

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai bagian dari masyarakat dunia yang tentu saja tidak lepas dari globalisasi. Globalisasi terjadi disegala aspek kehidupan seperti ekonomi, sosial budaya, politik, ilmu pengetahuan, teknologi, hukum dan sebagainya. Perkembangan industri yang cepat serta dengan berkembangnya teknologi di sektor ekonomi serta penyediaan barang yang berlimpah, maka kegiatan seperti transaksi dan jual beli barang akan semakin mudah dan cepat.

Manusia sebagai makhluk sosial dan ekonomi tentunya tidak bisa lepas dari kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya baik itu barang maupun jasa untuk memberikan kepuasan baik jasmani maupun rohaninya. Kegiatan konsumsi sebenarnya tidak menjadi masalah apabila dilakukan dengan benar sesuai dengan kebutuhannya, akan tetapi kegiatan konsumsi akan menjadi masalah apabila membeli barang atau jasa bukan lagi berdasar pada apa yang dibutuhkan tetapi lebih mendahulukan keinginan dengan memfokuskan pada pembelian barang atau jasa yang bersifat sekunder dan tersier. Sehingga memicu terjadinya pembelian barang atau jasa secara berlebihan, sehingga akan mengarah pada perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif ini terjadi karena adanya faktor-faktor lain disekitarnya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif ini, seperti adanya unsur konformitas teman sebaya dan rendahnya literasi ekonomi. Menurut Kotler, (Haryani, 2015:6) menyebutkan bahwa “Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh empat faktor yaitu, faktor kebudayaan, terdiri dari : kelompok acuan, sub budaya, dan kelas sosial. Faktor sosial, terdiri dari : kelompok acuan , keluarga, serta peran, dan status. Faktor pribadi, terdiri dari : usia dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri, dan kepribadian. Faktor psikologis, terdiri dari : motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.

Mahasiswa dikategorikan sebagai remaja tingkat akhir dengan kisaran 18 sampai 22 tahun yang memiliki kemampuan berkonsumsi yang tinggi, yang mana

usia remaja lebih cenderung untuk mengikuti perkembangan jaman atau *trend* dan sebagian besar mereka belum mempunyai penghasilan dan bergantung dari pemberian orang tua. Sebagai makhluk sosial tentunya mahasiswa berinteraksi dengan bergaul dan membentuk kelompok-kelompok yang sesuai dengan jati dirinya, dan tentunya melalui proses pendekatan agar dapat diterima di kelompok acuannya dengan mengikuti gaya hidup dari kelompok atau lingkungan sekitar, salah satunya yaitu dengan mengikuti *trend fashion* saat ini. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Rizkia bahwa mahasiswa dalam membeli produk *fashion* bukan karena kegunaannya melainkan atas keinginannya untuk membeli barang tersebut perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa seringkali terjadi pada produk-produk yang dirasa cukup menarik pada kelompok konsumen ini, salah satunya yaitu produk *fashion* yang terdiri dari pakaian, celana, sepatu, sandal, jam tangan, kerudung, topi, dan tas yang berfungsi dalam meningkatkan penampilanya. Hal tersebut akan menjadi permasalahan jika dilakukan secara berlebihan sehingga mengarah pada perilaku konsumtif.

Adanya modernisasi pada bidang industri dan teknologi menjadikan ketersediaan barang dan jasa menjadi berlimpah, mengakibatkan tingkat keragaman kebutuhan manusia semakin meningkat, produsen berlomba-lomba memberikan inovasi baru untuk dipasarkan kepada konsumen. Menurut Mangkunegara (Marganingsih, 2019:37), mengemukakan pembeli remaja dengan kriteria sebagai berikut, (1) remaja amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual. (2) muda terbujuk rayuan iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus, (apalagi jika dihiasi dengan warna-warna yang menarik). (3) tidak berpikir hemat. (4) kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk (impulsif).

Hal ini mengindikasikan mahasiswa yang tergolong sebagai remaja tingkat akhir yang memiliki karakteristik labil dan mudah dipengaruhi, apabila mahasiswa dalam berbelanja tidak memiliki perencanaan pada awalnya dan irasional maka akan cenderung berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sendiri juga dipengaruhi oleh gaya hidup dengan mengacu pada kelompok atau lingkungannya, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sumarsono (Kurniawan, 2017:109) “Seseorang akan melakukan perilaku konsumtif dengan mengacu pada

apa yang ditentukan oleh kelompok referensinya”. Kelompok referensi dalam hal ini yaitu teman sebaya yakni sesama mahasiswa, dalam kegiatan konsumsi mahasiswa biasanya tertarik menggunakan apa yang kebanyakan teman sebaya mereka gunakan dengan mengikuti *life style* kekinian sehingga dalam kegiatan konsumsi seringkali tidak berdasarkan kebutuhan namun mengikuti *trend* kekinian dan mengarah pada perilaku konsumtif. Jika hal tersebut terus berlanjut, perilaku konsumtif tersebut akan membawa mahasiswa kedalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri, serta bagaimana mengikuti perkembangan dilingkungan sekitar. Kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional, yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada, akan tetapi hal tersebut malah terjadi sebaliknya kampus malah dijadikan ajang untuk pamer penampilan.

Dengan begitu pengetahuan sangat penting, dalam hal ini mengenai pemahaman tentang literasi ekonomi, literasi ekonomi sangat dibutuhkan dalam kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya, literasi ekonomi merupakan suatu kondisi yang menggambarkan seseorang dapat memahami permasalahan dasar ekonomi secara baik dan juga benar. Literasi ekonomi diperlukan dalam menguasai tugas-tugas tertentu yang berkaitan dengan masalah ekonomi dan memiliki pemahaman yang baik terkait masalah ekonomi yang sedang dibahas, mahasiswa yang memiliki pengetahuan terhadap cara mengelola keuangan, kualitas barang, dan juga kebutuhan mendesak yang sewaktu-waktu bisa terjadi akan lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Berikut merupakan data hasil dari kuesioner pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2021 dan 2022, yang menjadi sampel pra penelitian. Berikut data hasil dari kuesioner mengenai anggaran yang disebar melalui *google form* pada bulan Februari 2024 dengan responden 42 mahasiswa :

Tabel 1.1
Rata-rata Uang Saku Perbulan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

No.	Uang Saku Perbulan	Mahasiswa (%)
1.	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	33,3%
2.	Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000	47,6%
3.	Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000	11,9%
4.	>Rp.2.000.000	7,1%

Sumber : Kuesioner pra penelitian (2024)

Dari 42 mahasiswa yang menjadi sampel pra penelitian, dari data tersebut dapat diketahui bahwa uang saku mahasiswa perbulan yaitu Rp.500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 33,3%. Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000 sebanyak 47,6%. Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000 sebanyak 11,9%. Dan >Rp.2.000.000 sebanyak 7,1%. Dari data tersebut diketahui bahwa kebanyakan mahasiswa memiliki uang saku perbulan dengan besaran sekitar Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000 sebanyak 47,6% mahasiswa, dimana uang saku ini digunakan untuk bekal dan keperluan sehari-hari mahasiswa tersebut. Selain itu juga peneliti memberikan pertanyaan terbuka mengenai besaran uang yang dikeluarkan untuk membeli produk *fashion*, dimana kebanyakan mereka menghabiskan sekitar kurang lebih Rp.200.000 per bulan. Sebagian mahasiswa menyatakan bahwa uang saku yang mereka peroleh belum mampu mencukupi kebutuhannya sebagai mahasiswa.

Berikut merupakan hasil dari penyebaran kuesioner melalui *google form* pada 42 mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2021 dan 2022 :

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner Pra Penelitian

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda pernah membeli produk <i>fashion</i> tanpa direncanakan terlebih dahulu ?	76,2%	23,8%

2.	Apakah anda membeli lebih dari satu produk <i>fashion</i> setiap bulannya?	47,6%	52,4%
3.	Apakah teman-teman dalam suatu kelompok pertemanan anda menjadi referensi dalam pembelian suatu produk <i>fashion</i> ?	64,3%	35,7%
4.	Apakah anda tertarik membeli produk <i>fashion</i> pada saat diskon meskipun tidak terlalu membutuhkannya ?	54,8%	45,2%
5.	Apakah anda membeli produk <i>fashion</i> yang sama namun merek yang berbeda ?	69%	31%
6.	Apakah produk <i>fashion</i> yang dipakai oleh idola favorit anda membuat anda tertarik untuk membelinya ?	47,6%	52,4%
7.	Apakah anda membeli produk <i>fashion</i> karena kemasannya menarik dan juga lucu ?	69%	31%
8.	Apakah anda suka membeli produk <i>fashion</i> yang bermerek untuk menjaga penampilan anda ?	57,1%	42,9%
9.	Apakah ada dorongan dari teman dalam melakukan pembelian produk <i>fashion</i> ?	66,7%	33,3%
10.	Apakah anda merasa dengan membeli produk <i>fashion</i> yang bermerek demi menjaga gengsi di depan teman-teman	47,6%	52,4%

Sumber : Hasil kuesioner pra penelitian (2024)

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan, telah dicantumkan hasilnya pada tabel diatas bahwa sebanyak 76,2% setuju bahwa mereka membeli produk *fashion* tanpa direncanakan terlebih dahulu. 64,3% setuju bahwa kelompok dalam pertemanannya menjadi referensi dalam pembelian produk *fashion*. 54,8% setuju bahwa mereka tertarik membeli produk pada saat diskon meskipun tidak terlalu membutuhkan, artinya sebagian besar mahasiswa melakukan pemborosan dengan membeli barang meskipun barang tersebut tidak dibutuhkan. 69% setuju bahwa mereka membeli produk *fashion* yang sama

namun merek yang berbeda, artinya ada tanda-tanda perilaku konsumtif dimana sebagian besar mahasiswa melakukan pemborosan dengan membeli barang sejenis meskipun berbeda merek. 69% mereka membeli produk *fashion* karena kemasannya menarik dan juga lucu, artinya sebagian besar mahasiswa melakukan pembelian karena kemasannya menarik. 57,1% membeli produk *fashion* yang bermerek untuk menjaga penampilan. 66,7% melakukan pembelian produk *fashion* karena ada dorongan dari teman, sehingga dapat dikatakan adanya konformitas dari teman sebaya dalam melakukan pembelian produk *fashion*.

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa rata-rata uang saku sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 dan 2021 terbilang cukup tinggi dikarenakan belum memiliki penghasilan. Kemudian berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan sebagian besar menyatakan setuju, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2021 dan 2022 cenderung berperilaku konsumtif dalam pembelian produk *fashion*.

Perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan mahasiswa tentunya memiliki dampak negatif. Dimana, konsumsi bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi berdasarkan gaya hidup yang mengacu pada teman sebaya, mengikuti *trend* saat ini, serta adanya gengsi. Selain itu juga literasi ekonomi penting bagi mahasiswa untuk meminimalisir terjadinya perilaku konsumtif, literasi ekonomi merupakan implementasi dari proses pembelajaran yang merupakan suatu pilihan yang bisa digunakan oleh mahasiswa untuk menjadi konsumen yang rasional serta melalui pemahaman terhadap ilmu ekonomi bagaimana menentukan pilihan dan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu termasuk dalam membuat pemilihan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Konforitas Teman Sebaya dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Produk *Fashion* (Studi Survey pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Tahun 2022)”**.

1.2. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada produk *fashion* mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan tahun 2022?
2. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada produk *fashion* mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan tahun 2022?
3. Bagaimana pengaruh konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada produk *fashion* mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan tahun 2022?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada produk *fashion* mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan tahun 2022.
2. Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada produk *fashion* mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan tahun 2022.
3. Pengaruh konformitas teman sebaya dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada produk *fashion* mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2022.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan mempunyai manfaat penelitian 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 akademik

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

2. 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 perilaku konsumtif.