

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsumsi memiliki kaitan yang erat dari kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia. Karena setiap manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara mengkonsumsi barang dan jasa. Kebutuhan manusia ini tidak terbatas dan pada dasarnya manusia terkadang merasa kurang atau tidak puas akan suatu hal. Indonesia adalah negara berkembang yang berusaha untuk melakukan pembangunan keberbagai sector, salah satunya sector perekonomian. Berdasarkan data Administrasi Kependudukan (Admindex) pada tahun 2021, jumlah penduduk Indonesia adalah sebanyak 272 juta jiwa.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia secara kumulatif pada Januari hingga Juni 2021 naik sebesar 3,1%, dibandingkan dengan semester I/2020 (Elena, 2021). Pengeluaran konsumsi rumah tangga menjadi komponen penting bagi stabilisasi perekonomian Indonesia. Menurut (BPS) Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa tahun 2021 konsumsi rumah tangga tumbuh sebesar 5,93 persen jika dibandingkan pada 2020 (Budy, 2021).

Pada segi mikro atau perseorangan, meningkatnya konsumsi masyarakat adalah hal yang negatif dikarenakan masyarakat akan cenderung memiliki bergaya hidup boros. Dan jika dilihat dari segi makro adalah hal yang positif namun jika dalam jangka panjang konsumsi yang

tinggi tanpa di imbangi dengan tabungan masyarakat maka akan menjadi risiko bagi suatu negara.

Menurut (Asisi, 2020) bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan. Perilaku konsumtif mengacu pada proses pemilihan keputusan dan pembelian dalam konsumsi barang serta jasa untuk memenuhi keinginan (Hervé & Mullet, 2009). Maka dari itu perilaku konsumtif memiliki pola kehidupan yang berlebihan tidak berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah dunia serta mendukung seseorang untuk mempunyai akses tanpa batas mencangkup semua produk dan jasa yang diinginkan sehingga mempengaruhi perilaku konsumtif (Mitra et al., 2019). Hal itu terlihat dari semakin banyaknya pusat perbelanjaan *offline* ataupun *online*, menjamurnya *coffee shop*, aneka makanan *online*, transportasi *online* ataupun sarana hiburan lainnya yang dapat dibeli oleh masyarakat baik itu dari kelompok golongan atas sampai bawah. Dengan fenomena tersebut secara tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat.

Menurut hasil survei data yang dilakukan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), sekretaris jendral APJII Henri Kasyfi Soemartono mengatakan bahwa pada tahun 2019-2020 saat ini penggunaan internet di Indonesia berjumlah 73,7%, sehingga diperkirakan

sebanyak 196,7 juta pengguna (Kominfo, 2020). Penggunaan internet tidak hanya untuk berkomunikasi saja melainkan untuk membeli barang secara *online*, berbisnis, menyediakan penyewaan transportasi dan lain lain. Hal ini dapat dilihat pada setiap tahun yaitu pada Hari Belanja *Online* Nasional (Harbolnas) setiap tanggal 12 Desember. Hal tersebut tercatat pada 12 Desember 2021 transaksi senilai Rp 18,1 triliun, angka tersebut melebihi ekspektasi Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA).

Menurut Ratih dalam (Haryana, 2020) tujuan awal dari hadirnya kemajuan teknologi adalah untuk mempermudah komunikasi dan berbagai kegiatan lainnya. Namun kenyataannya tidak sesuai dengan yang diharapkan, masyarakat menjadi tidak rasional dalam menggunakan teknologi khususnya dalam berkonsumsi. Munculnya berbagai layanan belanja *online* menimbulkan sikap konsumtif masyarakat terutama mahasiswa yang sedang berada dalam aktifitas kompetitif. Faktanya, terlihat dari pola konsumsi mahasiswa yakni terkadang tidak memperhatikan daya beli yang dimilikinya, sehingga mahasiswa membeli suatu produk atau barang bukan berdasarkan pada kebutuhan melainkan keinginan, dan lebih tepatnya mahasiswa tersebut terpengaruh oleh arus mode perkembangan zaman.

Fenomena perilaku konsumtif tersebut berdampak pada mahasiswa diperguruan tinggi. Kementrian Kominfo mengatakan bahwa 89% penduduk Indonesia menggunakan *smarthphone*, baik itu dalam berkomunikasi ataupun berkonsumsi. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Dikria, 2016) berpendapat bahwa mahasiswa memiliki masa peralihan dan

pencarian jati diri, mahasiswa biasanya mempunyai proses pembentukan dalam perilakunya, ketika mahasiswa berjuang untuk citra diri yang ideal, mereka mudah dipengaruhi oleh lingkungan mereka, baik secara positif maupun negatif.

Ilmu ekonomi sangat penting untuk bertindak sesuai pengetahuan yang didapatnya dalam proses belajar sehingga dapat mengambil keputusan yang bijak dalam berkonsumsi (Drifanda, 2018). Menurut (Melina & Wulandari, 2018) literasi ekonomi didefinisikan kondisi yang menggambarkan orang yang memiliki pemahaman yang baik tentang masalah ekonomi dasar dan mampu melakukan kegiatan ekonomi dengan benar. Di bidang ekonomi, siswa memiliki pedoman untuk memutuskan barang dan jasa mana yang akan dibeli. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan ekonomi dapat menentukan prioritas dalam memilih barang dan jasa untuk dikonsumsi.

Literasi ekonomi direfleksikan pada perilaku ekonomi dalam kegiatan utamanya merupakan tindakan konsumsi. Menurut Sina dalam (Kanserina, 2015) literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk mengubah perilaku dari ketidaktahuan menjadi kecerdasan. Perilaku konsumsi menjadi proses pembelajaran melalui proses pemahaman literasi ekonomi yang dapat digunakan individu untuk menjadi konsumen yang rasional dengan membuat keputusan yang rasional.

Jika individu memiliki tingkat literasi ekonomi yang lebih rendah, hal ini akan mempengaruhi pola konsumsinya. Oleh karena itu, tingkat

literasi ekonomi yang rendah ini tidak membuat individu lebih pintar dalam aktivitas belanjanya. Siswa yang tahu bagaimana mengalokasikan uang dan kualitas barang, dan yang tahu bagaimana membuat keputusan yang bijaksana, akan lebih selektif dalam mengkonsumsi apa yang mereka butuhkan agar tidak meningkatkan sikap konsumtif.

Kemudian yang mempengaruhi perilaku konsumtif lainnya ialah gaya hidup. Gaya hidup menggambarkan tentang keseluruhan orang yang berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya (Gunawan, 2019). Dewasa ini banyak dijumpai fenomena gaya hidup konsumtif yang mengikuti mode kekinian, khususnya pada mahasiswa. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dikria, 2016) mengatakan bahwa para mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Malang lebih memprioritaskan uang sakunya untuk membeli berbagai barang *branded* agar mengikuti trend gaya hidup masa kini serta diakui teman temannya.

Perilaku konsumtif dapat melekat di dalam gaya hidup sekelompok remaja (Yashira, 2019). Dengan melakukan tindakan yang berlebihan dalam mengkonsumsi barang atau jasa untuk memenuhi gaya hidup mengakibatkan pemborosan. Kebanyakan mahasiswa suka membeli produk yang sedang trend, biasanya karena terpengaruh iklan promo, ikut ikutan teman, dan hanya untuk terlihat trendi karena gengsi jika tidak mengikuti zaman. Hal ini sesuai dengan (Dewi et al., 2017), yang mengungkapkan bahwa 88% mahasiswa FEB Unisbank Semarang yang melakukan pembelian dan konsumsi barang demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Selanjutnya *self-control* memiliki fungsi penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif. *Self-control* ini merupakan cara seorang individu untuk mengontrol perilaku serta mengontrol keputusan. *Self-control* dapat dijadikan pengendalian tingkah laku sebelum menentukan sesuatu dalam bertindak (Kumalasari & Soesilo, 2019). Jika mahasiswa memiliki tingkat *self-control* yang tinggi maka mahasiswa tersebut dapat mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan apakah pembelian barang tersebut benar dibutuhkan atau hanya mengikuti keinginan semata, sehingga terhindar dari perilaku konsumtif. Hal tersebut selaras dengan pendapat (Hayati et al., 2020) bahwa *self-control* yang baik berdampak positif dalam membuat pengambilan keputusan prioritas dalam membeli, memilih antara hal yang penting dan tidak penting.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sudah memperoleh pengetahuan serta wawasan yang memadai mengenai konsep konsep ilmu ekonomi. Dengan begitu, seharusnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta memiliki kemampuan untuk bersikap positif dalam melakukan kegiatan konsumsinya.

Namun faktanya tindakan konsumtif ini melanda sebagian besar mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Hal tersebut didukung oleh data kuesioner (pra-survey) dengan 30 mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dari segi literasi ekonomi diketahui 86,7 % mahasiswa mengetahui mengenai konsep literasi ekonomi. Lalu 56,7 % mahasiswa

setuju bahwa belum dapat mengaplikasikan konsep literasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya 70 % mahasiswa setuju dalam membuat prioritas kebutuhan namun terkadang belum terealisasi dengan baik, dan 66,7 % mahasiswa setuju bahwa mereka lebih menyukai berbelanja online karena tergiur dengan *promo* dan *cashbacknya*.

Tabel 1.1 Perilaku Konsumsi Mahasiswa Berdasarkan Gaya Hidup

Gaya Hidup Mahasiswa	Frekuensi (Per bulan)			Jumlah
	1-2 Kali (%)	>3 Kali (%)	Tidak Pernah (%)	
Shopping/ Nongkrong di Mall	36,7	46,7	16,7	100
Nongkrong di <i>Coffee Shop</i>	40	43,3	16,7	100
Berlibur / bertamasya	26,7	56,7	16,7	100
Menabung	60	20	20	100

Dari pengolahan data kuesioner (pra survey) dari 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta bahwa aktifitas mahasiswa didorong gaya hidup yang memiliki presentase yang cukup tinggi. Namun disamping itu masih ada mahasiswa yang mengalokasikan uangnya untuk ditabung minimal satu bulan sekali mencapai 60%. Selain itu mahasiswa yang mengabdikan waktu luang untuk mengerjakan tugas atau sekedar nongkrong di *coffee shop* memiliki presentase yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan letak Universitas Negeri Jakarta yang strategis dengan wilayah mall Arion, *Green Pramuka Square*, dan beberapa *coffee shop* yang sedang trend, sehingga hal tersebut dapat memudahkan mahasiswa untuk membeli berbagai produk dan melakukan konsumsi tanpa batas.

Dalam *self control*, berdasarkan data kuesioner (pra-survey) didapatkan 80% mahasiswa mampu dalam mengendalikan dirinya ketika produk yang dibeli secara *online* tidak sesuai ekspetasinya. Namun presentase 53,3% mahasiswa masih ragu ragu dalam mengontrol pembelian kebutuhan dibandingkan keinginanya, dan 73,3% mahasiswa lebih terpengaruh pendapat orang lain untuk membeli suatu produk.

Penelitian terkait pengaruh literasi ekonomi, gaya hidup dan *self control* terhadap perilaku konsumtif sudah pernah dilakukan. Menurut (Estrella, 2021) menyatakan literasi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan dalam penelitian menurut (Nurjanah, 2019) literasi ekonomi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Menurut (Ulfatmi, 2019) menyatakan bahwa gaya hidup terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Lalu menurut (Rismayanti & Oktapiani, 2020) gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun dalam penelitian (Asisi, 2020) menyatakan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dikarenakan memiliki signifikansi $> 0,05$.

Menurut (Nurjanah, 2019) menyatakan bahwa *self-control* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan antara *self control* terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu pada penelitian (Kumalasari & Soesilo, 2019) mengemukakan bahwa terdapat *self-control* atau kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan data yang diuraikan diatas serta hasil penelitian terdahulu, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif masih belum menunjukkan adanya ketidakompakan data. Sehingga penulis tertarik untuk membuat penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup dan *Self-Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan pokok – pokok permasalahan, yakni :

- 1) Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap gaya hidup mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
- 2) Apakah terdapat pengaruh *self-control* terhadap gaya hidup mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
- 3) Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
- 4) Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
- 5) Apakah terdapat pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
- 6) Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?

- 7) Apakah terdapat pengaruh *self control* terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yakni:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap gaya hidup mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
- 3) Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
- 4) Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
- 5) Untuk mengetahui pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
- 6) Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
- 7) Untuk mengetahui pengaruh *self control* terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti memiliki dua manfaat yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut penjejelasan mengenai kedua manfaat tersebut:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Memberikan pemahaman lebih mengenai pengaruh literasi ekonomi, gaya hidup dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
- 2) Hasil penelitian yang diperoleh dapat dijadikan acuan bagi peneliti dimasa yang akan datang dan menjadi peluang perkembangan penelitian yang sejenis.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pemahaman yang lebih agar dapat mengontrol perilaku konsumtif.

- 2) Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai referensi dan bahan kajian bagi peneliti selanjutnya terkait dengan pengaruh literasi ekonomi, gaya hidup dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3) Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, dan memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada peneliti terkait literasi ekonomi, gaya hidup dan *self-control* yang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

