

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi masa kini telah mendorong banyak orang melakukan persaingan diberbagai sektor seperti perekonomian, pendidikan, pariwisata dan masih banyak hal lainnya, dengan berkembangnya globalisasi juga mempengaruhi berbagai sektor dimasyarakat seperti perilaku konsumsi pada masyarakat, gaya hidup, dan juga perilaku pikir masyarakat. Hal itu dikarenakan banyaknya perusahaann besar atau perusahaan perorangan yang belomba-lomba mengeluarkan ide-ide kreatif dan inovatif sehingga mengeluarkan produk-produk terbaru dan laku dipasaran, sebagai contoh di teknologi seperti Smartphone atau laptop, di fashion sepatu dan pakaian, dan sebagainya.

Dampak dari pengeluaran produk terbaru yang mengikuti pasar tentu berimbas kepada penduduk Indonesia yang mana didominasi oleh kaum remaja dan golongan muda dimana tentu saja akan mudah terpengaruh akan produk-produk terbaru yang mengikuti perkembangan masa kini agar terlihat tidak ketinggalan zaman. Pada dasarnya masyarakat lebih banyak sebagai pengguna atau pembeli dari pada menjualkan produk, hal ini tentu menjadi peluang atau target pasar yang besar bagi perusahaan atau pengusaha-pengusaha. Hal itu sesuai dengan pernyataan Santoso (2014 : 56) yang mengatakan bahwa masyarakat konsumen itu adalah masyarakat cenderung di organisasikan lebih suka konsumsi daripada produksi barang atau jasa.

Kegiatan konsumsi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan. Ini dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara langsung. Setiap individu dan masyarakat secara umum mempunyai kecenderungan tertentu dalam melakukan konsumsi. Kecenderungan mengkonsumsi disebut dengan perilaku konsumsi. Nugroho (2011: 63) mendefinisikan konsumsi adalah Penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi. Setiap manusia tidak akan pernah puas dalam memenuhi kebutuhan hal itu dikarenakan kebutuhan akan terus berkembang dan selalu memiliki versi terbaru sehingga akan mengurangi nilai produk yang lama.

Pada masa kini perilaku konsumsi masyarakat tergolong sangat tinggi hal itu dikarenakan perkembangan teknologi yang selalu berkembang salah satu contoh adalah banyaknya *E-commerce* di berbagai web dan aplikasi. Dengan adanya itu tentu akan meningkatkan perilaku konsumsi masyarakat hal itu dikarenakan berbagai faktor seperti mudah diakses, buka sepanjang waktu, mencari produk lebih cepat, biaya lebih terjangkau, tidak ada batasan geografis. Hal itu tentu akan mendorong masyarakat untuk terus berbelanja karena sangat mudah dilakukan.

Saat ini peneliti telah melaksanakan observasi awal mengenai perilaku konsumsi terhadap Prodi pendidikan ekonomi Angkatan 2018 dengan cara menyebarkan angket awal dengan indikator yang telah disusun oleh peneliti, yaitu sebanyak 5 pertanyaan dengan 2 jawaban, untuk observasi awal peneliti hanya

memilih 50 orang yang diambil secara acak, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah :

Tabel 1.1

Angket awal perilaku konsumsif prodi pendidikan ekonomi angkatan 2018

No	Pertanyaan	S	TS
1	Saya sering menghabiskan uang saku yang diberikan orang tua untuk membeli barang dan jasa yang kelihatan menarik.	45 %	54%
2	Saya membeli barang atau jasa karena iming-iming diskon	58 %	42 %
3	Saya sering membeli barang-barang yang saya sukai walaupun sebenarnya kurang berguna.	36 %	64 %
4	Saya membeli barang atau jasa untuk menjaga penampilan diri dan gengsi	24%	76 %
5	Saya membeli barang atau jasa karena simbol status	26 %	74 %
6	Saya membeli barang mahal (<i>brand</i> terkenal), agar memiliki rasa percaya diri.	45 %	55 %
Rata-Rata		39 %	61%

Bedasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui masih ada beberapa siswa menghabiskan uang saku yang diberikan orang tua untuk membeli barang dan jasa yang kelihatan menarik, membeli barang atau jasa karena iming-iming diskon, membeli barang-barang yang saya sukai walaupun sebenarnya kurang berguna, membeli barang atau jasa untuk menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli barang atau jasa karena simbol status dan membeli barang mahal (*brand* terkenal), agar memiliki rasa percaya diri, yaitu sebesar 39 %. Hal itu membuktikan masih

cukup besar perilaku konsumsif di prodi pendidikan ekonomi Angkatan 2018, sehingga peneliti ingin meneliti lebih lanjut. Perilaku konsumsif disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Kotler (1997 : 52) Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu 1. faktor budaya seperti peran budaya, sub budaya, kelas sosial pembeli. 2. faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status. dan 3. Faktor Pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Berdasarkan faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumtif dari ahli di atas, peneliti mengambil 2 faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumtif untuk variabel penelitian yaitu kondisi status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi.

Status Sosial ekonomi merupakan kedudukan atau posisi seorang dalam masyarakat, status sosial ekonomi merupakan gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari sosial ekonomi, seperti tingkat pendapatan, pendidikan, pekerjaan dan sebagainya. Orang tua memegang peranan penting dalam perkembangan anak. Tinggi rendahnya pendapatan orang tua tentu akan berpengaruh terhadap perilaku konsumsif anak.

Anak yang berasal dari keluarga dengan status sosial ekonomi yang rendah biasanya memiliki perilaku konsumsif yang rendah dikarenakan tidak mempunyai penghasilan orang tua, berbeda dengan keluarga yang status ekonominya yang tergolong tinggi tentu akan memiliki perilaku yang konsumsif yang relatif tinggi dikarenakan mempunyai orang tua memenuhi kebutuhan tersebut.

Untuk mengetahui status sosial ekonomi orang tua peneliti telah melaksanakan observasi awal terhadap Prodi pendidikan ekonomi Angkatan 2018 dengan memilih 30 orang yang diambil secara acak dan angket awal disebarakan mengenai tentang pendidikan orang tua pada tabel 1.2 dan pendapatan orang tua pada tabel 1.3

Tabel 1.2
Pendidikan orang tua

	Perguruan Tinggi	SMA	SMP	SD
Ayah	12%	48%	32%	8%
Ibu	10%	54%	30%	6%
Rata-Rata	11%	51%	31%	7%

Tabel 1.3
Pendapatan orang tua

	< Rp. 3.500.000	Rp.2.500.000- Rp.3.500.000	Rp.1.500.000- Rp.2.500.000	>Rp. 1.500.000
Ayah	14%	20%	24%	42%
Ibu	6%	24%	30%	40%
Rata-Rata	10%	22%	27%	41%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan orang tua masih tergolong rendah dapat dibuktikan dari tabel 1.2 dimana untuk orang tua pada pendidikan perguruan tinggi hanya 11 %, sisahnya didominasi tamatan SMA yaitu sebesar 51 %, SMP 31 %, dan SD 7 %. Sedangkan untuk pendapatan orang tua juga masih digolongkan dengan kategori rendah dibuktikan dengan tabel 1.3 dimana didominasi kategori > Rp. 1.500.000 yaitu sebesar 41 %. Berdasarkan hal

tersebut dapat disimpulkan bahwa Status Sosial Ekonomi Orang tua dapat mempengaruhi perilaku konsumsif

Selain Status Sosial Ekonomi Orang tua faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumsif adalah literasi ekonomi. Menurut Sina (2012:135), literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung dan berinvestasi, proteksi, dan memenuhi kebutuhan hidup. Untuk mengurangi perilaku konsumsif masyarakat perlu mempelajari berbagai literasi ekonomi seperti menabung, investasi, dan sebagainya, hal itu sangat berguna di masa depan agar dapat memenuhi kebutuhan. Hal itu sesuai dengan pendapat Neti Budiwati (2014: 19) yang mengatakan literasi ekonomi penting dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Solihat (2018 : 10) Literasi ekonomi sangat penting dipelajari semua negara untuk mempersiapkan masyarakat dalam menghadapi sistem keuangan yang selalu berubah. Masyarakat akan membutuhkan pemahaman yang lebih ekonomis untuk berpartisipasi secara aktif dalam ekonomi global yang cenderung berubah. Sistem keuangan yang berubah tentu penting untuk dipelajari hal itu dikarenakan bisa menjadi peluang dimasa depan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menganalisis berdasarkan pasar yang berjalan.

Untuk mengetahui pemahaman mahasiswa Prodi pendidikan ekonomi Angkatan 2018 mengenai literasi ekonomipeneliti telah melaksanakan observasi

awal dengan menyebarkan angket awal kepada 50 orang yang diambil secara acak dapat dilihat pada tabel 1.4 dibawah ini :

Tabel 1.4
Angket literasi ekonomi

No	Pertanyaan	S	TS
1	Saya sering bimbang apakah saya harus membeli produk yang saya sukai atau yang saya butuhkan.	60 %	40%
2	Saya sering membaca berita online mengenai perekonomian, kurs, atau saham di Indonesia.	30 %	70 %
3	Saya mempertimbangkan untung rugi atas segala tindakan yang saya lakukandalam keuangan.	44 %	56 %
4	Setiap bulan saya hampir selalu menyisihkan uang saku untuk ditabung di Bank.	20%	80 %
5	Saya mengerti dan menggunakan Saham atau Investasi untuk menabung dimasa depan.	10 %	90 %
Rata-Rata		33 %	3,36%

Berdasarkan tabel 1.4 diatas dapat disimpulkan bahwa pemahaman mengenai literasi ekonomi masih sangat rendah dimana mahasiswa masih sering bimbang membeli produk disuka atau dibutuhkan yaitu sebesar 60 %, mahasiswa juga jarang membaca berita online mengenai perekonomian, kurs, atau saham di Indonesia, yaitu sebesar 70 %, mahasiswa juga tidak mempertimbangkan untung rugi atas segala tindakan yang saya lakukandalam keuangan yaitu sebesar 56 %, mahasiswa jarang menyisihkan uang saku untuk ditabung di Bank yaitu sebesar 80 %, dan mahasiswa tidak mengerti atau menggunakan saham sebesar 90 %. berdasarkan hal diatas mahasiswa akan susah untuk memperbaiki perilaku

konsumtif jika tidak memahami mengenai literasi ekonomi, sehingga dapat disimpulkan literasi ekonomi dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa.

Dari beberapa penemuan awal ini penulis melihat ada pengaruh antara status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, untuk itu perlu adanya kebenaran yang mendasar sehingga penulis tertarik untuk menyusun skripsi yang berjudul **"Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2018.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, yang menjadi indentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pengeluaran produk baru yang mengikuti pasar mempengaruhi masyarakat Indonesia untuk berbelanja agar tidak terlihat ketinggalan zaman.
2. perkembangan teknologi yang pesat mengakibatkan tingginya perilaku konsumtif dimasyarakat hal itu dikarenakan E-commers yang sangat mudah, efisien, murah, dan bebas setiap saat.
3. Perilaku konsumsi prodi pendidikan ekonomi Angkatan 2018 tergolong cukup baik akan tetapi masih ada beberapa mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif yang cukup besar.
4. Kondisi ekonomi orang tua masih tergolong rendah, sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

5. Pemahaman mahasiswa mengenai literasi ekonomi masih sangat rendah sehingga dapat meningkatkan perilaku konsumtif yang tinggi.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka perlu diadakan pembatasan masalah untuk menghindari pembahasan yang terlalu meluas dalam penelitian ini adalah :

1. Status sosial ekonomi orang tua yang diteliti adalah tingkat pendidikan dan penghasilan orang tua Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Medan
2. Literasi ekonomi yang diteliti adalah pemahaman mahasiswa mengenai literasi ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Medan
3. Perilaku konsumtif yang diteliti adalah perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Medan

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Medan?

2. Apakah ada pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Medan?
3. Apakah ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat praktis

Bagi mahasiswa fakultas ekonomi, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif.

2. Manfaat Teoritis

A. Bagi Peneliti

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

B. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pemahaman mengenai literasi ekonomi yang berdampak terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan ekonomi Angkatan 2018

C. Bagi Universitas Negeri Medan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi kepastakaan FE UNIMED

D. Bagi IPTEK

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan memberikan gambaran atau pandangan terhadap mahasiswa mengenai perilaku konsumtif yang buruk yang lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan semata