

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan konsumsi adalah kegiatan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi merupakan kebutuhan manusia yang harus dipenuhi untuk melangsungkan kehidupannya. Dalam siklus ekonomi, konsumsi merupakan siklus terakhir yaitu kegiatan menggunakan barang dan jasa dari proses produksi. Hakikatnya konsumsi dilakukan oleh masyarakat sesuai dengan tujuan dan manfaatnya. Seperti makanan digunakan untuk memenuhi kebutuhan energi, minuman untuk menghilangkan rasa dahaga, pakaian untuk menutupi tubuh atau aurat, perhiasan sebagai investasi, kendaraan sebagai alat mobilitas, dan rumah sebagai tempat berlindung dari teriknya matahari dan dinginnya hujan.

Kemajuan teknologi dan informasi memberikan inovasi di berbagai bidang, termasuk dalam ekonomi. Hal ini memungkinkan kegiatan ekspor dan impor menjadi semakin mudah, yang bermanfaat bagi negara dalam memenuhi kebutuhan hidup rakyatnya. Namun, kemudahan ini sulit untuk dikendalikan, sebagaimana terbukti dengan penyebaran pusat perbelanjaan di seluruh negeri dan adanya *e-commerce* yang memudahkan masyarakat untuk membeli barang dan jasa dari rumah. Akan tetapi, kemudahan-kemudahan tersebut dapat memicu perilaku konsumtif di kalangan masyarakat, yang ditandai dengan pembelian barang atau jasa yang tidak didasarkan pada kebutuhan dan keputusan yang tidak rasional. Perilaku konsumtif ini sering dipengaruhi oleh faktor gaya hidup, dengan tujuan untuk terlihat berkelas atau bergengsi, sebagaimana diungkapkan oleh Meiranti (Ermawati, 2011)

Pada tahun 2030, generasi milenial di Indonesia diprediksi akan menjadi kontributor utama dalam konsumsi negara. Mereka termasuk dalam kelompok "kelas konsumen", yang merujuk pada orang-orang yang menghabiskan lebih dari \$11 per hari dalam istilah daya beli dan mampu membeli barang-barang non-esensial. Berdasarkan survei sentimen konsumen McKinsey sebuah perusahaan konsultan manajemen global di Amerika Serikat, menunjukkan minat masyarakat

Indonesia untuk berbelanja secara online meningkat sebesar 60% setelah pandemi. Hal ini dilaporkan oleh surat kabar The Jakarta Post.

Argumen tersebut dikuatkan oleh survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia pada tahun 2020 mengenai Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) di Indonesia, terdapat peningkatan indeks keyakinan konsumen pada kalangan usia muda (usia 17-30 tahun) sebesar 3,2 poin. Hal ini mengindikasikan bahwa remaja dan anak muda memiliki kecenderungan yang tinggi untuk melakukan konsumsi barang dan jasa.

Pada dua tahun sebelumnya yaitu tahun 2018 Lembaga Riset Nielsen melakukan sebuah riset yang menunjukkan bahwa konsumsi makanan cepat saji dan minuman bersoda pada remaja di Indonesia meningkat sebesar 16,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Kebanyakan dari remaja ini adalah siswa SMA. Konsumsi makanan cepat saji dan minuman bersoda dapat dianggap sebagai salah satu bentuk perilaku konsumtif karena biasanya makanan dan minuman tersebut memiliki harga yang relatif mahal dibandingkan dengan harga bahan makanan biasa, sehingga peningkatan konsumsi makanan cepat saji dan minuman bersoda pada remaja, terutama siswa SMA, dapat menjadi indikasi bahwa mereka memiliki kecenderungan untuk melakukan perilaku konsumtif. Selain itu, makanan dan minuman cepat saji juga seringkali menjadi simbol status sosial dan kekinian di kalangan remaja, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mereka.

Berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dimana tingkat penetrasi internet di kelompok usia 13-18 tahun mencapai 99,16% pada 2021-2022. Posisi kedua yakni kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64%. Tingkat penetrasi internet rentang usia 35-54 tahun sebesar 87,30%, dan usia 55 tahun keatas hanya sebesar 51,73%.

Dari data tersebut, terlihat bahwa tingginya angka penetrasi internet pada usia remaja awal (13-18 tahun), yang merupakan usia di jenjang SMP dan SMA, membuat dampak dari globalisasi semakin mudah terserap oleh remaja. Sebagai masa-masa di mana rasa keingintahuan sangat tinggi, jika tidak diawasi oleh orang tua yang bijak, pola perilaku remaja dapat terpengaruh oleh budaya yang

kurang baik, seperti konten-konten yang menunjukkan gaya hidup hedonis. Semua informasi di internet tidak dapat dibendung, bahkan iklan pun mudah ditayangkan di internet. Dengan pemikirannya yang masih labil, remaja mudah terprovokasi oleh iklan dan konten-konten di internet. Hal ini dapat mengakibatkan perilaku konsumtif yang tidak rasional dan impulsif, sehingga perlu diperhatikan untuk menghindari dampak negatif pada pola perilaku konsumsi remaja Meiranti (Rika Agustina, 2020).

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor sosial-budaya dan faktor psikologis Mangkunegara (Bowo, 2018). Faktor psikologis dapat mempengaruhi perilaku konsumtif melalui pengalaman belajar atau literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola keuangan untuk mencapai tujuan kesejahteraan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut OJK, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2020 mencapai 49,68%, yang meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 38,03%, meskipun angka tersebut masih tergolong rendah.

Siswa sebagian besar masih mengandalkan uang saku dari orang tua, oleh karena itu penting untuk melakukan pengelolaan keuangan yang baik agar kebutuhan terpenuhi secara optimal. Dalam melakukan pembelanjaan, harus memberi prioritas pada kebutuhan daripada keinginan. Remaja menjadi segmen pasar potensial karena memiliki kebutuhan yang beragam dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan orang tua serta menjadi segmen pasar masa depan yang potensial seiring bertambahnya usia (Indriayu, 2017). Dengan literasi keuangan yang baik diharapkan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif melalui kemampuan untuk mengelola keuangan secara efektif dan membuat keputusan konsumsi yang lebih bijaksana. Menurut Annamaria Lusardi, seorang profesor ekonomi dan direktur Financial Literacy Center di George Washington University, "Kurangnya literasi keuangan dapat membuat seseorang lebih rentan terhadap kesalahan keuangan yang mahal dan merugikan." Lusardi juga menambahkan bahwa meningkatkan literasi keuangan dapat membantu seseorang

mengambil keputusan keuangan yang lebih baik dan menghindari perilaku konsumtif yang merugikan.

Dalam melakukan pembelian, faktor psikologis seperti disonansi kognitif juga berpengaruh terhadap keputusan seseorang. Sebelum memutuskan untuk membeli produk atau jasa, seseorang akan mempertimbangkan dengan seksama. Hasrat atau keinginan juga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan tersebut. Ada dua elemen kognitif yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang, yaitu konsonan dan disonan. Dalam hal ini, kognitif disonan terjadi ketika seseorang merasa tidak nyaman dengan keputusannya dan merasa adanya kejanggalan dalam pikirannya. Untuk mengurangi disonan tersebut dan menghindari peningkatannya, seseorang dapat melakukan perubahan tingkah laku dalam pengambilan keputusan pembelian.

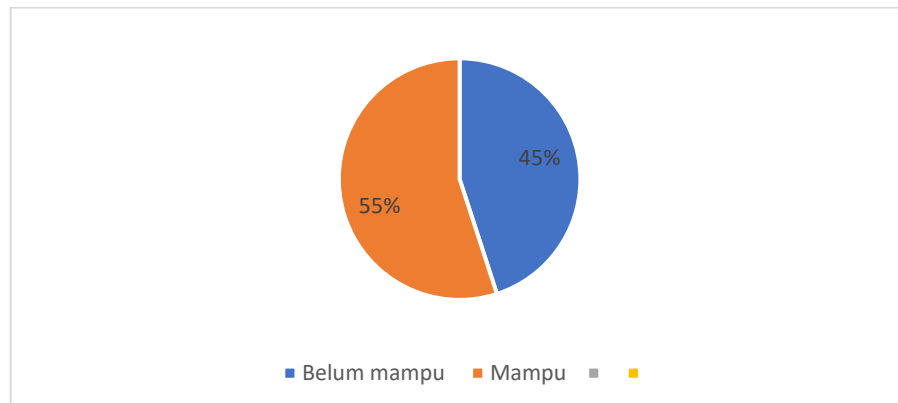
Menurut Leon Festinger, seorang psikolog sosial yang dikenal dengan teorinya tentang disonansi kognitif, "Disonansi kognitif dapat mempengaruhi perilaku seseorang dengan menciptakan ketidaknyamanan psikologis dan konflik internal." Festinger juga menyatakan bahwa seseorang mungkin akan mencari cara untuk mengurangi disonansi kognitif, termasuk dengan melakukan pembelian impulsif atau mengubah keyakinan mereka tentang uang dan konsumsi.

Faktor kedua yang mempengaruhi perilaku konsumtif yakni teman sebaya. Teman sebaya memiliki pengaruh besar dalam perilaku konsumtif seseorang, selain faktor lain seperti orang tua dan lingkungan sekitar. Kelompok teman sebaya memiliki kesamaan dalam usia, kebutuhan, dan tujuan, sehingga pengaruhnya lebih besar dibandingkan dengan orang tua. Bahkan, ada statemen di masyarakat yang menyatakan bahwa karakter dan pola pikir seseorang dapat dilihat dari teman dekatnya. Penelitian yang dilakukan oleh Departemen Psikologi di University of California, Los Angeles, teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Penelitian ini menunjukkan bahwa seseorang cenderung lebih mungkin melakukan pembelian impulsif jika mereka merasa ditekan oleh teman sebayanya untuk membeli produk tertentu. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Arief, 2017) pada siswa XI IPS SMA Kesatrian 1

Semarang menunjukkan bahwa teman sebaya mempunyai kontribusi yang signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa tersebut.

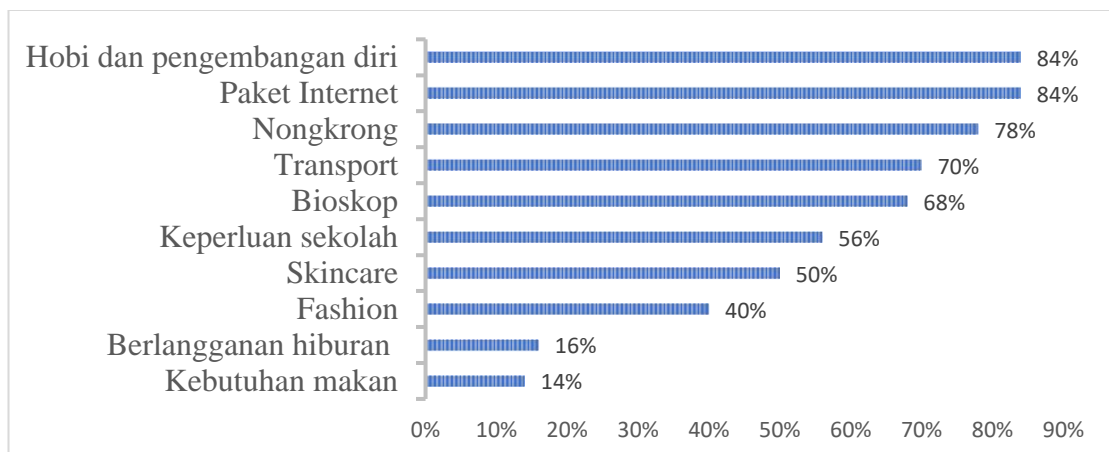
Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Tasikmalaya yang merupakan kota perkembangan dari Kabupaten Tasikmalaya. Berdasarkan data yang dihasilkan oleh Badan Pusat Statistik, ditemukan bahwa tingkat rata-rata pengeluaran per kapita dalam sebulan untuk makanan dan bukan minuman di daerah kota lebih tinggi daripada di kabupaten. Hal ini terjadi karena di kota terdapat lebih banyak pusat perbelanjaan, yang memudahkan masyarakat untuk mengakses dan berbelanja. Namun, hal ini juga dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan. Bahkan, berdasarkan data dari BPS Jawa Barat, provinsi ini menjadi provinsi terbanyak yang memiliki pusat perbelanjaan, dengan total 188 unit dari total 649 unit di Indonesia. Tasikmalaya merupakan salah satu kota di Jawa Barat dibagian Priangan Timur. Di Priangan Timur Tasik dapat dikatakan sebagai pusat perbelanjaan untuk masyarakat Priangan Timur seperti, Kota Banjar, Ciamis, dan Kabupaten Tasikmalaya.

Pentingnya penelitian terhadap perilaku konsumtif pada daerah dengan tingkat pengeluaran yang lebih tinggi dan banyaknya pusat perbelanjaan adalah untuk mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan, terutama pada siswa. Dalam hal ini, siswa adalah kelompok yang rentan terhadap pengaruh perilaku konsumtif yang berlebihan, karena terkadang mereka belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai manajemen keuangan yang baik dan bijak dalam berbelanja. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian di Kota Tasikmalaya mengetahui tingkat konsumtifnya. Hasil dari survei pra-penelitian terhadap 50 siswa SMA Negeri di Tasikmalaya menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka masih belum mampu mengelola keuangannya dengan baik. Hal ini terbukti dari pernyataan siswa yang menganggap uang saku yang diberikan oleh orang tua belum cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka selama sebulan penuh, dan seringkali habis sebelum waktu yang ditentukan.



Gambar 1.1 Kemampuan mengelola uang saku

Umumnya, sebagai seorang siswa, kebutuhan dasar meliputi transportasi, makanan, dan pengeluaran kecil seperti jajan. Dalam hal ini, bila kita melihat rata-rata uang saku yang diterima siswa sebesar Rp800.000,- maka seharusnya sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan primer tersebut. Namun pada kenyataannya, siswa cenderung menggunakan uang saku mereka untuk keperluan yang tidak terlalu penting. Untuk mengetahui perilaku konsumsi yang dilakukan oleh siswa dapat dilihat pada data konsumsi yang dilakukan oleh siswa:



Sumber : Data diolah secara primer (2023)

Gambar 1.2
Rata-Rata Konsumsi yang Dilakukan oleh Siswa Ditinjau dari Pengeluaran (Per Bulan)

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa siswa tidak hanya melakukan konsumsi untuk kebutuhan primer nya saja. Bahkan hanya 14% dari responden yang mengalokasikan uang sakunya untuk kebutuhan primer yakni makan, karena memang mayoritas masih tinggal Bersama orang tua. Sebagai siswa kebutuhan pokok selain makan yakni membeli perlengkapan sekolah seperti buku, memfotokopi, membeli atk, dll. Namun disini terlihat hanya 56% siswa yang mengalokasikan uangnya untuk kebutuhan sekolah dengan rata-rata pengeluaran per bulan yakni Rp. 100.000.- dari rata rata uang saku siswa hanya 12,5% dari uang sakunya untuk kebutuhan sekolahnya. Sebagai seorang siswa tentunya belajar harus menjadi prioritas utamanya.

Pada kebutuhan sekunder yakni pembelian kuota untuk komunikasi dan untuk menunjang proses belajarnya di era digital saat ini 84% siswa mengalokasikan uangnya untuk membeli kuota dan sisanya menggunakan wifi. Tidak dapat dihindarkan, kuota merupakan kebutuhan sekunder yang penting dalam menunjang kehidupan di zaman sekarang. Selain kuota internet, kebutuhan sekunder lainnya yakni transportasi. 70% siswa menggunakan uanya untuk transportasi ke sekolah, seperti jasa angkutan umum, dan ojek online.

Siswa dalam memenuhi kebutuhannya selain kebutuhan primer dan sekunder, mereka justru lebih banyak menggunakan uang saku mereka untuk konsumsi yang tidak penting seperti untuk melakukan hobi, membeli tiket bioskop, nongkrong, dan *skincare*. Sebanyak 84% mengalokasikan uangnya untuk hobi dan pengembangan diri mereka, dengan rata-rata pengeluaran yang dialokasikan sebesar Rp. Rp550.000.- Hobi dan pengembangan diri yang mereka lakukan seperti untuk *cosplay anime*, membeli *spare part* motor, datang ke event budaya jepang, memberi Kpop, *Merchandise* mengikuti pertandingan olahraga yang mereka gemari, membeli dan membeli perlengkapan olahraga untuk meningkatkan kemampuannya dalam bidang yang sedang mereka tekuni. Selain untuk hobi dan pengembangan diri mereka juga rela mengeluarkan uang mereka hanya untuk nongkrong dengan teman-temannya, selain menghamburkan uang mereka juga menyiakan waktu mereka untuk nongkrong dibandingkan untuk belajar atau mengembangkan *soft skill*. Berdasarkan survei siswa 78% siswa

meluangkan waktunya untuk nongkrong dengan teman-temannya setidaknya seminggu sekali.

Berdasarkan hasil survei pra-penelitian diatas, peneliti menemukan sebuah fenomena bahwa siswa SMA negeri di Tasikmalaya terindikasi memiliki perilaku konsumtif, yang dibuktikan dengan data bahwa mereka lebih banyak menggunakan uangnya untuk kebutuhan yang tidak penting, seperti *skincare*, nongkrong, menonton, dan melakukan hobi mereka dibandingkan untuk kebutuhan sekolahnya yang seharusnya menjadi prioritasnya sebagai siswa.

Perilaku konsumtif jika terus akan berdampak bagi kesejahteraan masyarakat, terlebih pada anak-anak / remaja dimana kebiasaan atau habit pada masa tersebut dapat terbawa sampai dewasa. Berdasarkan hal tersebut, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya dan Disosiasi Kognitif Terhadap Perilaku Konsumtif (Survei pada Siswa SMA Se Kota Tasikmalaya)”. Harapan dari penelitian ini adalah agar hasilnya dapat memberikan sumber informasi yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan, terutama sebagai bahan masukan untuk siswa dalam mengembangkan kebiasaan konsumsi yang lebih rasional.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi Siswa SMA Negeri Se Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Negeri Se Kota Tasikmalaya?
3. Bagaimana pengaruh Disosiasi kognitif terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Negeri Se Kota Tasikmalaya?
4. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, dan Disosiasi kognitif terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Negeri Se Kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan penelitian

Dalam hal ini peneliti memiliki tujuan sesuai dengan permasalahan yang diamati, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif
2. Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.
3. Pengaruh disonansi kognitif terhadap perilaku konsumtif
4. Pengaruh literasi keuangan, teman sebaya, dan disonansi kognitif terhadap perilaku konsumtif

1.4 Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang keilmuan terutama di bidang perkuliahan.
2. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan atau menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun kegunaan secara praktis dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat dalam menambah pengalaman, wawasan, dan menjadi sarana supaya lebih memperhatikan serta meningkatkan kemampuan baik itu teknis dalam melaksanakan penelitian atau pengetahuan yang dimiliki.
2. Bagi jurusan, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi khususnya Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi jika suatu saat nanti mengambil permasalahan yang sama.
3. Bagi dosen, hasil penelitian ini bisa menjadi sumber informasi bagi dosen dalam memberikan penjelasan dalam kegiatan perkuliahan sehingga mahasiswa lebih paham dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

4. Bagi mahasiswa, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi mahasiswa supaya lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi.
5. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam penelitian serupa dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain supaya