

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan konsumsi tidak akan pernah lepas dari kehidupan manusia. Karena kebutuhan manusia tidak terbatas dan manusia bisa memenuhi setiap kebutuhannya. Akan tetapi pada hakikatnya, manusia selalu merasa kurang atau selalu merasa tidak pernah puas terhadap sesuatu. Ketika satu kebutuhan terpenuhi, kebutuhan lain yang akan timbul. Barang-barang yang tadinya disebut kebutuhan sekunder berubah menjadi kebutuhan primer, dan barang *glamor* menjadi kebutuhan sekunder, bahkan cenderung menjadi kebutuhan utama.

Perilaku dapat diartikan sebagai suatu tindakan, kegiatan, atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai atau mendapatkan sesuatu. Perilaku ini bisa dipengaruhi oleh diri sendiri (internal) atau disebabkan oleh pengaruh luar (eksternal). Perilaku internal dapat menjadi bagian dari karakter atau keinginan seseorang. Sedangkan perilaku eksternal adalah hal-hal persuasif yang membuat seseorang terpengaruh oleh sesuatu. Menurut Notoatmodjo (2003) perilaku dapat didefinisikan sebagai aktivitas atau aktivitas organisme yang bersangkutan. Aktivitas yang dimaksud dapat berupa sesuatu yang bisa diamati atau tidak diamati oleh orang lain. Defenisi ini menunjukkan bahwa perilaku terkadang bersifat abstrak karena hanya diketahui oleh orang yang memiliki perilaku tersebut (Kholik dkk, 2020:3).

Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengkonsumsi barang secara berlebihan (Gumulya & Widiastuti, 2013). Menurut Suyasa dan Fransisca (dalam Lestarina,2017:3) perilaku konsumtif menjadi tindakan membeli barang bukan buat memenuhi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Perilaku seseorang tidak lepas dari faktor- faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada remaja, diantaranya ditentukan oleh faktor psikologis, faktor eksternal dan faktor internal (Lestari dkk, 2017:5).

Dewasa ini, perilaku konsumtif telah melanda seluruh kalangan masyarakat, salah satunya ialah kaum mahasiswa. Menurut Santrock (2012) di masa remaja, individu akan cenderung menyukai aneka macam hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal tersebut dikarenakan remaja berupaya untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas dirinya. Menurut Bush (Hylander, 2013) remaja merupakan salah satu kelompok yang sangat potensial bagi pemasar menjadi sasaran pemasaran produk mereka, sebagai akibatnya remaja tumbuh dalam budaya konsumerisme yang membuat remaja terlibat dalam perilaku konsumtif. Lebih lanjut, Mangkunegara (2005) mengungkapkan bahwa karakteristik remaja yang mudah terbujuk rayuan dan masih labil, spontan dalam berbelanja kurang realistis dalam berpikir, serta cenderung berperilaku boros yang mengakibatkan remaja lebih konsumtif. Sukari, et al. (2013) mengungkapkan bahwa kecenderungan remaja untuk berperilaku konsumtif dikarenakan semakin banyaknya sarana dan prasarana yang terdapat mirip pusat perbelanjaan atau *mall, cafe*, tempat makan atau restoran yang mengalami peningkatan.

Dampak sosial dari perilaku konsumtif adalah dapat menimbulkan ketimpangan antar masyarakat. Selain itu, siswa dapat menarik diri dan tidak mau berteman dengan teman satu kelompoknya sebab merasa tidak dapat memenuhi gaya hidup seperti teman-temannya (Riska, 2016). Karena terkadang remaja membeli sesuatu bukan karena kebutuhan akan tetapi karena pendapat orang lain sangat penting baginya serta ingin terlihat menarik mirip teman-temannya. Untuk mematuhi perilaku konsumtif bagi seseorang membutuhkan biaya yang tidak sedikit.

Perilaku konsumtif mahasiswa menarik untuk dikaji mengingat perilaku konsumtif sudah tertanam dalam kehidupan mereka. Berbagai penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif, seperti kemajuan teknologi yang memudahkan mahasiswa berbelanja *online* melalui media sosial. Peneliti melakukan observasi awal perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan diasumsikan tinggi, dengan data sebagai berikut:



Tabel 1. 1
Hasil Angket Perilaku Komsumtif
Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Angkatan 2018

| No | Indikator | Pernyataan | Keterangan | | |
|--------------|--------------------|--|---------------|--------------|---------------|
| | | | SL | KD | TP |
| 1 | Iming-iming Hadiah | 1. Saya membeli barang dengan label “buy 1 get 1” | 53,3 % | 43,3% | 3,4% |
| | | 2. Saya langsung membeli produk yang memberikan diskon | 66,7 % | 33,3% | - |
| 2 | Kemasan Menarik | 3. Saya membeli produk yang membuat saya tampil meyakinkan didepan umum. | 80% | 13,3% | - |
| 3 | Menjaga Gengsi | 4. Saya membeli produk sejenis dari merek-merek yang berbeda | 56,7 % | 30% | 13,3 % |
| | | 5. Saya lebih senang membeli produk di mall daripada di took | 33,3 % | 60% | 6,7% |
| Total | | | 56,7 % | 33,3% | 13,3 % |

Sumber : Hasil Data Observasi awal 2022 (Diolah Peneliti)

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti dapat diasumsikan bahwa Mahasiswa program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2018 memiliki perilaku Konsumtif dengan persentase sebesar 56,7%. Data tersebut menunjukkan bahwasanya mahasiswa cenderung aktif dalam melakukan pembelian yang berlebihan.

Perilaku konsumen ialah studi tentang bagaimana individu, grup, serta organisasi memilih, membeli, menggunakan, serta bagaimana barang, jasa, inspirasi, atau pengalaman buat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Nilai Mata Kuliah perilaku konsumen sangat berperan untuk membentuk mahasiswa menjadi konsumen yang rasional dengan mengutamakan aspek kebutuhan utama dari kegunaan dari produk/jasa yang dikonsumsi.

Berikut data yang penulis peroleh dari observasi awal tentang pemahaman perilaku konsumen melalui nilai Nilai Mata Kuliah perilaku konsumen mahasiswa program Pendidikan Bisnis 2018 yang dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2

**Nilai Perilaku Konsumen Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2018
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan**

| Kelas | KETERANGAN | | |
|--------------|--------------|-------|----|
| | Jumlah Siswa | Nilai | |
| | | A | B |
| Kelas A | 26 | 23 | 3 |
| Kelas B | 27 | 14 | 13 |
| Total | 53 | 37 | 16 |

Sumber : Hasil Data Prodi Pendidikan Bisnis 2022

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diasumsikan bahwa nilai Nilai Mata Kuliah perilaku konsumen pada mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan cukup tinggi. Hal ini tentunya akan berdampak pada pengetahuan mereka dalam memilih suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya atau tidak. Meiiia, dkk. (2015) menyatakan bahwa ketika orang memiliki literasi terhadap ekonomi maka akan adanya pengaruh yang positif dan

signifikan terhadap berperilaku konsumtifnya. Kemudian hal yang serupa dinyatakan Astuti (2016) bahwa literasi terhadap pengetahuan ekonomi akan memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtifnya.

Gaya hidup merupakan aktivitas kehidupan seseorang yang dilakukan berdasarkan minat, kegiatan, dan pendapatan dalam menggunakan uang dan cara mengalokasikan waktu yang dimiliki. Hal ini mencerminkan bahwa gaya hidup yang dimiliki setiap individu berfungsi sebagai alat untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitar (Kotler, 2018). Hal ini erat kaitannya dengan perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa dikarenakan perilaku konsumtif dapat terjadi akibat penghasilan ataupun pemasukan yang dimiliki mahasiswa cenderung pada kategori tinggi sehingga mereka dapat menggunakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan, kesenangan dan kemewahan tanpa memikirkan nominal yang harus dikeluarkan.

Berikut adalah Data Observasi Awal Dari Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2018:

Tabel 1.3

Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2018

| No | Pertanyaan | Ya | Tidak |
|-----------|---|-----------|--------------|
| 1 | Saya lebih senang membeli barang di tempat tradisional (pasar) karena harga yang lebih terjangkau dibandingkan di Swalayan. | 60% | 40% |
| 2 | Saya memilih ketertarikan diri terhadap barang yang mau dibeli. | 36% | 67% |
| 3 | Saya selalu membandingkan kualitas barang di toko dengan toko lainnya. | 57% | 43% |
| 4 | Lingkungan mempengaruhi saya dalam membentuk karakter-karakter dasar. | 50% | 50% |
| 5 | Kegiatan dari gaya hidup yang direncanakan akan memberikan hal yang menguntungkan kedepannya. | 83% | 17% |

| | | | |
|---|--|-----|-----|
| 6 | Saya berpendapat bahwa gaya hidup harus selalu seimbang dengan kemampuan finansial diri. | 33% | 67% |
|---|--|-----|-----|

Sumber : Hasil Data Observasi awal 2022

Berdasarkan hasil tabel observasi yang sudah dilakukan oleh peneliti bisa dilihat bahwa gaya hidup pada mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2018 rendah. Maka dari itu ketika mahasiswa memiliki literasi atau pengetahuan tentang ekonomi maka gaya hidup mereka akan rendah, karena tinggi atau rendahnya perilaku konsumtifnya seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan mereka (Melina dan Wulandari, 2018). Hal ini sesuai juga temuan dari Kanserina (2015) menyatakan ketika seseorang memiliki pengetahuan tentang ekonomi akan memiliki adanya pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif orang tersebut. Kemudian pendapat Kotler dan Amstrong (2012) bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif mahasiswa juga memiliki hubungan erat dengan pendapat orang tua. Dimana pendapat orang tua merupakan hasil yang diperoleh orang tua yang dengan mempertimbangkan pemasukan yang diperoleh melalui usaha ataupun kegiatan ekonomi sesuai kurun waktu tertentu yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga. Sehingga kebutuhan individu dan kebutuhan sosial mahasiswa dapat terpenuhi sesuai dengan pendapatan yang diperoleh orang tua. Hal ini disebabkan tinggi atau rendahnya pendapatan yang dimiliki oleh orang tua akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif setiap mahasiswa.

Tabel 1.4
Penggolongan Pendapatan Orangtua Mahasiswa

| Golongan | Pendapatan / Bulan | Jumlah | Konversi | Pekerjaan |
|-----------------|-------------------------------|---------------|-----------------|------------------|
| Sangat Tinggi | ≥ Rp 7.200.000 | 4 | 13,3% | Pengusaha |
| Tinggi | Rp 4.000.000-Rp 6.000.000 | 10 | 33,3% | Petani |
| Sedang | Rp 3.000.000-Rp. 4.000.000 | 7 | 23,3% | PNS |
| Rendah | Rp. 1.800.000 - Rp. 3.000.000 | 6 | 20% | Wirausaha |
| Sangat Rendah | ≤ Rp. 1.800.000 | 3 | 10% | Wiraswasta |

Sumber : Hasil Data Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 golongan gaji \geq Rp 7.200.000 memiliki pekerjaan sebagai pengusaha, golongan gaji Rp 4.000.000-Rp 6.000.000 bekerja sebagai pegawai negeri sipil (PNS), golongan gaji Rp 3.000.000-Rp. 4.000.000 bekerja sebagai wirausaha, golongan gaji Rp. 1.800.000 - Rp. 3.000.000 bekerja sebagai petani, dan golongan gaji terakhir \leq Rp. 1.800.000 bekerja wiraswasta.

Berdasarkan tabel 1.4 dapat disimpulkan bahwa pendapatan orangtua mahasiswa Stambuk 2018 yaitu termasuk golongan yang rendah, dimana terdapat 23 pendapatan orangtua termasuk golongan yang sangat rendah, 6 pendapatan orangtua termasuk golongan yang sangat rendah, 7 pendapatan orangtua termasuk golongan yang sedang, 10 pendapatan orangtua termasuk golongan yang tinggi, 4 pendapatan orangtua termasuk golongan yang sangat tinggi.

Gilarso (1992:63) berpendapat bahwa “Penghasilan keluarga adalah segala bentuk balas jasa yang diperoleh sebagai imbalan atau balas jasa atas kontribusi seseorang dalam proses produksi” Selain itu, Slameto (2010:63) mengemukakan bahwa:

“Keadaan ekonomi keluarga erat kaitannya dengan belajar anak. Anak yang belajar selain terpenuhi kebutuhan dasarnya, seperti makan, minum, sandang, perlindungan kesehatan, juga membutuhkan fasilitas belajar seperti ruang belajar, meja, kursi, penerangan, alat tulis, buku, dll. Fasilitas belajar hanya dapat terpenuhi jika orang tua memiliki cukup uang. Jika anak tinggal di keluarga miskin, kebutuhan dasar anak tidak terpenuhi sehingga belajar anak terganggu. Akibat lain anak selalu diliputi kesedihan sehingga anak merasa minder dengan temannya, hal ini juga pasti akan mengganggu belajar anak”.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan orang tua adalah semua pendapatan yang diterima seseorang, baik yang berasal dari keterlibatan langsung dalam proses produksi maupun tidak, yang dapat diukur dengan uang dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan bersama dan individu dalam suatu keluarga dalam satu bulan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Nilai Mata Kuliah Perilaku Konsumen, Gaya Hidup dan Pendapatan Orangtua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2018”.

1.2 Identifikasi Masalah

Terkait dengan latar belakang masalah Pengaruh Nilai Mata Kuliah Perilaku Konsumen, Gaya Hidup dan Pendapatan Orangtua Terhadap Perilaku Komsumtif

Mahasiswa Pendidikan Bisnis 2018, maka dapat didefinisikan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis 2018 memiliki Nilai Mata Kuliah Perilaku Konsumen yang tinggi.
2. Gaya Hidup mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis 2018 Rendah.
3. Pendapatan Orangtua mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis 2018 cenderung rendah.
4. Perilaku konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis 2018 yang semakin tinggi ke arah perilaku konsumtif.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi penelitian di atas maka penulis membatasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Nilai Mata Kuliah perilaku konsumen yang diteliti adalah nilai mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2018.
2. Gaya hidup yang diteliti dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Bisnis 2018.
3. Pendapatan Orangtua yang diteliti adalah menampilkan pendapatan yang diperoleh oleh orang tua mahasiswa Pendidikan Bisnis 2018.
4. Perilaku konsumtif yang diteliti adalah perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk angkatan 2018.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang latar belakang, pada penelitian kali ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Nilai Mata Kuliah Perilaku Konsumen terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan Bisnis stambuk 2018?
2. Apakah ada pengaruh gaya hidup mahasiswa terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan Bisnis stambuk 2018?
3. Apakah ada pengaruh pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan Bisnis stambuk 2018?
4. Apakah ada pengaruh Nilai Mata Kuliah Perilaku Konsumen, Gaya Hidup, dan Pendapatan Orangtua Terhadap Perilaku Komsumtif mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2018?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh Nilai Mata Kuliah perilaku konsumen mahasiswa terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan Bisnis 2018.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh gaya hidup mahasiswa terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan Bisnis 2018.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh pendapatan orang tua mahasiswa terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan Bisnis 2018.

4. Untuk mengetahui pengaruh Nilai Mata Kuliah Perilaku Konsumen, Gaya Hidup dan Pendapatan Orangtua Terhadap Perilaku Komsumtif mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk 2018?

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dikalangan mahasiswa, serta sebagai bekal bagi peneliti dalam meningkatkan kualitas studi penelitian. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian lainnya.

2. Bagi Universitas Negeri Medan

Penelitian ini dapat menjadi acuan mahasiswa untuk penelitian selanjutnya khususnya dengan yang sama yakni tentang pengaruh nilai Nilai Mata Kuliah Perilaku Konsumen, gaya hidup, dan pendapatan orangtua terhadap perilaku konsumtif.

3. Bagi Pembaca

Peningkatan wawasan dan pertimbangan dalam mempersiapkan diri menghadapi perkembangan zaman yang penuh tantangan dalam mengatasi sikap konsumtif yang berlebihan.