

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi mempermudah masyarakat untuk memperoleh suatu barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Perkembangan teknologi dapat memberikan dampak dalam kehidupan masyarakat. Dengan adanya teknologi yang semakin canggih akan memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi secara mudah dan cepat dalam memberikan pelayanan informasi terkait dengan kebutuhan masyarakat dalam melakukan tindakan ekonomi khususnya dalam konsumsi. Pola perilaku ini jika terjadi secara terus menerus akan menjadi suatu perilaku konsumtif. Chita, dkk (2015:298) menyatakan bahwa “perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana”. Pola perilaku ini mengarah pada pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang berlebihan tanpa adanya perencanaan. Hal ini dikarenakan seseorang dalam mengkonsumsi barang lebih dikuasai oleh hasrat dan keinginan bukan kebutuhan. Dalam memenuhi barang dan jasa tidak didasarkan lagi pada skala prioritas namun didasarkan pada hasrat dan keinginan sehingga dapat menyebabkan pemborosan.

Kondisi ini menjadi latar belakang para produsen untuk berusaha memasarkan produknya dan akhirnya memicu individu atau kelompok untuk berperilaku konsumtif. Dari beberapa pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan “perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada

pertimbangan yang rasional, melainkan pada keinginan dan Hasrat kesenangan semata, bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari”.

Remaja menjadi salah satu target utama bagi pasar dalam menawarkan gaya hidup dan *tren* seiring perkembangan. Habybillah, dkk (2016:1646) menyatakan, “remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12-15 tahun, dan masa remaja tengah 15-18 tahun, masa remaja akhir 18-21 tahun”. Usia remaja akhir dalam hal ini termasuk mahasiswa yang merupakan generasi yang cukup terpengaruh oleh perkembangan zaman. Mahasiswa yang dikategorikan masa remaja akhir dapat terpengaruh karena mereka masih cenderung bersifat emosional dalam bertindak khususnya dalam kegiatan berkonsumsi yang tidak hanya didasarkan pada pemenuhan kebutuhan saja melainkan sekedar hasrat mencoba produk baru, *tren* yang sedang *hits* dan sebagainya.

Hal ini diperkuat oleh pendapat Loudon dan Bitta (2012), remaja merupakan salah satu contoh yang paling mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan, mempunyai orientasi yang kuat untuk mengkonsumsi suatu produk dan tidak berpikir hemat.

Dalam hal ini penulis mengambil 3 variabel dari faktor tersebut diantaranya faktor internal yaitu pengetahuan konsep dasar literasi keuangan dan faktor eksternal yaitu Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua dan media sosial. Untuk melihat adanya perilaku mahasiswa yang cenderung konsumtif, maka penulis melakukan observasi awal pada tanggal 25 November 2020 terhadap 70 mahasiswa Fakultas

Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan yang dipilih secara acak dengan melakukan penyebaran angket pra penelitian yang diisi langsung oleh para responden dan pertanyaannya berdasarkan indikator perilaku konsumtif yang tersaji pada table berikut:

Table 1.1
Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018

No	Kategori Perilaku Konsumsi	Jumlah Mahasiswa	%
1.	Saya senang berbelanja produk yang dibungkus rapi	33	46,5%
2.	Saya merasa tertarik untuk membeli barang ketika penjual menawarkan berbagai diskon ataupun hadiah	47	66,2%
3.	Saya membeli pakaian yang sedang trend saat ini agar terlihat menarik	39	54,9%
	Rata-rata		55,86%

Sumber: Melakukan Penyebaran Kuesioner

Dari Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa hasil observasi yang dilakukan pada 70 mahasiswa yang mewakili keseluruhan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 menyatakan terdapat 55,86% mahasiswa berperilaku konsumtif, dimana hal tersebut dipicu oleh beberapa faktor antara lain: kemasan produk yang unik dan menarik, adanya diskon yang ditawarkan oleh para produsen dan produk tersebut merupakan produk keluaran terbaru yang sedang populer.

Terkait dengan perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa, tentu mahasiswa sebagai pribadi yang berpendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Dengan kata lain, orang dianggap belajar jika menunjukkan perubahan-perubahan tingkah laku dalam hidupnya, sehingga literasi keuangan menjadi hal yang sangat penting. Ariadi dan

Dewi (2015:8) mengartikan “literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis dan mengelola keuangan untuk membuat suatu keputusan keuangan yang tepat agar terhindar dari masalah keuangan”. Untuk mengukur tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan dilakukan observasi awal pada literasi keuangan sebagai berikut:

Table 1.2
Survey awal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018
Mengenai Literasi Keuangan

No	Aspek	Jumlah Mahasiswa	%
1.	Pengetahuan Keuangan Pribadi	46	65%
2.	Tabungan dan Pinjaman	43	60,7%
3.	Investasi	41	58%
	Rata-rata		61,5%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 1.2 di atas telah diketahui persentase jawaban dari 70 mahasiswa yang mewakili keseluruhan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 pada aspek keuangan pribadi terdapat 46 orang yang menjawab pertanyaan dengan benar, berarti persentase pengetahuan keuangan pribadi mahasiswa sebesar 65%. Kemudian pada aspek tabungan dan pinjaman terdapat 43 orang yang menjawab dengan benar, berarti pengetahuan mahasiswa tentang tabungan dan pinjaman sebesar 60,7%. Dan selanjutnya pada aspek investasi terdapat 41 orang yang menjawab pertanyaan dengan benar, berarti pengetahuan mahasiswa tentang investasi sebesar 58%. Jadi dapat disimpulkan rata-rata pengetahuan literasi keuangan mahasiswa pada persentase 61,5% yaitu pada tingkat literasi keuangan kategori tinggi.

Terkait dengan pengetahuan mahasiswa tentang literasi keuangan tersebut, tentu terdapat peran orang tua. Mahasiswa yang pada dasarnya masih menggantungkan hanya kepada orang tua dan belum bekerja akan memperoleh uang saku dari orang tua untuk memenuhi segala kebutuhan akademik maupun keperluan lainnya. Pemberian uang saku tersebut tentu disesuaikan pula dengan kondisi sosial ekonomi orang tua dari penghasilan dan profesi orang tua.

Untuk melihat kategori pekerjaan orangtua Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan, maka disesuaikan dengan mengamati jenis-jenis pekerjaan, menurut Jamesspilan dan Ninik (1983:105) jenis pekerjaan dikelompokkan menjadi: 1). Pegawai negeri sipil (PNS), 2). Pegawai swasta, 3). Wirusaha/pedagang, 4). Pekerja serabutan. Berdasarkan klasifikasi pekerjaan orang tua tersebut dilakukan observasi yang disajikan dalam table 1.3 sebagai berikut:

Table 1.3
Pekerjaan Orang Tua
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018

No	Jenis Pekerjaan Orang Tua	Jumlah Mahasiswa
1.	Karyawan	16 Orang
2.	Petani	23 Orang
3.	Wiraswasta	26 Orang
4.	Pns	15 Orang
	Total	70 Orang

Sumber: Data Diolah

Dari hasil observasi pada table 1.3 dapat dilihat bahwa mayoritas pekerjaan orang tua Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 berada pada pekerjaan

wiraswasta yang berjumlah 26 orang, artinya dalam memenuhi kebutuhan hidup sesuai standard dan berada kategori cukup.

Selain dari kondisi sosial ekonomi orang tua, terdapat juga peran media sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dari berbagai jenis media sosial yang digunakan. Menurut Adityo (2016:19) ada beberapa faktor yang menjadi indikasi penggunaan media sosial yaitu kegunaan media sosial, akun yang digunakan, alokasi waktu penggunaan, dampak penggunaan media sosial. Untuk mengukur sosial media yang digunakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 dilakukan dengan melakukan observasi awal yaitu sebagai berikut:

Table 1.4
Media Sosial yang Digunakan
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018

No	Jenis Akun Sosial Media	Jumlah Mahasiswa
1.	Tiktok	38 Orang
2.	Facebook	21 Orang
3.	Youtube	13 Orang
4.	Instagram	67 Orang
	Total	70 Orang

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan table 1.4 di atas, telah diketahui bahwa mayoritas sosial media yang digunakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan berada pada Instagram yang berjumlah 67 orang.

Melihat keempat fenomena variable pada observasi yang telah dilakukan dapat dikatakan bahwa ketika mahasiswa memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan yang berada pada kategori baik, tentu tidak memiliki tingkat konsumtif yang tinggi, dikarenakan dalam pengambilan keputusan berkonsumsi selalu didasarkan pada pilihan mana yang lebih penting dan perbandingan besar manfaat yang diperoleh

dengan biaya yang dikeluarkan. Ditambah lagi mahasiswa berada pada kondisi sosial ekonomi orang tua yang baik maka secara otomatis dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya pasti dapat tercukupi, dimana tujuan orang tua memberikan uang saku adalah untuk memenuhi kebutuhan utama perkuliahan. Namun 55,86% dari 70 mahasiswa masih cenderung berperilaku konsumtif yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan kecenderungan matrealistik yang didukung oleh kondisi sosial ekonomi keluarga dan media sosial meskipun telah memiliki literasi keuangan dengan kategori baik. Melihat fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Literasi Keuangan, Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dampak dari adanya globalisasi salah satunya terjadi pergeseran perilaku konsumsi mahasiswa yang mengarah pada pembentukan perilaku konsumtif.
2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan cenderung berperilaku konsumtif.
3. Literasi keuangan mahasiswa yang berada pada kategori baik dan sangat baik namun Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan masih cenderung berperilaku konsumtif.

4. Kondisi sosial ekonomi keluarga tergolong memenuhi sehingga Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan cenderung berperilaku konsumtif.
5. Media sosial yang digunakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan juga cenderung berperilaku konsumtif.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas terdapat dalam identifikasi masalah diatas, agar penelitian lebih terarah dan focus sehingga tidak menyimpang dari pembahasan dan sasaran pokok penelitian, maka penelitian ini akan difokuskan pada masalah yang terkait dengan perilaku konsumtif mahasiswa dengan faktor yang mempengaruhinya yaitu literasi keuangan, kondisi sosial ekonomi keluarga dan media sosial pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam proposal ini antara lain:

1. Apakah ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan?
2. Apakah ada pengaruh kondisi sosial ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan?

3. Apakah ada pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan?
4. Apakah ada pengaruh literasi keuangan, kondisi sosial ekonomi keluarga dan media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kondisi sosial ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kondisi sosial ekonomi keluarga dan media sosial secara simultan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berpikir secara kritis dalam menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan ekonomi terkhusus konsumsi.

2. Bagi Universitas Negeri Medan

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk memperhatikan status sosial ekonomi dilingkungan kampus terkhusus dilingkungan fakultas ekonomi.

3. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kepustakaan dibidang penelitian dan memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan literasi keuangan, kondisi sosial ekonomi orang tua dan media sosial terhadap perilaku konsumtif.