

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi mengakibatkan batas-batas antar negara di dunia semakin menipis, sehingga kemajuan teknologi dan informasi dari luar negara dengan mudah dapat diterima dan berpengaruh ke dalam suatu negara, termasuk Indonesia. Globalisasi juga berdampak terhadap dunia industri, terutama pada bidang perekonomian. Dimana saat ini telah banyak dibangun pusat-pusat perbelanjaan, khususnya dikota-kota besar termasuk kota Medan sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia.

Semakin banyaknya pembangunan pusat-pusat perbelanjaan, inovasi produk dan penawaran harga serta strategi pemasaran oleh produsen yang semakin beragam baik secara langsung maupun tidak langsung melalui berbagai media membuat penyediaan barang di masyarakat menjadi berlimpah sehingga masyarakat mudah untuk memperoleh dan mengkonsumsi barang yang dibutuhkan dengan banyak pilihan yang ada.

Hal inilah yang membuat pola konsumsi masyarakat menjadi berubah, dimana kecenderungan orang untuk berbelanja menjadi meningkat. Sebelumnya orang melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan, namun dengan perkembangan yang terjadi pola konsumsi mengalami pergeseran yaitu semakin banyak orang yang mengkonsumsi hanya untuk memenuhi keinginan semata dan untuk bersenang-senang. Seperti yang dinyatakan oleh Siswanto (2018

: 212), saat ini banyak ditemukan kasus bahwa konsumsi dilakukan tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi dan menghilangkan stress. Dan apabila tidak ditangani dengan serius maka hal ini dapat membuat seseorang menjadi konsumtif. Dan lebih jauh lagi, seperti yang dikatakan Lailiya (2019:1) apabila tidak di kontrol maka bukan tidak mungkin pola konsumtif akan menjadi budaya. Budaya yang dimaksud dalam hal ini adalah suatu kebiasaan yang telah dianggap wajar dan tidak lagi dianggap sebagai pola hidup yang berlebihan.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang telah banyak melanda kehidupan masyarakat. Hampir tidak ada golongan yang tidak luput dari hal tersebut termasuk mahasiswa yang merupakan salah satu komponen masyarakat. Hidayah (2018:1026) menyatakan bahwa mahasiswa merupakan remaja tingkat akhir yaitu usia 18 – 20 tahun, dimana masa inilah penentuan identitas diri mereka, sehingga mahasiswa akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik dalam bertingkah laku maupun dalam pembelian barang dan jasa. Ini sejalan dengan pendapat Wijaya (2018) yang menyatakan bahwa sejatinya mahasiswa sebagai manusia yang sedang mencari jati diri dan berada pada usia konsumtif dan senang berbelanja. Ini dikarenakan mereka mempresentasikan diri melalui penampilan mereka sehingga produk menjadi hal yang penting.

Seseorang dikatakan telah berperilaku konsumtif apabila dalam mengambil keputusan pembelian tidak berdasarkan pertimbangan yang rasional atau tidak berdasarkan kebutuhan yang harus terpenuhi. Mengonsumsi dalam hal ini

membeli ataupun menggunakan suatu produk tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, sekedar ingin bersenang-senang dan sebagainya.

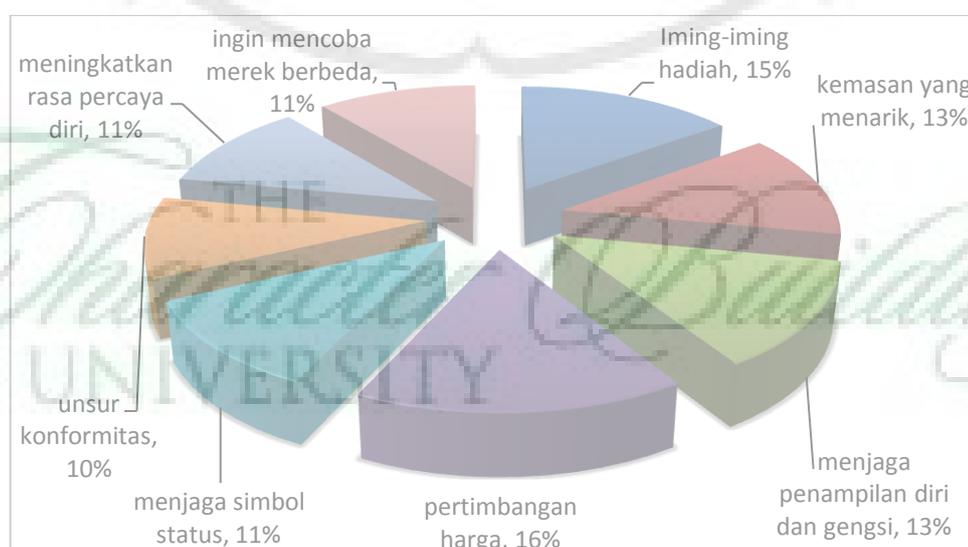
Demikian juga halnya seorang mahasiswa dikatakan telah berperilaku konsumtif apabila melakukan konsumsi diluar kebutuhan pokoknya, yang mana mahasiswa lebih mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhan sebagai seorang mahasiswa. Kebutuhan mahasiswa yang paling utama adalah perlengkapan kuliah, termasuk buku-buku penunjang perkuliahan. Namun, berdasarkan pengalaman penulis, salah satu fenomena yang terjadi dikampus adalah bahwa masih banyak mahasiswa yang tidak mempunyai buku bahan ajar perkuliahan, dan walaupun ada seringkali hanya mengandalkan buku modul yang berasal dari kampus, yang seharusnya mahasiswa membutuhkan buku-buku lain sebagai referensi tambahan.

Rohman (2018 : 109-110) mengatakan bahwa hal-hal yang mengindikasikan seseorang berperilaku konsumtif adalah : (1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. (2) Membeli produk karena kemasannya menarik. (3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. (4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). (5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. (6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. (7) Munculnya penilaian bahwa membeli

produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. (8)  
Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Peneliti telah melakukan observasi awal dengan membagikan angket yang berpatokan pada indikator perilaku konsumtif menurut Rohman (2018 : 109-110). Responden dalam observasi awal ini adalah 20 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016. Berdasarkan hasil observasi dapat dilihat fenomena yang terjadi bahwa perilaku konsumtif mahasiswa cukup tinggi. Dimana berdasarkan data yang diolah, persentase perilaku konsumtif pada pilihan “sering” sebesar 30%, “selalu” sebesar 29%, “kadang-kadang” sebesar 27% dan “tidak pernah” sebesar 14%. Perilaku konsumtif tersebut dipicu oleh beberapa faktor, berikut ini adalah distribusi perilaku konsumtif mahasiswa berdasarkan indikator perilaku konsumtif menurut Rohman (2018 : 109-110).

**Gambar 1.1**  
**Hasil angket Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan**



Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa faktor yang paling mempengaruhi adalah pertimbangan harga yaitu sebesar 16% dan faktor yang pengaruhnya paling kecil adalah unsur konformitas yaitu sebesar 10%. Hal ini berarti bahwa mahasiswa masih mudah tergiur oleh diskon menarik yang ditawarkan oleh penjual. Sehingga mereka seringkali membeli produk diskon tanpa direncanakan walaupun produk tersebut belum menjadi kebutuhan mereka. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dkk (2018 : 3) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara langsung antara harga diskon terhadap pembelian impulsif, dimana stimulus diskon mendorong pembelian tidak terencana. Dalam penelitian ini pemberian diskon berkontribusi 33% terhadap pembelian impulsif sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Selain itu observasi awal juga menunjukkan bahwa unsur konformitas memberikan pengaruh yang paling kecil, dalam hal ini konformitas terhadap tokoh idola ataupun model yang mengiklankan produk yang berarti bahwa mahasiswa tidak terlalu suka ikut-ikutan menggunakan produk yang diiklankan ataupun digunakan oleh model dan tokoh idola mereka.

Terkait dengan perilaku konsumtif mahasiswa, pendidikan memiliki peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Karena dalam dunia pendidikan terjadi proses pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan peserta didik. Pengetahuan yang dimiliki akan mengubah perilaku menjadi lebih baik, dan selain itu manusia yang memiliki pengetahuan cenderung

memiliki kecakapan hidup yang lebih baik. Karena seseorang dianggap belajar jika menunjukkan perubahan-perubahan tingkah laku dalam hidupnya.

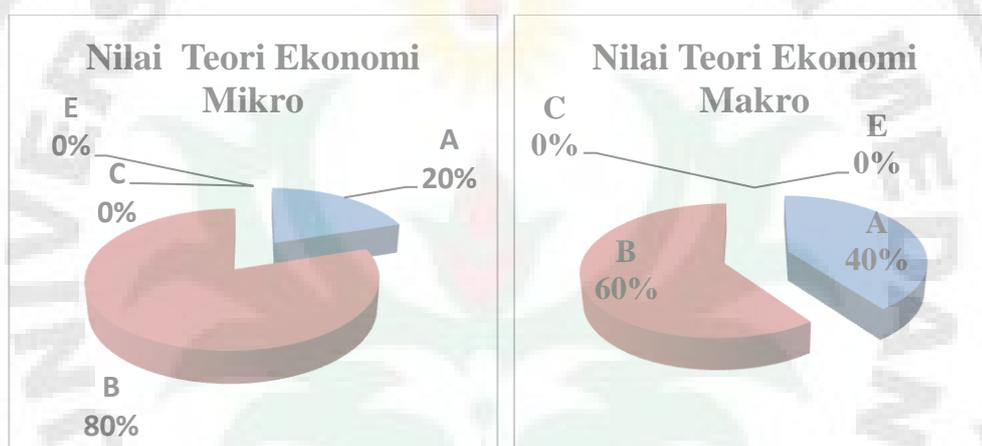
Mahasiswa merupakan bagian terpenting dari proses pendidikan, karena proses pendidikan yang didapatkan mahasiswa di kampus merupakan proses pendidikan tertinggi. Dalam artian bahwa mahasiswa sudah mencapai tahapan pembelajaran tertinggi yang merupakan tahap perubahan tingkah laku yang lebih baik sesuai dengan hasil yang ingin dicapai dari proses pendidikan. Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi yang memiliki pengetahuan tentang ilmu ekonomi dan sedang dalam proses pembelajaran yang sudah memasuki tahap atas seharusnya memiliki perubahan perilaku yang lebih baik dan matang termasuk dalam pemenuhan kebutuhannya. Khususnya dalam perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi yang memiliki tingkat literasi ekonomi yang baik seyogianya dapat berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dipelajarinya dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana diungkapkan oleh Sina (2012:135), literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk mengubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung dan berinvestasi, proteksi, dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi.

Literasi ekonomi dapat dibentuk melalui pemahaman dari pembelajaran ilmu ekonomi di perguruan tinggi. Menurut Sadono Sukirno (2013 : 4) bahwa ilmu ekonomi dibedakan kepada dua bentuk yaitu teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro. Berikut merupakan gambaran nilai ilmu ekonomi mikro dan ilmu

ekonomi makro dari 20 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Gambar 1.2

**Nilai Teori Ekonomi Mikro dan Makro Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016**



Sumber : DPNA Teori Ekonomi

Berdasarkan gambar 1.2 diatas dapat dilihat bahwa perolehan nilai mahasiswa untuk mata kuliah teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro berada pada kriteria baik dan amat baik, yang artinya mahasiswa memahami dengan baik teori ekonomi dan seyogianya dapat diaplikasikan dalam kegiatan ekonomi sehari-hari termasuk kegiatan berkonsumsi. Namun menjadi kurang sejalan dengan fenomena yang terjadi bahwa mahasiswa masih terindikasi perilaku konsumtif, dimana dalam pengambilan keputusan pembelian masih kurang rasional dan masih berorientasi keinginan bukan pada kebutuhan.

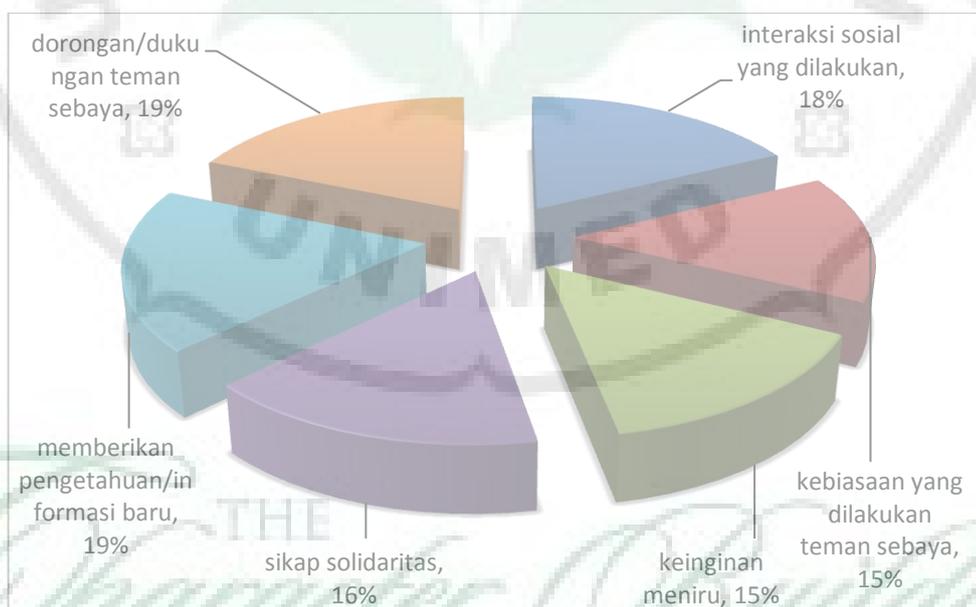
Faktor lain yang berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku konsumtif adalah kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok

referensinya dalam menentukan produk yang dikonsumsi. Teman sebaya merupakan salah satu kelompok referensi yang sangat berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hidayah (2018 : 1029) menyatakan bahwa “lingkungan teman sebaya merupakan lingkungan kedua yang sangat berpengaruh atas diri seseorang setelah lingkungan keluarganya, hubungan sosial terjadi di dalam lingkungan teman sebaya tersebut sehingga akan memberikan pengaruh terhadap seseorang”. Sehingga dalam hal ini teman sebaya menjadi orang yang sangat penting dalam kehidupan seseorang setelah keluarga.

Dengan adanya interaksi yang terjadi dengan teman sebaya tentunya akan memberikan berbagai pengaruh pada diri seseorang, baik pengaruh positif maupun pengaruh yang negatif. Selain itu lingkungan teman sebaya juga menjadi lingkungan yang memberikan kenyamanan pada seseorang yang berada pada lingkungan teman sebaya tersebut. Hal itu juga terjadi pada mahasiswa, antar mahasiswa dalam lingkungan teman sebayanya merasakan kenyamanan dimana mereka dapat saling bercerita, mulai dari masalah pribadi, pengalaman, penampilan, termasuk juga membicarakan hal-hal terbaru termasuk produk yang sedang *trend*. Hal inilah yang seringkali mempengaruhi perilaku konsumsinya, karena secara langsung atau tidak langsung teman-teman sebaya akan mendorong untuk mengkonsumsi suatu produk. Selain itu mahasiswa yang juga masih termasuk remaja sering kali ikut-ikutan dengan teman-temannya dalam mengkonsumsi suatu produk sehingga inilah yang seringkali membuat mahasiswa menjadi konsumtif.

Peneliti telah melakukan observasi awal dengan membagikan angket yang berpatokan pada indikator teman sebaya yang disampaikan oleh Pranyoto (2015 : 206) . Responden dalam observasi awal ini adalah 20 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016. Berdasarkan hasil observasi dapat dilihat fenomena yang terjadi bahwa tingkat pengaruh teman sebaya lumayan tinggi. Dimana berdasarkan data yang diolah, persentase pengaruh teman sebaya pada pilihan “sering” sebesar 28%, “selalu” sebesar 19%, “kadang-kadang” sebesar 44% dan “tidak pernah” sebesar 9%.

**Gambar 1.3**  
**Hasil Angket Pengaruh Teman Sebaya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan**



Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar 1.3 diatas dapat dilihat bahwa persentase untuk indikator teman sebaya memberikan pengetahuan ataupun informasi yang baru yang tidak didapatkan dari keluarga dan indikator dorongan/dukungan teman sebaya memberikan kontribusi paling besar yaitu sebesar 19%. Dari sini kita dapat

melihat bahwa teman sebaya berpeluang untuk terlibat dalam pengambilan keputusan seorang mahasiswa, termasuk keputusan pembelian produk. Karena saat bersama mereka sering berbagi dan bercerita hal-hal ataupun pengalaman baru termasuk produk baru yang sedang *trend*. Ini sejalan dengan pernyataan dalam jurnal Murniatiningsih (2017 : 148) yang menegaskan bahwa teman sebaya merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan pada masa-masa remaja karena mereka sering berkumpul menghabiskan waktu luang mereka untuk berbagi informasi dan pengalaman. Selain itu, teman sebaya juga cenderung sering memberikan saran ataupun dorongan, termasuk dalam hal berkonsumsi. Namun, dari beberapa indikator teman sebaya kita juga dapat melihat bahwa indikator yang berkontribusi paling kecil adalah keinginan meniru, dari sini kita dapat melihat bahwa mahasiswa cenderung tidak terlalu suka meniru teman sebayanya dalam berkonsumsi.

Perilaku konsumtif menimbulkan banyak pengaruh negatif, dimana perilaku konsumtif ini akan membuat mahasiswa terbiasa dengan pola hidup boros yang jika tidak ditangani dengan serius kemungkinan juga akan berdampak ke dunia kerja, yang memungkinkan orang tersebut akan korupsi demi memenuhi keinginannya. Perilaku konsumtif juga mengurangi kesempatan untuk menabung karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung sehingga cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang.

Berdasarkan uraian latarbelakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan

Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dan penulis mencoba untuk meneliti sejauh mana pengaruh tingkat literasi ekonomi dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selanjutnya penelitian ini akan dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latarbelakang masalah diatas , yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan cenderung sering berperilaku konsumtif yang dipicu oleh beberapa faktor, dimana faktor yang berkontribusi paling tinggi adalah pertimbangan harga yaitu akibat tawaran diskon menarik dari penjual dan faktor yang pengaruhnya paling kecil adalah unsur konformitas.
2. Tingkat literasi ekonomi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan berada pada kriteria baik dan amat baik namun pengaplikasian literasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari masih tergolong rendah, terlihat dari mahasiswa yang masih terindikasi perilaku konsumtif.

3. Tingkat pengaruh teman sebaya pada mahasiswa cukup tinggi, dimana faktor yang memberikan kontribusi paling tinggi adalah dorongan/dukungan langsung dan pemberian informasi baru termasuk informasi mengenai produk-produk yang sedang tren oleh teman sebaya dan faktor yang memberikan kontribusi paling kecil adalah keinginan meniru.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu meluas, maka penulis membuat pembatasan masalah dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Literasi ekonomi yang diteliti adalah pemahaman teori ekonomi mikro dan makro mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Teman sebaya yang diteliti adalah kelompok teman sebaya mahasiswa pada Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Perilaku konsumtif yang diteliti adalah perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ?
2. Apakah ada pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ?
3. Apakah ada pengaruh literasi ekonomi dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Dengan pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam kemajuan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pendidikan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi terkait literasi ekonomi, teman sebaya dan perilaku konsumtif.
  - b. Penelitian ini dapat memberikan penjelasan mengenai pengaruh literasi ekonomi dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.
2. Secara Praktis
  - a. Mahasiswa

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

- 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 terjadi kaitannya dengan ekonomi.