

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang mempunyai jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, dengan ekonomi terbesar kesepuluh berdasarkan paritas daya beli, dan merupakan anggota G-20. Jumlah penduduk Indonesia menurut data *worldbank* tahun 2015 adalah 257,6 juta jiwa¹.

“**KOMPAS** - Sejak berpuluh-puluh tahun lalu Indonesia mengalami sebuah proses urbanisasi yang pesat, maka dari itu saat ini sedikit lebih dari setengah jumlah total penduduk Indonesia tinggal di wilayah perkotaan. Proses ini menunjukkan perkembangan positif bagi ekonomi Indonesia karena urbanisasi dan industrialisasi akan membuat tumbuhnya ekonomi lebih maju dan menjadikan Indonesia negara dengan tingkat pendapatan menengah ke atas”².

Dari segi ekonomi, Indonesia merupakan negara berkembang yang saat ini sedang bekerja keras melaksanakan pembangunan di segala bidang kehidupan. Dimana salah satunya adalah di bidang perekonomian. Saat ini perkembangan perekonomian Indonesia juga semakin meningkat. Badan pusat statistik (BPS) menyebutkan bahwa:

“Ekonomi Indonesia sampai dengan triwulan III-2016 tumbuh 5,04 persen. Dari sisi produksi, pertumbuhan didorong oleh semua lapangan usaha kecuali pertambangan dan penggalian yang mengalami penurunan

¹ <http://www.worldbank.org/in/country/indonesia> diakses pada tanggal 28 Januari 2017, pukul 11:51 WIB

²

<http://nasional.kompas.com/read/2015/11/05/18000061/Urbanisasi.dari.Masalah.Jadi.Peluang> diakses pada tanggal 28 Januari 2017, pukul 12:11 WIB

sebesar 0,24 persen. Sedangkan dari sisi pengeluaran terutama didorong oleh komponen LNPRT yang tumbuh 6,59 persen dan komponen pengeluaran konsumsi rumah tangga yang tumbuh 5,01 persen”³.

Dari data BPS tersebut, dapat dilihat bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia disebabkan oleh pertumbuhan produksi dan pengeluaran konsumsi rumah tangga masyarakat Indonesia. Selain itu, jumlah penduduk dan perkembangan ekonomi di Indonesia menjadikannya sebagai pangsa pasar bagi para produsen lokal maupun internasional. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan *AVP Marketing TM* Agung Podomoro Ho Mely Surjani: “Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar, ini pasar empuk bagi produk apapun. Maka wajar saja kalau negara asing berlomba masuk ke pasar Indonesia”⁴. Selain itu, pertumbuhan ekonomi Indonesia juga menjadi faktor yang menyebabkan Indonesia dijadikan sebagai pangsa pasar, karena pertumbuhan ekonomi Indonesia berimbas pada daya beli masyarakat.

Daya beli masyarakat yang tinggi juga mengakibatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dapat dilihat bahwa tingkat konsumsi masyarakat dan pertumbuhan ekonomi berbanding lurus, dimana jika daya beli masyarakat naik maka perekonomian suatu negara juga akan naik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan di laman detik finance, yaitu:

“Dibandingkan dengan negara lain, ekonomi Indonesia tumbuh lebih baik. Penopang utama laju pertumbuhan ekonomi berasal dari konsumsi domestik yang tinggi. Ekonomi Indonesia di 2016 tumbuh sebesar 5,02%. Angka ini lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi 2015 sebesar 4,79%. Konsumsi rumah tangga tercatat terus tumbuh di setiap kuartal

³ <https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1270> diakses pada tanggal 28 Januari 2017, pukul 11:09 WIB

⁴ <http://poskotanews.com/2017/01/20/indonesia-pasar-empuk-peritel-asing/> diakses pada tanggal 28 Januari 2017, pukul 12:32 WIB

2016 lalu. Sedangkan, konsumsi pemerintah sempat turun karena pemangkasan anggaran.”⁵

Dewasa ini perindustrian di dunia sedang mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan industri ini dimulai dari revolusi industri yang terjadi di Eropa. Sampai saat ini dunia industri terus mengalami perkembangan, dapat dilihat teknologi saat ini yang makin canggih, hingga pekerjaan manusia dapat digantikan dengan mesin-mesin berteknologi canggih yang dapat meringankan pekerjaan manusia. Tapi, perkembangan di dunia industri juga berpengaruh terhadap pola hidup manusia, tidak terkecuali pada masyarakat Indonesia. Pergeseran pola hidup ini telah menjadikan masyarakat Indonesia laah akan produk-produk baru yang muncul di masyarakat.

“Banyak masyarakat yang tidak memilah-milah lagi antara kebutuhan pokok yang sangat mendasar untuk dipenuhi dengan kebutuhan tersier yang bersifat kemewahan. Pola ini biasanya menghinggapi masyarakat yang memiliki perekonomian kelas menengah. Dengan kondisi yang cukup mapan mereka membeli segala bentuk barang baru yang dianggap bisa menaikkan prestise di masyarakat.”⁶

Hal ini dibuktikan oleh fakta dalam laman Kompasiana, yaitu:

“Dewasa ini budaya dan cara hidup masyarakat kita sudah jauh mengalami perubahan menuju budaya dan perilaku kehidupan yang konsumtif. Sadar atau tidak pola hidup seperti ini sedang terjadi di masyarakat kita, sekitar kita bahkan diri kita sendiri. Perilaku konsumtif ini ternyata bukan hanya milik golongan menengah keatas (orang kaya) melainkan ditiru oleh golongan menengah kebawah. Mungkin ini penyebab dari globalisasi, perkembangan informasi dan teknologi,

⁵ <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis> diakses pada tanggal 11 Februari 2017, pukul 13:25 WIB

⁶ <https://finance.detik.com/perencanaan-keuangan/d-3369367/kebutuhan-primer-versi-saat-ini> diakses pada tanggal 11 Februari 2017, pukul 14:32 WIB

dimana media seperti TV radio ataupun media cetak lainnya, iklan atau yang lainnya telah berperan aktif dengan membujuk, atau merayu guna men-stimuli budaya konsumsi di masyarakat.⁷”

Salah satu contoh jelas adalah dampak dari perkembangan industri elektronik, khususnya ponsel genggam (*gadget*) telah merubah pola hidup masyarakat Indonesia. Pertama kali produk ponsel genggam asal luar negeri, *balckbarr* masuk ke Indonesia masyarakat berlomba-lomba membeli produk tersebut. Namun setelah produk ponsel genggam lain (*android*) mulai masuk ke pasar Indonesia maka masyarakat Indonesia juga berlomba-lomba untuk membeli produk tersebut. Dewasa ini, bagi masyarakat Indonesia memiliki ponsel genggam yang canggih adalah kebutuhan untuk kesenangan semata, bukan kebutuhan yang primer atau utama. Dalam pola berpikir di dalam masyarakat Indonesia dewasa ini, bila memiliki ponsel genggam yang canggih atau yang terbaru berarti mereka sudah menjadi manusia yang modern. Hal tersebut merupakan bukti nyata dari pergeseran pola pikir atau gaya hidup masyarakat Indonesia. Bila melihat ke awal tahun 2000, alasan masyarakat menggunakan ponsel genggam adalah untuk memudahkan proses berkomunikasi, karena dapat dilakukan dimana saja dan mudah dibawa kemana saja.

Bagian dari pola hidup konsumtif salah satunya adalah kontrol diri dari setiap individu.

“Lemahnya pengendalian diri membuat seseorang mudah tergiur terhadap suatu obyek. Perilaku yang konsumtif tidak hanya memberikan dampak pada ekonomi, namun berdampak pada kehidupan sosial yang

⁷ <http://www.kompasiana.com/ahmadhikamuddin/masyarakat-konsumtif> diakses pada tanggal 11 Februari 2017, pukul 19:43 WIB

akhirnya menimbulkan persaingan dan kecemburuan sosial. Remaja merupakan komoditas utama dalam budaya konsumtif. Kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja di pandang sebagai akibat dari tekanan-tekanan yang berada di sekelilingnya seperti perasaan ingin di hargai. Tekanan tersebut biasa muncul karena perbedaan antara dirinya dengan teman-temannya yang menyebabkan timbulnya rasa minder untuk kemudian menyesuaikan diri terhadap kelompok sosial masing-masing.”⁸

Hai ini juga sesuai dengan pernyataan dalam laman Kompas, yaitu:

“Anak yang kebanjiran informasi akan lebih mudah terpapar hal negatif. Tanpa pendampingan orangtua, kondisi ini mengakibatkan anak akan kesulitan memilah informasi. Karenanya, peran orangtua untuk berinteraksi dengan anak dan mendampingi menjadi penting. Menurut para pakar, minimnya pendampingan orangtua berdampak pada rendahnya pengendalian diri anak.”⁹

Faktor ini juga berkaitan dengan terjadinya perilaku konsumtif pada remaja, karena pengendalian diri yang lemah dalam diri remaja, maka remaja sulit untuk menghindari perilaku konsumtif. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, bahwa remaja merupakan komoditas utama dalam budaya konsumtif. Hal tersebut dikarenakan oleh faktor psikologis remaja sehingga remaja mudah sekali terpengaruh oleh dunia luar, seperti teman sebaya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Rahmawati dalam laman Kompasiana, yaitu:

“Teman sebaya merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan pada masa- masa remaja. Karena remaja dalam masyarakat yang modern seperti sekarang ini banyak menghabiskan sebagian besar waktunya bersama dengan teman sebaya mereka. Pada masa remaja hubungan dengan teman sebaya dapat meningkat secara drastis.”¹⁰

⁸http://www.kompasiana.com/adelia_fryzia21/gaya-hidup-remaja-konsumtif diakses pada tanggal 11 Februari 2017, pukul 18:36 WIB

⁹ <http://health.kompas.com/Anak.Belajar.Norma.Lewat.Interaksi.dengan.Orangtua>, diakses pada tanggal 11 Februari 2017, pukul 20:16 WIB

¹⁰ <http://www.kompasiana.com/lellyr/pengaruh-teman-sebaya-terhadap-gaya-hidup-remaja> diakses pada tanggal 12 Februari 2017, pukul 14:07 WIB

Selain dipengaruhi oleh teman sebaya, faktor eksternal lain yang menyebabkan remaja berperilaku konsumtif adalah karena adanya pengaruh globalisasi yang sedang mengancam dunia, khususnya di Indonesia. Globalisasi dalam segala aspek menjadi faktor utama pemicu budaya hedonisme yang terjadi pada kalangan remaja. “Hedonisme merupakan pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama hidup. Sebuah kebiasaan yang ternyata realitanya menghancurkan tatanan masyarakat yang ada”¹¹. Masuknya pengaruh globalisasi ke kalangan remaja adalah melalui media seperti iklan dan media sosial yang banyak digunakan para remaja.

“Media menyuguhkan beberapa informasi, seperti berita politik, social, ekonomi dan lain sebagainya. Seperti juga penawaran iklan tentang berbagai produk yang secara sadar maupun tidak telah membius masyarakat. Kaum remaja yang masih diliputi jiwa yang labil menjadi sasaran utama para produsen produk-produk tersebut. Tidak mengherankan jika budaya konsumtif yang sebelumnya sudah melekat dalam diri bangsa ini dikuatkan lagi dengan budaya hedonisme”¹².

Para remaja tidak dapat menahan dirinya untuk membeli produk-produk yang hanya untuk memenuhi hasrat kesenangan dan kenikmatan materi bukan kebutuhan pokoknya, hal itu disebabkan karena minimnya pengetahuan keuangan di kalangan remaja. Pengetahuan keuangan atau pemahaman untuk mengelola keuangan disebut dengan literasi keuangan. Sampai saat ini, tingkat literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah. Banyak remaja yang

¹¹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Hedonisme> diakses pada tanggal 28 Januari 2017, pukul 22:16 WIB

¹² http://www.kompasiana.com/hasby_marwahid/hedonisme-dan-kaum-remaja diakses pada tanggal 28 Januari 2017, pukul 23:33 WIB

belum mengetahui bagaimana cara mengelola keuangan yang baik sehingga sangat mudah bagi para remaja untuk berperilaku konsumtif. Tingkat literasi keuangan yang rendah tidak hanya terjadi pada kalangan remaja, tetapi hampir seluruh kalangan dalam masyarakat Indonesia masih memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan OJK dalam laman berita republika, 2 Maret 2012.

REPUBLIKA. Indonesia dan kebanyakan negara-negara berkembang menghadapi persoalan serius terkait tingkat melek finansial. Hal ini bisa terlihat dari hasil survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Dunia, dan Mastercards yang belum lama ini dirilis kepada publik. Survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 2013 mencatat tingkat literasi keuangan di Indonesia hanya 21,8 persen dengan tingkat utilisasi 59,7 persen.¹³

Literasi keuangan sangat penting bagi para remaja untuk mengatur dan mengelola keuangannya. Tidak adanya pendidikan financial di Indonesia menyebabkan lemahnya tingkat literasi keuangan yang dijadikan dasar untuk mengelola keuangan pribadi masyarakat Indonesia. Pendidikan financial merupakan proses panjang yang dapat memicu individu untuk memiliki rencana keuangan di masa depan demi mendapatkan kesejahteraan sesuai dengan pola dan gaya hidup yang mereka jalani. Kurangnya pengetahuan mengenai pemahaman keuangan untuk mengelola keuangan menjadi masalah serius bagi masyarakat Indonesia, khususnya kalangan remaja. Menurut hasil survey yang diselenggarakan oleh OECD (*Organization Economic Do-Operational Development*) dalam kegiatan PISA (*Program for International Student Assessment*) pada awal tahun 2012. “Indonesia menempati peringkat ke-64 dari

¹³ <http://republika.co.id/berita/koran/pareto> diakses pada tanggal 28 Januari 2017, pukul 23:46 WIB

65 Negara di dunia”¹⁴. Hal ini mengindikasikan masih lemahnya pemahaman masyarakat dalam pengelolaan keuangan.

Karena permasalahan-permasalahan yang sudah disebutkan diatas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian mengenai *“Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI dan XII Jurusan Akuntansi SMK Negeri 11 Jakarta.*

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat didefinisikan beberapa masalah yang berhubungan dengan perilaku konsumtif, antara lain:

1. Pergeseran pola hidup kearah negatif
2. Lemahnya pengendalian diri
3. Pengaruh negatif teman sebaya
4. Pengaruh negatif Globalisasi
5. Literasi keuangan yang rendah

C. Pembatasan Masalah

Setelah dijelaskan dalam latar belakang diatas, dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif merupakan masalah yang saat ini sangat kompleks dan sangat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada masalah ini. Karena adanya keterbatasan pengetahuan dan waktu, maka peneliti membatasi permasalahan ini hanya pada masalah pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Indikator literasi keuangan diukur dengan

¹⁴ PISA 2015 Results in Focus

pengetahuan keuangan yang dimiliki, pengalaman dalam mengelola keuangannya, perilaku dalam menggunakan keuangannya. Indikator gaya hidup diukur dengan aktivitas, opini, dan minat para remaja. Indikator perilaku keuangan diukur dengan pola hidup boros, dan pembelian tidak rasional.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh antara literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif?”

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini berguna untuk menambah pemahaman dan referensi bagi pembaca khususnya dalam melihat literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif dalam kalangan remaja. Sehingga penelitian ini dapat menambah pembendaharaan ilmu bagi semua pihak yang membaca.

2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

- a. Mahasiswa, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa agar mahasiswa dapat meningkatkan pemahaman untuk mengelola

keuangan pribadi, mengetahui konsep keuangan yang baik, dan mengatur gaya hidup para mahasiswa.

- b. Universitas, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Universitas Negeri Jakarta yang dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dalam meningkatkan kinerja universitas sebagai pelayan masyarakat dalam bidang pendidikan, khususnya dalam meningkatkan literasi keuangan dan mengatur gaya hidup.
- c. Fakultas Ekonomi pada umumnya, dan Konsentrasi Pendidikan Akuntansi pada khususnya, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi fakultas ekonomi dan konsentrasi pendidikan akuntansi sebagai bahan referensi dan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya mengenai literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.
- d. Masyarakat, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat sebagai rujukan informasi guna mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.