

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sadar atau tidak masyarakat kita khususnya, mahasiswa mudah sekali masuk kedalam pola hidup yang konsumtif. Hal ini dikarenakan pola hidup anak perkuliahan identik dengan jalan-jalan, berbelanja barang-barang yang sedang ngetrend. Seperti halnya yang dikatakan oleh Ilham & Mudzakir (2015), bahwa letak dari kampus yang strategis dimana terletak diantara tempat-tempat belanja dan bangunan-bangunan pendukung kegiatan konsumsi dapat semakin menumbuhkan sifat konsumtif di kalangan mahasiswa. Menurut Dikria (2016) Mahasiswa ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga dapat mengikuti mode terkini padahal mode selalu berubah, sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan lebih dalam mengenai ilmu ekonomi terutama dalam melakukan pengelolaan keuangan yang baik dibandingkan dengan masyarakat pada umumnya seharusnya menjadi contoh bagi masyarakat yang lain terutama para remaja dalam melakukan kegiatan konsumsi yang baik dan tidak mengarah pada kegiatan konsumsi yang konsumtif.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini lebih maju dan berkembang seperti data yang dikemukakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yaitu, produk domestik bruto (PDB) atau pertumbuhan ekonomi Indonesia selama tahun 2018 mencapai 5,17%. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat dapat memberikan dampak yang signifikan pada kehidupan, salah satunya yaitu daya konsumsi individu juga akan meningkat. Faktor lain yang dapat meningkatkan daya konsumsi individu yaitu perkembangan teknologi.

Perkembangan teknologi saat ini memberikan pengaruh untuk memudahkan penyebaran informasi serta dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan gaya hidup individu. Perkembangan teknologi merupakan hal yang menarik, sehingga individu akan selalu mengikuti perkembangan gaya hidup terbaru melalui teknologi, salah satunya melalui media daring yang dapat dengan mudah diakses oleh individu. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh lembaga riset

asal Inggris, *Merchant Machine* bahwa Indonesia menduduki posisi pertama sebagai negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat. Masyarakat Indonesia rata-rata membelanjakan uang yang dimiliki pada situs belanja daring mencapai US\$ 228 per orang atau sekitar Rp 3,19 juta per orang. Sebanyak 11,9% responden berbelanja produk pakaian serta alas kaki dan 10% responden membelanjakan uangnya untuk kesehatan dan kecantikan (Widowati, 2019). Akibat pengaruh teknologi, berbelanja tidak lagi memperhatikan antara kebutuhan sesungguhnya atau hanya keinginan semata.

Perilaku konsumtif lebih besar terjadi di kota dibandingkan pedesaan. Menurut data Badan Pusat Statistik pada tahun 2018, pangsa pengeluaran non-pangan masyarakat perkotaan sebesar 54,02% dan masyarakat pedesaan sebesar 43,72%. Persentase konsumsi pakaian, alas kaki dan tutup kepala juga lebih besar di perkotaan dibandingkan pedesaan, yaitu sebesar 25,45% di perkotaan dan 22,48% di pedesaan.

Pasar bisnis yang beragam akan mendorong individu untuk berperilaku konsumtif. Sasaran utama pasar bisnis adalah wanita muda yang berstatus sebagai mahasiswa. Kondisi pasar yang lebih banyak ditunjukkan untuk wanita dapat menjadikan wanita cenderung lebih mudah dipengaruhi dan lebih konsumtif daripada kaum laki-laki. Hal ini menyebabkan perilaku konsumtif kemudian sebagian besar dilakukan oleh kaum wanita muda di Indonesia. Konsumen wanita secara psikologis berbeda dengan konsumen pria. Konsumen wanita ketika berbelanja produk yang diinginkan akan menimbulkan perasaan senang, sedangkan konsumen pria akan menggunakan nalar ketika memutuskan untuk membeli sebuah barang (Situmeang, 2017)

Ada banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dibagi menjadi 2, yaitu Faktor internal, yang terdiri atas: motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepercayaan dan sikap serta persepsi. Kemudian Faktor eksternal, yang terdiri atas: faktor kebudayaan, subbudaya, faktor kelas sosial, faktor keluarga, kelompok referensi dan peran.

Remaja yang dalam pergaulannya dikelilingi oleh remaja lain yang juga berperilaku konsumtif maka dia akan mengikuti gaya dan penampilan agar tidak

kalah dari teman sebayanya. Santrock (2014: 302) mengatakan bahwa “Bagi banyak remaja, bagaimana mereka dilihat oleh teman sebayanya adalah aspek yang paling penting dari hidup mereka”. Remaja juga berperilaku konsumtif karena mereka cenderung mengikuti hal-hal yang sama agar diterima dengan baik di kelompok sebayanya dan tidak jarang ada yang merasa minder apabila ia tidak memiliki atau menggunakan produk yang sedang menjadi trend dipasaran. Padahal seharusnya mahasiswa membangun hubungan pertemanan yang baik agar dapat menunjang prestasi belajarnya. Seperti yang diungkapkan oleh Betty dan Kahle (dalam Susanti, 2016: 6) yang mengatakan bahwa faktor pendukung timbulnya perilaku konsumtif yaitu: (1) Keluarga, (2) Pengaruh kelompok teman sebaya, (3) Pengalaman, (4) Kepribadian.

Terkait dengan perilaku konsumtif mahasiswa, pendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia berkualitas. Dengan kata lain, orang dianggap belajar jika menunjukkan perubahan-perubahan tingkah laku dalam hidupnya, sehingga literasi ekonomi menjadi hal penting. Menurut Sina (2012: 135), literasi ekonomi dapat diartikan sebagai pemahaman seseorang dalam membuat pilihan yang cerdas terkait alokasi sumber daya. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif siswa dalam berkonsumsi.

Mahasiswa diharapkan dapat berpikir secara rasional dalam melakukan kegiatan konsumsi, sebagai makhluk ekonomi yang rasional keinginan untuk membeli sesuatu bisa muncul karena melihat iklan di televisi, ikut-ikutan teman yang mengikuti trend yang sedang berkembang dan seringkali mementingkan gengsinya agar tidak ketinggalan zaman sehingga saling berlomba menunjukkan hal baru dari mereka yang biasanya dikatakan dengan gaya hidup. Menurut Sumarwan gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uang. Mahasiswa mengimitasi perilaku yang dilakukan oleh orang-orang sekelilingnya demi diterima di dalam lingkungannya. Persepsi tersebut yang beranggapan mereka akan diterima di dalam lingkungannya jika mereka bisa mengikuti gaya hidup yang sesuai jaman ini

membuat mereka berlaku konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kondisi ini dapat juga terjadi karena pengaruh gaya hidup yang di contohkan oleh negara-negara maju yang cenderung mengarah ke gaya hidup hedonisme. Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk.

Berdasarkan ulasan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Interaksi Teman Sebaya, Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif (Survey pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2019)”**, dengan harapan bahwa penelitian ini dilakukan agar nantinya dapat bermanfaat untuk berbagai pihak yang memerlukannya, terutama menjadi bahan masukan untuk pihak Universitas Siliwangi yang menjadi tempat penelitian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagaimana pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif
2. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif
4. Bagaimana pengaruh interaksi teman sebaya , literasi ekonomi dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif
2. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif
3. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif
4. Pengaruh interaksi teman sebaya, literasi ekonomi dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat ialah sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara lengkap mengenai pengaruh interaksi teman sebaya, literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif serta menambah khasanah keilmuan dan teori yang sudah diperoleh melalui penelitian sebelumnya.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan atau menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Adapun manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, sebagai bekal dimasa depan menambah pengetahuan dan pengalaman pelajaran kedepan dalam memahami peran perilaku konsumtif.
- b. Bagi jurusan, hasil penelitian ini dapat menambah sumber referensi ilmu pengetahuan dan informasi kepada mahasiswa khususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi.
- c. Bagi Mahasiswa, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi mahasiswa sehingga dapat mengontrol perilaku konsumtif.
- d. Bagi pembaca, Dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai pengaruh interaksi teman sebaya , literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, juga diharapkan dapat menjadi referensi penelitian lebih lanjut.
- e. Bagi Peneliti Lain, Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pertimbangan guna menghasilkan penelitian yang lebih baik.

