

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu berhubungan dengan kegiatan ekonomi. Hal ini terjadi karena setiap orang sebagai makhluk sosial memiliki kebutuhan yang tidak dapat dipenuhinya sendiri. Tujuan utama manusia adalah untuk bertahan hidup dan melanjutkan keberadaannya. Berbagai kebutuhan dasar harus dipenuhi untuk bertahan hidup, seperti makanan, air, pakaian, tempat tinggal dan tempat berlindung (Akhan, 2015:5).

Tabel 1.1 Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan dan Bukan Makanan Menurut Kota di Provinsi Jawa Barat (Rupiah), 2020 dan 2021

Kota	Makanan		Non Makanan		Jumlah	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Bogor	723928,43	821639,27	996765,76	1138860,59	1720694,19	1960499,86
Sukabumi	722617,15	665455,43	723142,28	817691,78	1445759,43	1483147,21
Bandung	825379,50	866068,19	1133461,53	1216306,70	1958841,02	2082374,89
Cirebon	654099,54	669035,36	820119,17	960672,55	1474218,72	1629707,91
Bekasi	1005521,49	989868,73	1341564,91	1498594,40	2347086,40	2488463,13
Depok	907826,56	921596,64	1261905,55	1383344,84	2169732,12	2304941,48
Cimahi	786372,06	772401,26	1022418,04	1054670,48	1808790,10	1827071,74
Tasikmalaya	625871,63	654505,93	629832,99	656269,21	1255704,61	1310775,14
Banjar	628655,53	575841,10	516142,15	513135,55	1144797,68	1088976,65

Sumber Data: (BPS, 2021).

Hasil survei Badan Pusat Statistik Indonesia Tahun 2021, rata-rata pengeluaran per kapita sebulan untuk golongan makanan sebesar 625871,63 rupiah ditahun 2020 di kota Tasikmalaya dan meningkat di tahun 2021 menjadi 654505,93 rupiah (BPS, 2021). Pada lima tahun terakhir, rata-rata pengeluaran perkapita sebulan dalam golongan makanan bertambah lebih dari dua ratusribu

rupiah. Sebaliknya, rata-rata pengeluaran perkapita dalam golongan bukan makanan dalam enam tahun terakhir bertambah lebih dari seratus ribu rupiah.

Permasalahan ekonomi tersebut merupakan penghalang dalam usaha manusia dalam mencapai tujuan. Setiap manusia pasti ingin hidup makmur, sejahtera, serta mampu menghadapi masalah jangka pendek seperti konsumsi sehari-hari serta pemenuhan kebutuhan lainnya. Terbatasnya sumber daya yang tersedia dibandingkan dengan kebutuhan, menyebabkan manusia dihadapkan pada pilihan-pilihan yang bersifat individu dan kolektif. Sebagai makhluk ekonomi dan juga sebagai makhluk sosial, manusia dituntut untuk dapat mengatasi masalah-masalah ekonomi dan masalah sosial (Melina & Wulandari, 2018:146). Keterbatasan sumber daya yang dimiliki seseorang mengakibatkan orang tersebut tidak mampu untuk memenuhi apa saja yang diinginkan.

Manusia sebagai makhluk ekonomi, dituntut memiliki pengetahuan yang logis dalam memilih berbagai alternatif alat pemuas kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan yang optimal. Upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya untuk mencapai kepuasan yang optimal itu tampak dari perilaku sebagai konsumen (Nuraeni, 2015:30).

Era globalisasi mengakibatkan terjadinya pergeseran pola konsumsi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Pengaruh globalisasi sangat terlihat di kota-kota besar, termasuk di wilayah Tasikmalaya. Dampak globalisasi semakin terasa setelah muncul pusat-pusat perbelanjaan dan berbagai macam barang dan jasa yang tersedia. Hal tersebut menunjukkan mudahnya memperoleh barang-barang yang beraneka ragam dan kemudahan dalam fasilitas yang lainnya.

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri manusia. Sejak kecil, bahkan ketika baru lahir, manusia sudah menyatakan keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara. Semakin besar dan akhirnya dewasa, keinginan dan kebutuhan seorang manusia akan terus meningkat. Dalam memenuhi kebutuhannya manusia dihadapkan pada masalah ekonomi yang berlaku sebagai akibat adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia yang tidak terbatas dengan alat pemuas kebutuhan yang jumlahnya terbatas.

Semua kebutuhan tersebut digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup, akan tetapi tidak semua manusia merasa jika kebutuhannya dapat terpenuhi. Hal ini bisa terjadi karena manusia memiliki sifat yang beragam, ada yang merasa puas atas apa yang mereka miliki dan ada pula yang merasa tidak puas, dan sumber daya yang ada tidak dapat memenuhi kebutuhan manusia yang selalu merasa kekurangan. Keterbatasan sumber daya alam inilah yang kemudian kita kenal dengan sebutan kelangkaan.

Menurut Melina & Wulandari, (2018:51) masalah kelangkaan atau keterbatasan berlaku sebagai akibat dari ketidakseimbangan antara kebutuhan masyarakat dan faktor produksi yang tersedia di masyarakat. Di satu sisi, di setiap masyarakat akan selalu ada keinginan yang relatif tidak terbatas untuk menikmati berbagai jenis barang yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Di sisi lain, sumber daya atau faktor produksi yang dapat digunakan untuk memproduksi barang-barang ini relatif terbatas. Karena itu orang tidak bisa mendapatkan dan menikmati semua hal yang mereka inginkan.

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri manusia. Sejak kecil hingga dewasa manusia sudah memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan berbagai cara, naluri tersebut akan terus meningkat. Dalam memenuhi kebutuhan mereka, manusia dihadapkan dengan masalah ekonomi yang berlaku sebagai akibat dari ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia yang tidak terbatas dan jumlah kebutuhan yang terbatas.

Literasi dapat digambarkan sebagai kemampuan individu untuk mengenali, menggunakan konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk meningkatkannya kesejahteraan. Literasi ekonomi yang diperoleh sejak dari pendidikan di keluarga sampai perguruan tinggi diharapkan dapat membentuk sikap yang rasional dalam konsumsi masyarakat.

Sebagai makhluk ekonomi dan juga makhluk sosial, manusia dituntut untuk dapat mengatasi masalah – masalah ekonomi dan masalah sosial. Sumber daya terbatas yang dimiliki oleh seseorang dapat mengakibatkan orang tersebut tidak dapat memenuhi apa yang diinginkannya. Manusia sebagai makhluk ekonomi, dituntut untuk memiliki pengetahuan yang logis dalam memilih berbagai alternatif

alat pemuas kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal. Upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya untuk mencapai kepuasan yang maksimal itu tampak dari perilaku sebagai konsumen.

Di zaman modern saat ini telah merubah masyarakat Indonesia dalam segi konsumsi. Hal tersebut dapat kita lihat di kota besar, termasuk kota Tasikmalaya ini. Dampak globalisasi semakin terasa setelah adanya pusatpusat pembelanjaan barang dan jasa serta situs online yang menyediakan jual beli barang, sehingga dengan mudah orang memperoleh barang dan fasilitas lainnya.

Perubahan dalam perilaku konsumtif disebabkan karena adopsi nilai-nilai positif dan negatif. Perilaku ini dapat mempengaruhi sebagian besar masyarakat yang tidak memperdulikan pendapatan orang tuanya. Peran orang tua dalam membeli kebutuhan anak-anak mereka mulai bergeser seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi. Zaman modern saat ini, ketika membeli barang, kebanyakan dari remaja tidak meminta pertimbangan orang tua dulu tetapi mereka hanya mempercayai teman sebayanya. Situasi ini telah menjadi kebiasaan bagi mahasiswa dan remaja lainnya walaupun mereka belum mendapatkan penghasilan sendiri, Kecenderungan tersebut menunjukkan perilaku konsumsi yang kurang efektif, yaitu perilaku konsumtif yang tidak lagi mempertimbangkan kondisi ekonomi orang tua tetapi mereka lebih cenderung mengikuti model dan trend serta pengaruh dari iklan dan lingkungan.

Di zaman modern seperti saat ini, banyak kita temui remaja usia 20an yang memenuhi gaya hidupnya hanya atas dasar kepuasan dan kesenangan semata tanpa memperhatikan dan mempertimbangkan kondisi ekonomi orang tua mereka yang mencari penghasilan untuk kelangsungan hidup. Mereka hanya memikirkan kesenangan dan kepuasan dalam penampilannya sehingga terlihat glamour, sementara kondisi ekonomi orang tua tidak memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dibutuhkan. Masyarakat pada umumnya membeli berdasarkan kebutuhan primer dan sekunder, serta hanya sebagian yang mampu membeli kebutuhan tersier. Tetapi kebutuhan tersier pada masa kini seperti menggantikan kebutuhan primer. Gaya hidup mewah yang dapat dengan mudah diakses melalui media sosial seakan menjadi pedoman mayoritas masyarakat

terutama kaum muda. Kemudahan mengakses informasi merupakan salah satu pemicu terjadinya perubahan perilaku kaum muda mengenai gaya hidup.

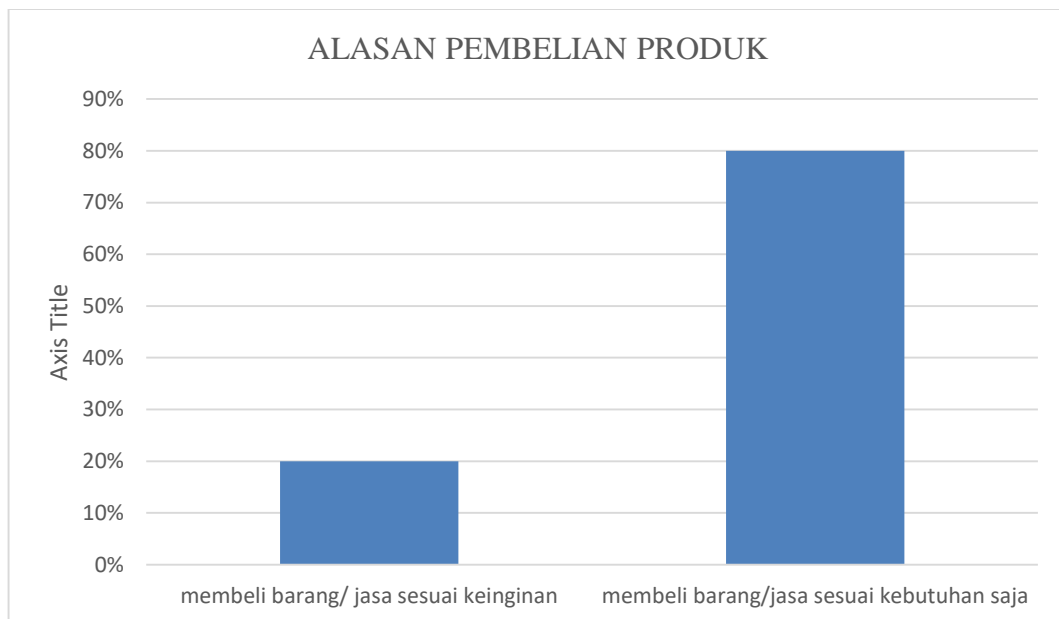
Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Produk Domestik Bruto (PDB) pengeluaran konsumsi rumah tangga untuk restoran dan hotel pada triwulan III 2018 atas dasar harga kostan tumbuh 5,69% dibandingkan triwulan III tahun sebelumnya. Kemudian diikuti pengeluaran konsumsi untuk transportasi dan komunikasi tumbuh 5,68% dari sebelumnya. Keduanya tumbuh lebih tinggi dari total konsumsi rumah tangga (5,01%) maupun konsumsi kebutuhan makanan dan minuman (5,21%). PDB pengeluaran konsumsi rumah tangga pada triwulan III 2018 atas dasar harga berlaku mencapai Rp 2.119,47 triliun atau sebesar 55,26% total PDB Rp 3.835,6 triliun. Sedangkan PDB atas dasar harga kostan sebesar Rp 1.440,84 triliun atau sekitar 53,68% dari total Rp 2.684,19 triliun (BPS, 1 Nov 2018). Perubahan perilaku belanja konsumen dari sebelumnya pengeluaran konsumsi rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan dasar, kini bergeser untuk kebutuhan gaya hidup. Perubahan ini menandakan adanya perilaku konsumen yang konsumtif.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Snapcart, berdasarkan usia, setengah atau 50% pembelanja online merupakan generasi Milenial (berusia antara 25-34 tahun) (Marketeters.com, 2018). Hal ini disebabkan adanya kemudahan akses internet yang berdampak pada gaya hidup dan kebiasaan generasi milenial untuk berbelanja online. Data dari Picodi.com (2018) menyatakan bahwa pria lebih sering berbelanja online dibandingkan dengan wanita dengan rasio sebesar 54% : 46%. Untuk pembagian usia, sesuai dugaan generasi muda adalah yang paling sering berbelanja online. Sebanyak 45% berusia antara 18-24 tahun, diikuti 25-34 tahun sebesar 41%, untuk usia 35-44 tahun sebesar 8%, dan 6% sisanya adalah konsumen berusia di atas 45 tahun. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pasar online bergantung pada budaya konsumsi masyarakat yang berusia relatif muda. (Ahda Syamila, 2018)

Kabupaten Tasikmalaya merupakan wilayah yang memiliki potensi ekonomi yang relatif tinggi. Terdapat inovasi-inovasi yang dilakukan oleh penggiat ekonomi namun kemampuan pengelolaan keuangan masyarakat yang relatif terbatas

sehingga seringkali tercampur antara pengelolaan keuangan produktif (usaha) dengan konsumtif (keluarga), terutama untuk para pelaku UKM menyebabkan inovasi yang dilakukan tidak berjalan dengan baik.

Perkembangan teknologi memungkinkan seseorang hilang kendali dalam pembelian yang dilakukan. Kemudahan dalam memperoleh barang dan jasa membuat seseorang cenderung menghabiskan semua pendapatan yang diperoleh untuk kebutuhan dan keinginannya. Pendapatan yang cukup tinggi namun sebagian besar menyatakan pernah kehabisan uang bulanan sebelum waktunya mengindikasikan adanya kelebihan konsumsi seseorang sehingga perlu perencanaan keuangan yang efektif dan keputusan keuangan yang bijak sehingga hal tersebut tidak mengganggu kebutuhan akan barang atau jasa yang sesuai dengan pendapatan yang dimiliki.



Gambar 1. 1 Persentase Alasan Pembelian Produk

Selain itu, alasan membeli suatu produk diantaranya mereka menggunakan pendapatan untuk membeli barang/jasa sesuai kebutuhan saja yaitu sebesar 80% dan yang membeli barang/jasa sesuai keinginan sebesar 20%. Intensitas belanja ke pusat perbelanjaan yaitu kurang dari 3 kali sebesar 50%, 4-8 kali sebesar 40% dan lebih dari 8 kali sebesar 10%. Konsumen yang cenderung sering pergi kepusat

perbelanjaan membeli berbagai macam produk maupun hanya sekedar jalan-jalan memperlihatkan adanya gaya hidup berbelanja konsumen yang tinggi.

Namun tingginya penggunaan e-commerce yang menawarkan berbagai diskon terkadang membuat konsumen tertarik untuk membeli barang tersebut sekitar 60% dari mereka melakukan pembelian dengan barang diskon meskipun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan, sebesar 20% kadang-kadang membeli barang diskon tersebut dan bahkan 20% dari mereka sering membeli produk diskon.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah literasi ekonomi, kontrol diri dan gaya hidup. Berdasarkan hasil-hasil penelitian terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Imawati & Ivada (2015:57) “peningkatan financial Literasi akan mampu menurunkan perilaku konsumtif remaja, financial literasi cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja, dengan signifikansi negatif dimana ketika *financial literacy* meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun”. Menurut Haryani (2015:10) “semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah pula perilaku konsumtif”. Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti “semakin mewah dan hedonisme gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtif” (Kanserina, 2015:9).

Menurut Permata & Wahyono, (2016:7) “Literasi ekonomi merupakan informasi memainkan peranan penting untuk membuat keputusan yang cerdas untuk memuaskan kebutuhan”. Sedangkan menurut pendapat Mathews dalam Nuraeni (2015:32) literasi ekonomi merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan individu agar dapat mengenali atau menggunakan konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa ini. Perilaku konsumtif cenderung banyak mengeluarkan biaya karena bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan.

Literasi ekonomi merupakan pemahaman, pengetahuan, dan kemampuan membuat keputusan ekonomi yang cerdas menggunakan konsep ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan. Literasi ekonomi dapat membuat seseorang menjadi cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dengan cara mengaplikasikan konsep ekonomi. Perilaku konsumen seseorang ditentukan oleh tingkat pengetahuan tentang ekonomi atau literasi ekonomi. Dengan literasi ekonomi, diharapkan perilaku ekonomi masyarakat khususnya perilaku konsumsi akan mengikuti konsep ekonomi yang telah melekat pada masyarakat. Dengan demikian literasi ekonomi atau pemahaman terhadap ekonomi akan membentuk perilaku konsumsi yang rasional dan tidak mengarah ke perilaku konsumsi yang irasional atau perilaku konsumtif

Selain itu dari penelitian yang dilakukan oleh Albeerdy & Gharlegghi (2015:15) menyebutkan bahwa pengetahuan yang logis harus diutamakan dalam membentuk perilaku remaja terutama mahasiswa, hasil penelitian pun menjelaskan bahwa dari variabel bebas Pendidikan, sikap terhadap uang dan variabel terikat literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan. Namun berbeda dengan hasil penelitian oleh Oktafikasari & Mahmud (2017:695) bahwa “literasi ekonomi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif”. Dari dua hasil penelitian terdahulu yang berbeda tersebut, maka peneliti disini ingin meneliti lebih lanjut apakah literasi ekonomi mempengaruhi secara langsung/tidak langsung pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan studi empiris yang telah dilakukan, kajian teori, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, yang mendasari latar belakang dalam penelitian ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Tasikmalaya : Pendekatan *Veblen Effect Theory* Pada Masyarakat Produktif Tasikmalaya**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Apakah literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: Pengaruh literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Tasikmalaya

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi di bidang ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi sekaligus menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi mahasiswa

Bagi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas minat beli ulang mahasiswa, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif.

b. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi dan berkaitan dengan ekonomi.