

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia pada umumnya memiliki kebutuhan yang beragam terhadap barang dan jasa. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju mengakibatkan kemajuan masyarakat diberbagai hal, kemajuan ini tidak hanya berdampak positif namun juga berdampak negatif salah satunya timbulnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama untuk kalangan mahasiswa. Dalam ilmu ekonomi secara umum, konsumsi adalah perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi semua kebutuhan hidupnya yang salah satunya kita kenal dengan tindakan konsumsi yang telah mengalami perkembangan, seperti halnya pada kebutuhan tersier yang bersifat sebagai hiburan, sekarang ini bisa dikatakan menggantikan kebutuhan primer. Perilaku konsumsi manusia saat ini cenderung bukan didasari oleh kebutuhan melainkan berdasarkan keinginan semata, tidak peduli berapa biaya yang harus dikeluarkan asalkan dapat terpenuhi seperti yang mereka harapkan. Kalangan mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, *trend*, dan *mode* yang sedang berlaku. Sehingga dari beberapa pengaruh tersebut mengakibatkan mahasiswa berperilaku konsumtif. Menurut Yuniarti, (2015:31) pola perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Mahasiswa menjadi salah satu pangsa pasar bagi produsen yang dapat mendorong individu pada perilaku konsumtif, misalnya dalam hal mengikuti *trend fashion* yang berkembang saat ini. Perilaku konsumtif yang ditunjukkan mahasiswa tidak jauh dari masalah *mode* atau *fashion*. Perilaku konsumtif mahasiswa ditandai dengan gaya berpakaian, alat kosmetik, tas dan sepatu yang dipakai mahasiswa terkadang melebihi dari kebutuhan mereka sendiri. Setiap *mode fashion* yang *trend* tidak pernah ketinggalan. Apalagi saat ini cara berbelanja sangat dipermudah dengan adanya internet. Seseorang tidak perlu keluar rumah untuk mengelilingi toko pakaian untuk mencari baju yang diinginkan, akan tetapi cukup melihat di internet dengan *download* aplikasi *e-commerce* misalnya *Shoopee* dan aplikasi lainnya. Teknologi yang semakin canggih dan berbagai aplikasi terbaru membuat mahasiswa menjadi konsumtif, misalnya saja aplikasi yang sedang *trend* dan hampir semua orang yang memiliki *gadget* menggunakan aplikasi ini yaitu *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, *grab*, *gojek* dan lainnya. Dalam aplikasi ini banyak produsen yang menjual berbagai item *fashion*, yang sedang booming pada saat ini, dengan penyajian gambar-gambar yang sangat menarik juga dengan harga yang relatif terjangkau oleh mahasiswa. Bukan hanya *fashion* yang dapat diperjual belikan, akan tetapi berbagai jenis makanan dan minuman juga dapat dibeli melalui aplikasi yang digunakan.

Mahasiswa dengan perilaku konsumtif cenderung melakukan penyesuaian diri secara berlebihan hanya untuk memperoleh pengakuan secara social. Banyak pengaruh yang tidak baik yang mempengaruhi perilaku mahasiswa sehingga tidak lagi mendorong kearah prestasi, melainkan kearah pembentukan diri yang

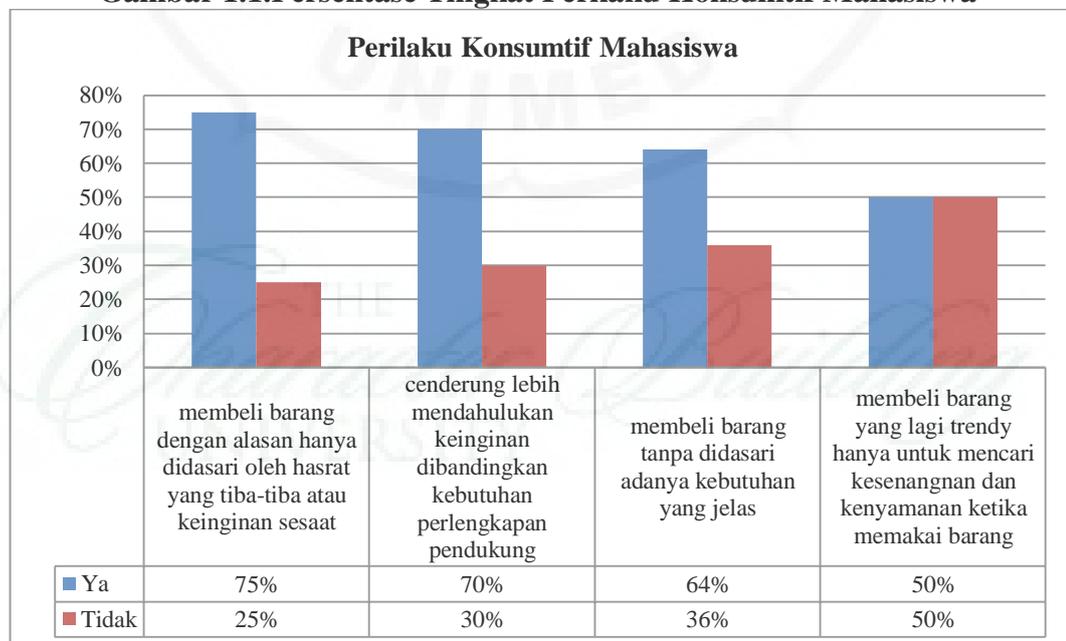
berlebihan hanya karena gengsi, sikap ingin pamer dan alasan-alasan yang kurang penting. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Salomon sebagai berikut .

Salomon (2015:30) menyatakan ciri-ciri perilaku konsumtif adalah :

Adanya perilaku pembelian tidak dilandasi pertimbangan yang matang, kepuasan yang diperoleh dari pembelian tersebut bersifat sementara, konsumen mengalami penyesalan atau merasa bersalah setelah pembelian dapat dikatakan mahasiswa termasuk orang yang memiliki pola perilaku konsumtif karena dalam membeli barang tidak ada pertimbangan sebelumnya hanya untuk menjaga penampilan diri bukan untuk memenuhi ke butuhan karena mahasiswa menyadari penampilan fisik yang baik/ menarik akan mempengaruhi status sosialnya yang ia dapatkan memaksa mahasiswa untuk berperilaku konsumtif.

Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan persentase dari survey awal perilaku konsumtif mahasiswa yang terdiri dari 40 sampel pada prodi Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.

Gambar 1.1. Persentase Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa



(sumber: diolah peneliti)

Hasil dari observasi tersebut dapat dilihat bahwa mahasiswa prodi Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, dimana 75 % mahasiswa cenderung membeli barang dengan alasan hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat. Misalnya ketika pergi jalan-jalan ke *mall* mahasiswa melihat barang yang bagus, karena keinginan sesaat, mahasiswa yang bersangkutan tertarik untuk membeli yang pada dasarnya bukan termasuk sebagai barang kebutuhannya.

Kemudian 70% mahasiswa lebih mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan perlengkapan pendukung kuliah. Mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang terbaru seperti baju yang lagi *trend* dari pada membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan. Selain itu mahasiswa cenderung lebih memilih nongkrong di *cafe* yang lagi *hits* dan banyak tempat-tempat baru yang mengarahkan mahasiswa untuk mencobanya ditambah lagi fasilitas *cafe* dengan dilengkapi tempat *selfi* yang menjadi *hobby* atau kesenangan dikalangan mahasiswa saat ini yang akan menghabiskan lebih banyak uang saku hanya ingin terlihat lebih gaul.

Sebanyak 63,5% mahasiswa juga membeli barang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku pembelian tidak dilandasi pertimbangan yang matang dalam melakukan pembelian dan tidak menggunakan skala prioritas, melainkan karena tergiur dengan produk tersebut. Misalnya karena iming- iming

hadiah, kemasan yang menarik, teman (konformitas), dan keinginan mencoba produk baru.

Selanjutnya 50% mahasiswa membeli barang yang lagi *trendy* hanya untuk mencari kesenangan dan kenyamanan ketika memakai barang. Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan pola konsumsi telah bergeser yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok menjadi sebuah sarana pembentukan identitas serta *in-* efisiensi biaya.

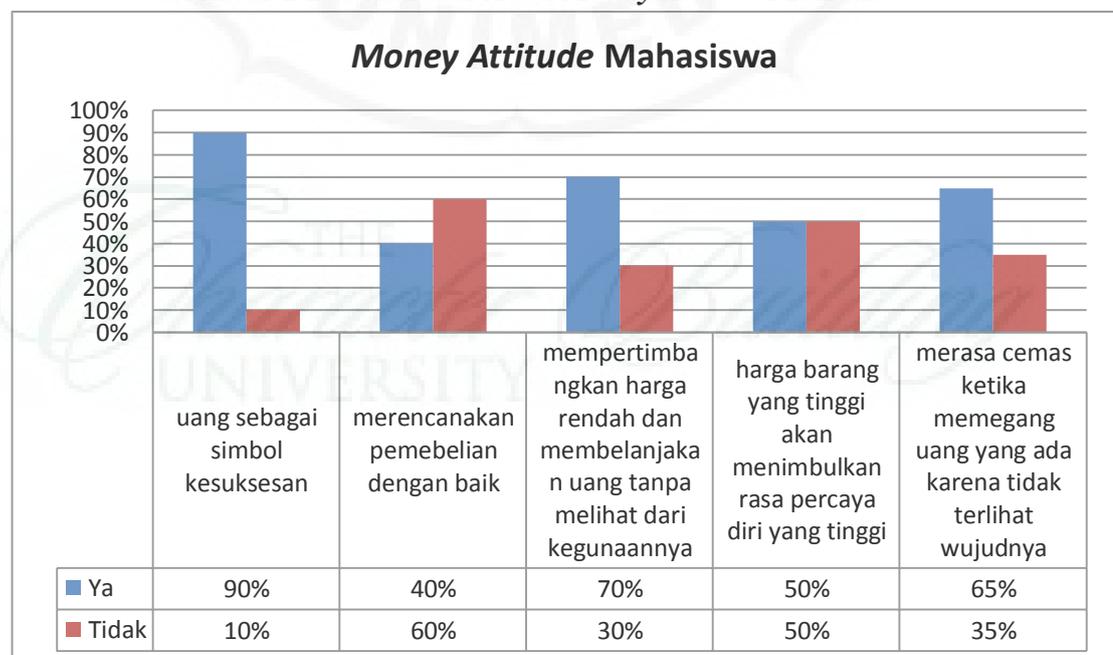
Pada situasi seperti sekarang ini mahasiswa dapat dengan mudah memperoleh fasilitas-fasilitas yang dapat dikategorikan mewah dalam kehidupannya. Penelitian Ratner dan Khan (2002:8) menunjukkan bahwa “Kadang- kadang konsumen remaja membeli sesuatu bukan karena kebutuhan tapi karena pendapat orang lain sangat penting bagi dirinya dan ia ingin tampil menarik seperti teman-temannya”. Keinginan untuk diterima oleh suatu kelompok telah mengubah kenyataan, nilai dan pilhan remaja, hal ini sangat merusak dilihat dari sudut pandang finansial dan berdampak pada pengalaman finansial dimasa dewasa.

Menghindari hal itu, setiap individu harus bisa menyikapi uangnya dengan baik. Sikap terhadap uang (*money attitude*) penggunaan uang akan menjadikan seseorang berperilaku konsumtif atau tidak. Perilaku konsumtif tidak terlepas dari sikap seseorang dalam mengendalikan dan menyikapi uangnya sebagai alat perantara dalam memenuhi kebutuhan. Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, akan melakukan pekerjaan dan kemudian dari pekerjaan tersebut akan menjadi sebuah penghasilan. Uang memiliki pengaruh yang cukup besar bagi

kehidupan manusia dan merupakan salah satu faktor utama perilaku konsumtif oleh karena itu dengan adanya uang mahasiswa harus memiliki sikap pengelolaan terhadap uang dengan baik atau *money attitude* yang positif sehingga bisa mengatur pengeluarannya yang digunakan agar tidak menjadi pemborosan dan kesulitan dalam membeli kebutuhan yang sebenarnya mendesak dan harus dipenuhi.

Menurut Shohib (2015:135) "*Money attitude* merupakan cara pandang dan perilaku yang berbeda terkait dengan uang". Jadi dengan *money attitude* yang positif dapat mempengaruhi bagaimana seorang mahasiswa mengelola keuangannya sehingga tidak menjadi perilaku konsumtif. Berikut ini observasi awal *Money Attitude* Mahasiswa yang terdiri dari 40 sampel pada prodi Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.

Gambar 1.2. Observasi Awal *Money Attitude* Mahasiswa



(sumber : diolah oleh peneliti)

Terlihat dari hasil observasi *Money Attitude* diatas bahwa sikap terhadap uang (*Money Attitude*) mahasiswa tergolong tinggi. Terlihat bahwa 90% mahasiswa menganggap bahwa uang sebagai simbol kesuksesan. Itu artinya uang dianggap sebagai alat kekuasaan yang nantinya uang tersebut akan digunakan untuk membeli pakaian, sepatu yang lagi *trendy*.

Kemudian 60 % mahasiswa tidak merencanakan pembelian barang sebelumnya, sehingga kemungkinan akan melakukan pembelian secara acak atau tidak sesuai dengan rencana pengeluaran dan akan menyebabkan perilaku konsumtif.

Selanjutnya 70 % mahasiswa sangat sensitif apabila harga suatu barang rendah. Sehingga ketika harga rendah mereka akan membelanjakan uangnya untuk barang tersebut, tanpa melihat dari kegunannya. Sebanyak 50% mahasiswa beranggapan bahwa ketika memiliki barang dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Selanjutnya 65% mahasiswa ketika memilki banyak uang akan menimbulkan kecemasan. Artinya disini adalah mereka merasa cemas ketika memegang uang yang ada karena tidak terlihat wujudnya, sehingga seseorang merasa aman jika uang terlihat wujudnya apabila dibeli dengan bentuk barang.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengelolaan terhadap uang yang dilakukan mahasiswa belum benar. Dari hasil observasi terhadap *money attitude* mahasiswa pendidikan Bisnis Stambuk 2017, ditemukan bahwa mahasiswa belum mampu mengelola keuangannya dengan baik dan benar.

Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bisnis stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang memiliki pengetahuan tentang ilmu perilaku konsumen dan dalam proses pembelajaran sudah memasuki tahap atas, maka dapat dikatakan mereka memiliki perubahan perilaku yang lebih baik dan matang. Dalam memenuhi kebutuhannya khususnya dalam perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan bisnis akan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dipelajarinya selama perkuliahan. Artinya mahasiswa jurusan Pendidikan Bisnis ini memiliki tingkat pemahaman terhadap mata kuliah perilaku konsumen yang baik.

Menurut Sutisna (2002:12) “Perilaku Konsumen bertujuan agar membantu konsumen dalam pembuatan keputusan pembelian yang lebih baik dan pengetahuan mengenai perilaku konsumen dapat mengembangkan kemampuan konsumen untuk menjadi konsumen yang lebih efektif”. Dengan demikian apabila mahasiswa memperoleh nilai yang bagus, kemungkinan besar perilaku konsumtif nya juga rendah. Begitupun sebaliknya mahasiswa yang memperoleh nilai yang buruk, kemungkinan besar perilaku konsumtif nya juga tinggi. Berikut ini tabel nilai mata kuliah Perilaku Konsumen mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Tabel 1.1 Data nilai Mata Kuliah Perilaku Konsumen

No	Stambuk	Kelas	Jumlah Mahasiswa	Nilai			
				A	B	C	E
1	2017	Reg A	28 Orang	16 Orang	12 Orang		-
2		Reg B	38 Orang	12 Orang	22 Orang	-	-
3		Reg C	30 Orang	1 Orang	13 Orang	-	-
Total			96 Orang	28 Orang	47 Orang	-	-

(sumber: diolaholehpeneliti)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 28 orang mahasiswa memperoleh nilai yang tinggi (A) dan 47 orang mahasiswa memperoleh nilai yang cukup baik, (B) dan sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa nilai mata kuliah Perilaku Konsumen mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2017 tergolong sangat baik. Dapat diasumsikan apabila mahasiswa memperoleh nilai tinggi pada mata kuliah Perilaku Konsumen itu artinya mahasiswa sudah mampu mengelola keuangannya dengan baik dan secara otomatis perilaku konsumtif bisa diminimalisir. Namun kenyataannya dari hasil observasi yang telah dilakukan bahwa perilaku konsumtif dan *money attitude* mahasiswa masih dalam kategori tinggi. Hal ini sangat disayangkan, seharusnya dengan memperoleh nilai mata kuliah perilaku konsumen yang bagus/tinggi, mahasiswa pendidikan Bisnis Stambuk 2017 mampu berperilaku konsumtif dan mengelola keuangan (*money attitude*) dengan baik.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, ditemukan bahwa faktor yang menimbulkan perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan bisnis stambuk 2017 adalah kurangnya pemahaman dalam menyikapi uang sebagai perantara dalam memenuhi kebutuhan hidup mahasiswa yang cenderung konsumtif. Dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh *Money Attitude* dan Mata Kuliah Perilaku Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Sebanyak 75 % Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 membeli barang dengan alasan hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat.
2. Sebanyak 50% Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 membeli barang yang lagi trendy hanya untuk mencari kesenangan dan kenyamanan ketika memakai barang.
3. Sebanyak 90% Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 menganggap uang sebagai simbol kesuksesan.
4. Sebanyak 50% Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 menganggap harga barang yang tinggi akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
5. Permasalahan yang sering dihadapi mahasiswa adalah keinginan untuk selalu mengikuti perkembangan zaman (*trend*) yang tidak akan ada habisnya sehingga mahasiswa menjadi berperilaku konsumtif.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari semakin luasnya lingkup penelitian ini, maka peneliti membatasi permasalahan yang akan diteliti. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

2. Objek Penelitian

- a. *Money Attitude* yang bersifat negatif (X_1) hanya dilihat dari pengelolaan keuangan terhadap kebutuhan umum pada mahasiswa Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
- b. Mata Kuliah Perilaku Konsumen (X_2), yang diambil hanya dari kelas A, B dan C pada prodi pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
- c. Perilaku Konsumtif (Y) yang dilihat dari indikator pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan yang terjadi pada kalangan mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat Pengaruh *Money Attitude* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Apakah terdapat Pengaruh Mata Kuliah Perilaku Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh *Money Attitude*(Sikap Terhadap Uang) dan Mata Kuliah Perilaku Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Medan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk

1. Mengetahui Pengaruh *Money Attitude* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Mengetahui Pengaruh Mata Kuliah Perilaku Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Mengetahui Pengaruh *Money Attitude* dan Mata Kuliah Perilaku Konsumen Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti sendiri, bermanfaat sebagai media penerapan dan pengaplikasian teori-teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, serta menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang *money attitude*, mata kuliah perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.
2. Bagi Fakultas Ekonomi, sebagai bahan referensi atau tambahan informasi bagi mahasiswa/mahasiswi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dalam proses pembuatan bahan penelitian.
3. Bagi Universitas Negeri Medan, sebagai tambahan referensi kepustakaan dibidang perilaku konsumen dan masukan bagi civitas akademik UNIMED maupun pihak lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.
4. Bagi pihak lain, diharapkan dapat memberi pengetahuan baru bagi pihak lain tentang *Money Attitude* dan Mata Kuliah Perilaku Konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif serta dapat menjadi alternatif rujukan bagi peneliti lainnya dengan konsep penelitian yang sejenis.