoan disepanjang Jalan Kesawan, Jalan MT

Haryono, Jalan Gatot Subroto, dan Jalan Jamin Ginting. Beberapa *shopping mall* terkenal dikunjungi oleh masyarakat kota Medan yang banyak menawarkan berbagai produk impor dan ekspor antara lain adalah Sun Plaza, Plaza Medan Fair, Center Point, Hermes Palace Polonia, Medan Mall, Thamrin Plaza, Cambridge City Square, Lippo Plaza Medan, Grand Palladium, Ringroad City Walk, dan Manhattan Time Square. Masyarakat yang tinggal di kota Medan tidak hanya penduduk asli, tetapi juga masyarakat yang berasal dari luar Kota Medan. Salah satunya yaitu mahasiswa luar daerah yang datang ke Medan untuk menimba ilmu pada jenjang perguruan tinggi.

Dalam era globalisasi saat ini, kegiatan belanja merupakan aktivitas yang menyenangkan bagi kebanyakan orang sehingga bagi sebagian orang sulit dipisahkan dari kebiasaan belanja (Manggi dan Meita, 2014). Perilaku impulsif dipisahkan cenderung melakukan pembelian tanpa adanya perencanaan, terjadi secara tiba-tiba, dan keinginan yang kuat untuk membeli sesuatu dengan segera tanpa adanya suatu pertimbangan untuk akibat yang akan dihadapi. Sehingga mengakibatkan konsumen tidak lagi berpikir rasional dalam melakukan pembelian. Biasanya perilaku pembelian impulsif timbul secara tidak sadar pada saat individu melakukan kegiatan yang berkaitan dengan uang dan gaya hidup, kegiatan tersebut adalah berbelanja, saat berbelanja seseorang akan merasakan nyaman, suasana pusat perbelanjaan pun mampu mempengaruhi intensi seseorang untuk melakukan pembelian impulsif.

Rook dan Fhiser (1995 : 306) pembelian impulsif diartikan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba, dan

otomatis. Dari defenisis tersebut bahwa pembelian impulsif merupakan sesuatu yang alamiah dan merupakan reaksi yang cepat. Pembelian impulsif merupakan fenomena psikomotorik yang banyak melanda kehidupan masyarakat. Pada proses membeli impulsif, calon pembeli langsung mengarah kepada suatu produk tertentu dan kemudian melakukan pembelian secara cepat. Sebagai contoh, ketika seorang mahasiswa berjalan-jalan di pusat perbelanjaan atau mall yang tujuannya hanya sekedar jalan-jalan atau mengisi waktu luang kemudian melihat produk tertentu, akhirnya memutuskan membeli meskipun ketika berangkat tidak ada rencana untuk membeli. Berdasarkan fenomena dan pengamatan sehari-hari yang peneliti lakukan banyak ditemukan remaja termasuk mahasiswa, relatif sering membeli produk *fashion* dan aksesorisnya. Hal ini juga dilihat saat peneliti observasi dengan melakukan survey pada mahasiswa yang dilakukan pada tanggal 20 Februari 2018. Survey dilakukan pada 20 orang mahasiswa Universitas Negeri Medan prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2018. Berikut data hasil survey nya:

Tabel 1.1
Survey Perilaku Pembelian Impulsif

No	Karakteristik Perilaku Pembelian Impulsif	ya	Tidak
1	Pernah melakukan pembelian yang tidak terencana	20	-
2	Pernah merasakan dorongan membeli yang datang tiba-tiba	16	4
3	Merasa tidak terkontrol ketika membeli produk <i>fashion</i>	14	6
4	Pernah membeli barang tanpa dipikirkan manfaatnya terlebih dahulu	15	5
5	Pernah membeli barang tanpa menghiraukan konsekuensi dari pembelian produk <i>fashion</i> tersebut	12	8

Pada tabel diatas terlihat bahwasanya reponden lebih banyak menjawab Ya daripada Tidak pada setiap pertanyaan yang menyangkut tentang prilaku impulsif, hal tersebut memberikan gambaran bahwa beberapa Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 masih sering berperilaku pembelian impulsif dan kurang rasional dalam mengambil keputusan terutama keputusan berkonsumsi. Sebagai mahasiswa dengan uang saku yang dibatasi dan belum memperoleh penghasilan sendiri seharusnya bisa mengatur keuangan dan membeli barang sesuai dengan kebutuhan dan manfaat dari barang tersebut tidak hanya berdasarkan keinginan sesaat. Akan tetapi pada kenyataan berdasarkan survey yang peneliti lakukan masih terdapat mahasiswa yang impulsif.

Menurut Mowen dan Minor (2002 : 28) pada dasarnya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor situasional, psikologis, *marketing mix*, sikap pendagogik, sedangkan faktor sosial dan budaya meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas, sosial dan budaya

Pada umumnya mahasiswa telah diberi kepercayaan dan tanggung jawab dalam mengelola keuangan sendiri. Dengan demikian mereka merasa bebas menggunakan uang yang dimiliki tanpa pengawasan langsung dari orang tua, hal tersebut menyebabkan mahasiswa seringkali kurang rasional dalam membelanjakan uangnya. Para remaja atau mahasiswa lebih sering menggunakan emosi sehingga mengarah pada pembelian secara spontanitas. Pembelian impulsif seringkali terjadi pada produk-produk yang dirasa cukup menarik bagi kelompok konsumen ini, salah satunya adalah *produk fashion* yang terdiri dari pakaian, celana, sepatu, sandal, jam tangan, kerudung, topi dan tas yang berfungsi sebagai sarana meningkatkan *selfimage* dan *mood*. Melalui produk *fashion* tersebut dapat terlihat lebih modis dan menawan.

Fenomena tersebut terjadi karena remaja saat ini cenderung memiliki kontrol diri yang rendah, termasuk dalam perilaku pembelian sehingga mereka berperilaku impulsif. Pada dasarnya, pembelian impulsif dapat ditekan dan bahkan dihindari apabila mahasiswa memiliki sistem pengendalian internal pada dirinya yang disebut dengan kontrol diri. Kontrol diri adalah perasaan bahwa seseorang dapat membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk menghasilkan suatu hal yang diinginkan dan menghindari suatu hal yang tidak diinginkan. Sesuai dengan yang diungkapkan Hoyri (2014: 52) bahwa kontrol diri

merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilaku berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai, dan aturan masyarakat agar mengarah pada perilaku positif.

Terkait dengan perilaku konsumsi remaja atau mahasiswa, pendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia berkualitas. Dengan kata lain, orang dianggap belajar jika menunjukkan perubahan-perubahan tingkah laku dalam hidupnya, sehingga literasi ekonomi menjadi hal penting. Sina (2012: 135) berpendapat bahwa literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk mengubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Menurut Pratiwi (2017) pemahaman mahasiswa terhadap ilmu ekonomi sangat diperlukan. Pemahaman terhadap ilmu ekonomi dalam hal ini melalui proses pemahaman atas literasi ekonomi. Secara garis besar analisis ilmu ekonomi dapat dibedakan kepada dua bentuk yaitu teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro (Sukirno, 2013: 4)

Literasi ekonomi merupakan salah satu implementasi dari proses pembelajaran yang merupakan suatu pilihan yang bisa digunakan oleh mahasiswa untuk menjadi konsumen yang rasional serta melalui pemahaman terhadap ilmu ekonomi ini didalamnya akan diajarkan bagaimana pilihan dan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu termasuk membuat pilihan. Literasi ekonomi juga berguna untuk membuka persepsi yang terbelenggu akibat kurangnya pengetahuan tentang biaya/manfaat. Oleh sebab itu mahasiswa dituntut untuk bisa meminimalisis perilaku impulsif dalam berkonsumsi. Mahasiswa yang telah

memperoleh konsep dasar ekonomi yakni mahasiswa yang telah mengalami proses belajar pada mata kuliah seperti teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro. Seperti yang dijelaskan di atas dikemukakan oleh Sodono Sukirno (2013: 4) bahwa secara garis besar analisis ilmu ekonomi dapat dibedakan kepada dua bentuk yaitu teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro.

Hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dapat dinyatakan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 memiliki tingkat literasi ekonomi yang berbeda. Hal ini dibuktikan dengan perbedaan kategori nilai yang diambil dari 20 mahasiswa dari mata kuliah Teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro sebagai tolak ukur literasi ekonomi. Berikut ini merupakan data yang diperoleh penulis dari observasi pra penelitian mengenai literasi ekonomi mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018.

Tabel 1.2
Nilai Teori Ekonomi
mahasiswa Program studi pendidikan ekonomi
stambuk 2018

Kategori Nilai	Perolehan nilai			
	Teori ekonomi mikro	persentase	Teori ekonomi makro	persentase
A	39	39%	26	26%
B	53	52%	74	73%
C	9	9%	1	1%
E	-	-	-	-
Jumlah	101	100%	101	100

Sumber: *DPNA Teori Ekonomi*

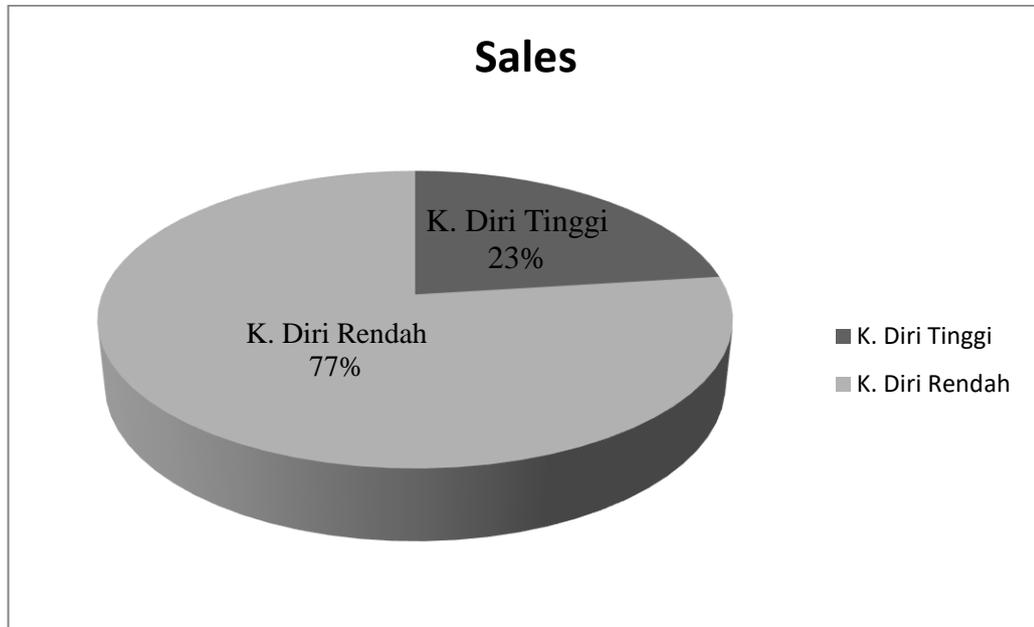
Kategori diatas menunjukka bahwa nilai yang diperoleh mahasiswa baik dan cukup memuaskan. Hal ini terlihat dari persentase mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 persentase yang memperoleh nilai B lebih banyak dari pada nilai lain pada mata kuliah teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro, artinya disini teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro mahasiswa tersebut berkisar dari nilai 80 hingga 89. Meskipun begitu, pada mata kuliah teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro masih terdapat mahasiswa yang memperoleh nilai Cdengan persentase sebesar 95% pada teori ekonomi mikro dan 1% pada teori ekonomi makro.

Ditinjau dari fenomena tersebut seharusnya seorang yang memiliki tingkat literasi ekonomi yang baik akan mampu memanfaatkan uang yang dimilikinya

dengan baik. Namun faktanya masih banyak mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 yang tidak mampu memanfaatkan uang yang dimilikinya dengan baik dan lebih mengikuti keinginan dibandingkan kebutuhannya dalam membeli suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, bahwa pengetahuan saja tidak cukup untuk mencegah terjadinya pembelian impulsif, dimana dalam penelitian ini pengetahuan yang dimaksud ialah literasi ekonomi, tetapi kontrol diri juga berperan penting dalam mencegah terjadinya pembelian impulsif.

Hoyri (2014: 52) menyatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai, dan aturan dimasyarakat agar mengarah perilaku positif. Dari defenisi tersebut dapat diartikan bahwa kontrol diri ini berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya. Untuk mencegah munculnya perilaku pembelian impulsif mahasiswa harus memiliki pengendalian diri (kontrol diri) yang kuat dan memiliki pengetahuan ekonomi yang tinggi. Dengan memiliki kontrol diri dan literasi ekonomi yang tinggi, maka akan mampu mencegah munculnya perilaku pembelian impulsif.

Gambar 1.1
Kontrol Diri Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi
Stambuk 2018



Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, bahwa mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 memiliki tingkat kontrol diri yang rendah. Dari 20 mahasiswa pendidikan ekonomi yang diteliti, diperoleh data mahasiswa yang memiliki kontrol diri rendah 77% dan mahasiswa yang memiliki kontrol diri tinggi 23%, dimana dari 77% mahasiswa yang memiliki kontrol diri rendah, selalu tergesa-gesa dalam memiliki sesuatu dan mudah terpengaruh oleh bujukan penjual. Dan 28% mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 tidak pernah melakukan kedua hal tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa kontrol diri mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 rendah dan literasi ekonomi mahasiswa Universitas

Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 tinggi, namun mahasiswa tetap melakukan pembelian impulsif. Melihat kondisi tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengetahui kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018. Selanjutnya penelian ini dituangkan dalam bentuk skripsi berjudul **“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih banyak mahasiswa, ketika membelanjakan uangnya seringkali kurang rasional dan lebih sering menggunakan emosi sehingga mengarah pada pembelian secara spontanitas.
2. Pemenuhan kebutuhan masyarakat saat ini tidak hanya didasarkan pada kebutuhan semata tetapi telah bergeser pada *trendy* yang terjadi dimasyarakat terutama untuk produk *fashion*.
3. Mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 cenderung memiliki kontrol diri yang masih rendah, termasuk dalam perilaku pembelian sehingga mereka berperilaku impulsif.
4. Masih rendahnya pengaplikasian literasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari dikalangan mahasiswa, termasuk mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini akan difokuskan pada masalah yang terkait dengan perilaku pembelian impulsif mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut dibatasi pada faktor literasi ekonomi dan kontrol diri mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018?
2. Adakah pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018?
3. Adakah pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mampu pada permasalahan yang telah disebutkan di atas yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi sekaligus menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan efisien dan efektifitas perilaku konsumsi

mahasiswa, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif serta mengurangi perilaku pembelian impulsif.

- b. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berpikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan ekonomi.
- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk fashion dan dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya.