

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Indonesia sebagai bagian dari masyarakat dunia yang tentu saja tidak bisa lepas dari globalisasi. Perkembangan industri yang pesat berimbas pada penyediaan barang yang berlimpah bagi masyarakat, hal tersebut dapat menyebabkan masyarakat menjadi mudah tertarik untuk mengkonsumsi barang dengan banyaknya pilihan yang ada.

Berdasarkan data badan pusat statistik (BPS) (Oktavikasari, 2017:685) tujuh tahun terakhir mengenai rata-rata pengeluaran per kapita sebulan menunjukan total konsumsi masyarakat Indonesia memiliki tren yang selalu meningkat. Mulai tahun 2014 total konsumsi sebesar 979.718 rupiah dan terus meningkat setiap tahunnya hingga 2018 total konsumsi mencapai sebesar 1.350.524 rupiah yang berarti terjadi peningkatan total konsumsi masyarakat sebesar 6,4%.

Tingginya angka konsumsi masyarakat Indonesia bagi para pelaku bisnis dan importir merupakan tambang emas yang tidak habis digali, namun bagi konsumen apabila tidak terkontrol akan menjadi kebiasaan yang membentuk budaya konsumtif. Kondisi ini akan menjadi lebih buruk lagi ketika perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa, tetapi juga terjadi pada remaja.

Mahasiswa sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah untuk dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Fenomena tersebut sangat erat kaitannya dengan lingkungan kampus yang terdapat keanekaragaman sosial dan budaya untuk bersosialisasi sehingga mampu menyesuaikan diri di lingkungannya. Keadaan tersebut terjadi karena mereka merupakan individu yang paling mudah terpengaruh oleh perubahan dan memiliki keinginan dalam mencoba hal-hal baru.

Konsumtisme terjadi karena seseorang mempunyai kecenderungan materialistis dan hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhan. Kemudian, perilaku konsumtif ini ada karena adanya

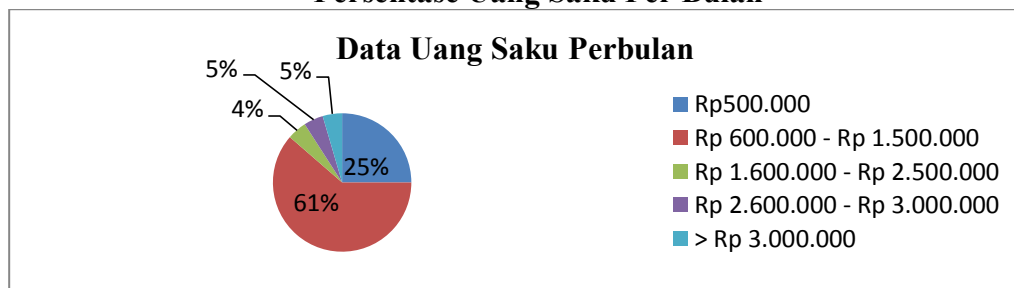
faktor-faktor lain disekitarnya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif ini seperti adanya unsur konformitas dan rendahnya literasi ekonomi.

Seseorang yang konform akan cenderung melakukan segala cara agar sesuai dengan kelompok acuan atau lingkungan sekitar. Segala hal yang ada di lingkungan sekitarnya akan di ikuti, hal tersebut adalah upaya seorang konform agar diterima di lingkungan tersebut. Kemudian akibat dari rendahnya literasi ekonomi seseorang tidak dapat mengontrol dalam kegiatan ekonominya sendiri dalam hal mengkonsumsi barang dan jasa.

Universitas Perjuangan merupakan salah satu kampus swasta di Tasikmalaya yang dimana terdapat banyak sekali mahasiswa dengan latar belakang ekonomi yang berbeda. Ada yang dari kalangan menengah kebawah dan ada juga yang berasal dari kalangan menengah keatas yang dimana mayoritas mahasiswa membawa kendaraan pribadinya sehari-hari. Selain itu, dilihat dari lokasinya yang tidak jauh dari pusat kota, berdekatan dengan pertokoan, tempat makan dan berbagai fasilitas lain yang mendukung mahasiswa untuk mengkonsumsi berbagai macam komoditi.

Berdasarkan hasil pra penelitian melalui penyebaran kuisisioner yang dilakukan penulis pada mahasiswa jurusan manajemen Universitas Perjuangan angkatan 2017 pada bulan Februari melalui kuisisioner kepada 44 mahasiswa dengan 8 pertanyaan tentang beberapa indikator mewakili perilaku konsumtif mahasiswa.

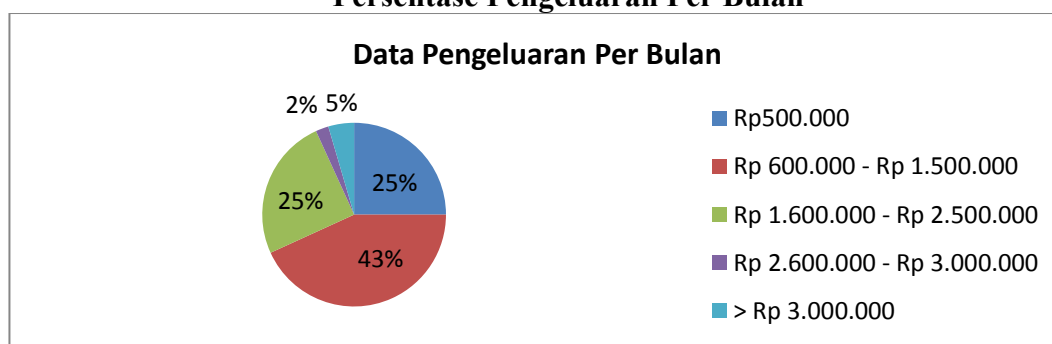
**Gambar 1.1**  
**Persentase Uang Saku Per Bulan**



Sumber: Survey pra penelitian, 2020

Berdasarkan hasil kuisioner yang disebar pada bulan Februari 2020 dengan narasumber sebanyak 44 mahasiswa jurusan manajemen Universitas Perjuangan angkatan 2017. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa uang saku mahasiswa perbulan yaitu Rp 500.000 sebanyak 25% Rp 600.000 – Rp 1.500.000 sebanyak 61% Rp 1.600.000 – Rp 2.500.000 sebanyak 4% Rp 2.600.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 5% dan lebih dari Rp 3.000.000 sebanyak 5% mahasiswa. Dari data tersebut diketahui bahwa kebanyakan mahasiswa memiliki uang saku perbulan dengan besaran sekitar Rp 600.000 – Rp 1.500.000 sebanyak 61% mahasiswa dimana uang saku ini digunakan untuk bekal dan keperluan sehari hari mahasiswa tersebut.

**Gambar 1.2**  
**Persentase Pengeluaran Per Bulan**



Sumber: Survey pra penelitian, 2020

Kemudian, dari hasil penelitian melalui kuisioner mengenai pengeluaran mahasiswa per bulannya diketahui bahwa sebanyak 25% mahasiswa memiliki pengeluaran sebesar Rp 500.000, 43% mahasiswa dengan jumlah pengeluaran Rp 600.000 – Rp 1.500.000, 25% mahasiswa dengan jumlah pengeluaran Rp 1.600.000 – Rp 2.500.000, 2% mahasiswa dengan jumlah pengeluaran Rp 2.600.000 – Rp 3.000.000 dan 5% mahasiswa dengan jumlah pengeluaran lebih dari Rp 3.000.000 mahasiswa. Selain mengeluarkan uangnya untuk kebutuhan sehari-hari juga untuk kebutuhan tugas-tugas kampus. Dimana, dibandingkan dengan era sebelumnya, mahasiswa sekarang dituntut untuk mengikuti kemajuan teknologi. Tugas-tugas dikerjakan menggunakan laptop, fotocopy, print tugas, observasi ke suatu tempat dan yang lainnya. Hal inilah yang menjadikan

mahasiswa dituntut dalam perkembangan teknologi yang akhirnya mendorong mahasiswa kedalam suatu budaya konsumtif.

Faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa diantaranya adalah konformitas, literasi ekonomi. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Kotler (Haryani, 2015: 6) yaitu faktor budaya (kebudayaan, subkebudayaan, dan kelas sosial), sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), pribadi (umur, dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap).

Khususnya pada kalangan remaja seperti mahasiswa, perilaku konsumtif yang tidak diimbangi dengan kontrol diri yang mudah terpengaruh dengan gaya hidup baru yang mengikuti orang lain dan hanya menuruti perilaku konsumtif yang hanya berdasarkan haus mata sekejap. Selain itu, kurangnya pemahaman literasi ekonomi yang masih kurang sehingga kurangnya pemahaman tersebut berdampak terhadap perilaku konsumtif menjadi tidak terkontrol.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Konformitas dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Survey pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Perjuangan Angkatan 2017)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Universitas Perjuangan angkatan tahun 2017?
2. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Universitas Perjuangan angkatan tahun 2017?
3. Bagaimana pengaruh konformitas dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Universitas Perjuangan angkatan tahun 2017?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan masalah yang akan diteliti, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Universitas Perjuangan angkatan tahun 2017.
2. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Universitas Perjuangan angkatan tahun 2017.
3. Pengaruh konformitas dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Universitas Perjuangan angkatan tahun 2017.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mengatur perilaku konsumtifnya.

#### **2. Manfaat dari segi kebijakan**

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat dan menyadarkan berbagai pihak mengenai pentingnya faktor konformitas dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.

#### **3. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada mahasiswa dalam melakukan pemenuhan kebutuhan agar tetap memperhatikan kegunaan atau manfaat dari suatu produk baik itu barang maupun jasa serta pengelolaan keuangan yang baik dan benar, sehingga tidak mengarah pada tindakan yang mengarah pada perilaku konsumtif.