

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan pembangunan suatu negara. Perekonomian di Indonesia pada saat ini secara umum dinilai cukup baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikeluarkan oleh empat lembaga ekonomi kredibel dunia yaitu Bank Dunia, OECD, *Fitch Ratings*, dan IMF. Tahun 2020 pada triwulan III, perekonomian Indonesia terkonstraksi sebesar 3,5% (YoY), kondisi tersebut dinilai lebih baik dibandingkan dengan triwulan sebelumnya yaitu mencapai 5,3% (YoY).

Badan Pusat Statistik (BPS) juga menghitung pertumbuhan pendapatan nasional dari sisi pengeluaran, hasilnya adalah -4,0% konsumsi rumah tangga, -2,1% LNPRT, 9,8% konsumsi pemerintah, -6,5% PMBT, -10,8% ekspor, dan -21,9% impor. Dari data tersebut hampir seluruh komponen mengalami kontraksi dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya, kecuali pada konsumsi pemerintah yang tumbuh positif. Pendapatan di negara Indonesia masih mengalami penurunan, sementara belanja negara meningkat, yang akhirnya dapat menyebabkan defisit dan perilaku konsumtif. Perilaku konsumsi masyarakat yang mengarah pada perilaku konsumtif ini dapat terjadi karena adanya perkembangan globalisasi perekonomian (Nurhaidah & Musa, 2015, hlm.8).

Menurut *World Bank* dalam Mulya (2019, hlm.7) menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu anggota dalam Asia Tenggara Maritim dan juga memiliki tingkat konsumsi tinggi daripada negara ASEAN lainnya, seperti Brunei Darussalam, Filipina, Malaysia dan juga Singapura. Hal ini terjadi secara terus menerus selama empat tahun berturut-turut yaitu dari tahun 2013 hingga tahun 2017 yang menyebabkan sebagian perilaku konsumen di Indonesia dapat dikatakan aktif dalam mengkonsumsi barang maupun jasa.

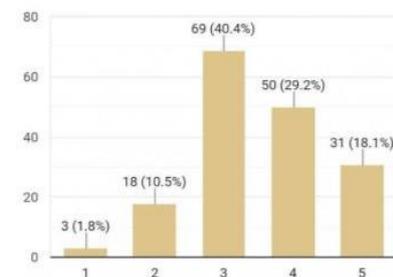
Ujang Sumarwan (2002, halm.26) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan

produk dan jasa, serta setelah melakukan kegiatan evaluasi. Adanya perubahan konsumen yang cenderung konsumtif ini telah melanda sebagian kalangan masyarakat, salah satunya adalah kaum remaja atau milenial. Pada masa remaja, individu akan cenderung menyukai hal-hal baru yang cukup menantang, hal tersebut dikarenakan remaja berupaya untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas dirinya. Kaum milenial yang sering kita jumpai salah satunya yaitu dikalangan mahasiswa.

Dari hasil survei Indonesia Millennial Report (2019, hlm.85) sebenarnya milenial cukup konsumtif dalam menggunakan uangnya. Mayoritas pengeluaran milenial sebanyak 51% dihabiskan untuk keperluan konsumsi rutin, sedangkan dana untuk menabung hanya sebesar 10% dan kebutuhan hiburan sebesar 8%. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia juga telah memberikan batasan mengenai perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang dalam mengkonsumsi tanpa memiliki batasan, serta lebih mengedepankan faktor keinginan daripada kebutuhannya sendiri.

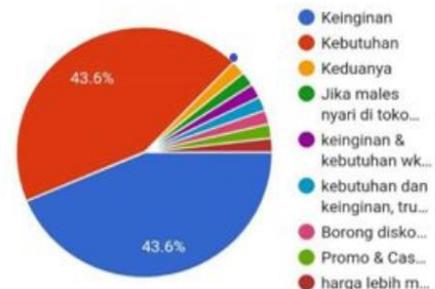
Adapun penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa jurusan FIA UI yang ditunjukkan pada gambar 1.1 dan 1.2 untuk mengetahui sejauh mana mahasiswa mengkonsumsi barang yang dilihat dari intensitas waktu dan motif berbelanja, dapat dilihat dari data berikut:

171 responses



1. Tidak Pernah 2. Jarang 3. Sering 4. Sangat Sering 5. Tidak Tau

Gambar 1.1
Intensitas Waktu Belanja online



Gambar 1.2
Tujuan Melakukan Belanja Online

Sumber: Penelitian Mahasiswa FIA UI tahun 2019

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa/i angkatan 2018 FIA UI, bahwa intensitas mahasiswa dalam belanja atau mengkonsumsi barang melalui *e-commerce* cukup sering yaitu sebesar 40,4%. Mahasiswa membeli barang

dalam *e-commerce* bermacam-macam, dan persentase paling tinggi yaitu pada keinginan serta kebutuhan mahasiswa itu sendiri sebesar 43,6% (Ridwan, 2019, hlm.1).

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa jurusan FIA UI, perilaku konsumtif mahasiswa termasuk kedalam kategori cukup sering, hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan Angkatan 2017, 2018, dan 2019, bahwa mengkonsumsi suatu barang seperti *fashion* bukan hanya didasari oleh kebutuhan, melainkan keinginan yang lebih besar, adanya pengaruh dari lingkungan sekitar, dan letak kampus yang strategis di pusat kota juga membuat mahasiswa merasa konsumtif dalam membeli suatu barang. Mahasiswa pada dasarnya sudah memahami mengenai dasar-dasar dari ilmu ekonomi yang sudah didapatkan selama proses pembelajaran di kelas, tetapi pada kenyataannya ilmu ekonomi tersebut sulit untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Hanipah (2020, hlm 4) yang terjadi saat ini di kalangan mahasiswa yaitu mahasiswa tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan dasar hidupnya, melainkan mengikuti apa yang berkembang dalam masyarakat, yang mana hal itu sebenarnya bukan kebutuhan mereka, salah satunya dalam bidang *fashion*, namun kebiasaan dan hobi mengkonsumsi produk *fashion* dapat berujung pada perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif itu sendiri dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis, yang membuat seseorang mengkonsumsi sesuatu secara berlebihan dan tidak terencana terhadap barang maupun jasa (Dewi & Hartoyo, 2013, hlm.73). Hal ini juga diperkuat oleh pendapat Etta Mamang S dan Sopiah (2013, hlm.24), ada 3 faktor utama dalam pengambilan keputusan:

- a) Faktor psikologis yang mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian.
- b) Faktor situasional yang mencakup sarana dan prasarana tempat belanja, waktu belanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian.
- c) Faktor sosial yang mencakup undang-undang/ peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial dan juga budaya.

Dapat dipahami bahwa ketiga faktor tersebut sangat mempengaruhi seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang maupun jasa, salah satunya adalah faktor sosial yang berpengaruh dalam pergaulan yang terjadi di masyarakat atau

kaum milenial. Merujuk kepada faktor sosial khususnya kelompok referensi dan juga budaya, pergaulan memang harus diperhatikan karena akan berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang untuk mencapai kesejahteraan, dan juga gaya hidup bisa dinilai sebagai cerminan pola konsumsi, serta bagaimana seseorang menggunakan waktu dan uang (Ujang Sumarwan, 2002 hlm.56).

Hal yang dapat dilakukan dalam mengambil suatu keputusan dan juga keahlian yang tepat dalam gaya hidup seseorang, salah satunya yaitu dengan cara meningkatkan literasi ekonomi. Literasi ekonomi menjadi bagian yang sangat penting dalam pengambilan keputusan keuangan yang efektif, dimana adanya literasi keuangan ini merupakan suatu pengetahuan, keterampilan, dan juga keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas seseorang dalam pengambilan keputusan, serta pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. (OJK, Revisit 2017, halm.77)

Terkait dengan hal tersebut, pendidikan memiliki peran penting dalam meningkatkan SDM yang berkualitas (Solihat & Arnasik, 2018, halm.1). Seseorang diharuskan untuk bisa mengembangkan kemampuannya dalam berbagai bidang untuk meningkatkan kualitas diri, salah satunya seperti kemampuan literasi, sesuai tujuan pendidikan itu sendiri yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 pasal 1 tentang Sistem Pendidikan Nasional, bahwa:

Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga yang demokratis serta bertanggung jawab.

Dalam mewujudkan tujuan dari pendidikan tersebut tentu saja banyak proses yang dibutuhkan.. Sesuai dengan survey yang dilakukan OJK mengenai tingkat literasi keuangan mahasiswa yang masih rendah dan juga kesadaran individu dalam gaya hidup sosial yang dinilai kurang efektif, maka salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kemampuan literasi ekonomi agar mahasiswa dapat berpikir kritis dan membuat, serta mengambil keputusan secara rasional.

Berdasarkan ulasan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, menunjukkan perlu adanya kemampuan literasi ekonomi yang nantinya akan berdampak baik bagi

mahasiswa, dimana dengan adanya kemampuan literasi ekonomi yang diterapkan dalam gaya hidup, diharapkan dapat menjadi pegangan untuk mahasiswa agar tidak berperilaku konsumtif. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Peningkatan pendapatan dapat mendorong pola hidup mahasiswa menjadi konsumtif, karena sesuai data yang diambil dari OJK sebanyak 51% uang milenial dihabiskan untuk keperluan konsumsi, sedangkan dana untuk menabung hanya sebesar 2% saja.
2. Masih rendahnya tingkat pemahaman literasi ekonomi di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa.
3. Penerapan literasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa masih sulit dilakukan, karena mahasiswa belum sepenuhnya berpikir rasional dalam mengambil suatu keputusan.
4. Gaya hidup mahasiswa bergeser pada keinginan mengikuti *trend* daripada kebutuhan.
5. Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh tingkat literasi ekonomi dan pemilihan gaya hidup mahasiswa.

C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membuat batasan masalah dalam upaya pencegahan pembahasan yang terlalu luas dan tertuju pada permasalahan yang lebih spesifik pada aspeknya. Batasan masalah tersebut antara lain:

1. Pengaruh pemahaman literasi ekonomi di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 di Universitas Pasundan yang cenderung berperilaku konsumtif terhadap pembelian produk, terutama dalam produk *fashion*.
2. Pemenuhan kebutuhan mahasiswa yang tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, namun juga gaya hidup yang mengikuti *trend* di masyarakat, terutama dalam produk *fashion*.
3. Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana literasi ekonomi mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 di Universitas Pasundan?
2. Bagaimana gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 di Universitas Pasundan?
3. Bagaimana perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 di Universitas Pasundan?
4. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 di Universitas Pasundan?
5. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 di Universitas Pasundan?
6. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2017, 2018, 2019, dan 2020 di Universitas Pasundan?
7. Bagaimana implementasi literasi ekonomi dalam pendidikan, khususnya dalam mata kuliah ekonomi?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengacu pada permasalahan yang telah disebutkan diatas yaitu mengetahui:

1. Literasi ekonomi pada Mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan.
2. Gaya hidup Mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan.
3. Perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada Mahasiswa jurusan Ekonomi di Univeritas Pasundan.
4. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada Mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan.
5. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada Mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan.
6. Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada Mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan.
7. Implementasi literasi ekonomi dalam dalam pendidikan, khususnya dalam mata kuliah pengantar ilmu ekonomi.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan pada pengembangan teori serta pemahaman perilaku konsumtif.

2. Manfaat Dari Segi Kebijakan

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk suatu Lembaga dalam melakukan suatu pengembangan agar bisa meminimalisir perilaku konsumtif

3. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pasundan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan

evaluasi dalam meningkatkan efisiensi serta efektifitas perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif

- b. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh literasi ekonomi dan juga gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Pasundan.

4. Manfaat Dari Segi Isu

Pada penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh mahasiswa ataupun peneliti selanjutnya untuk dijadikan sebagai bahan referensi penelitian.

F. Defisini Operasional

Untuk lebih memudahkan penulis dalam mendeskripsikan setiap variabel yang ada, dengan itu definisi dari setiap variabel ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (<http://kbbi.kemdikbud.go.id>), “Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang”. Jadi, pengaruh merupakan daya yang timbul dari orang atau benda yang nantinya akan membentuk watak maupun perbuatan seseorang.

2. Literasi Ekonomi

Menurut OJK (Revisit 2017, hlm.80), “Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan”. Sedangkan menurut Haryono dalam Murniatiningsih (2017, hlm.135) menyatakan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi masalah-masalah ekonomi, penyusunan alternatif pemecahan dengan mempertimbangkan *benefit* dan *cost*. Jadi bisa dikatakan bahwa literasi ekonomi adalah pemahaman dasar mengenai teori dan konsep ekonomi.

5. Gaya Hidup

Menurut Ujang Sumarwan (2002, hlm.56) Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi seseorang bagaimana seseorang menggunakan waktu dan uang. Sedangkan gaya hidup menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (<http://kbbi.kemdikbud.go.id>) adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat atau cara mengekspresikan diri melalui aktivitas, minat, dan opini, khususnya yang berkaitan dengan citra diri. Jadi, gaya hidup merupakan cerminan pola konsumsi seseorang melalui aktivitas, minat dan juga opini.

6. Fashion

Menurut Lili (2008, hlm.14-15), produk *fashion* terdiri dari pakaian (mulai dari pakaian bayi sampai pakaian wanita dan pria dewasa), aksesoris, tas wanita dan tas pria, sepatu atau sandal, dan kosmetik. Jadi, *fashion* merupakan suatu mode atau *trend* yang digunakan oleh seseorang.

7. Perilaku Konsumtif

Menurut Eva dan Tatik (2015, hlm.147), perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, *prestige*, kekayaan dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan. Jadi, dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang melebihi kebutuhan hidup seseorang.

G. Sistematika Penulisan

Susunan sistematika pembahasan dalam penulisan tentang pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk fashion peneliti uraikan sebagai berikut :

BAB I : Merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan sesuai judul proposal ini.

BAB II : Merupakan landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka berfikir yang berisi tentang pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk *fashion*.

BAB III: Merupakan metode penelitian yang menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan. Desain penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, defenisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik pengukuran, uji coba instrumen dan teknik analisis data.

BAB IV: Merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang memuat deskripsi objek penelitian, hasil penelitan serta pembahsan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Pada bab ini akan memaparkan profil objek penelitian, pengujian dan hasil analisis data,dan pembahasan dari hasil data dalam penelitian yang dilakukan.

BAB V: Merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan juga saran yang diberikan bagi penelitian selanjutnya.