

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Mahasiswa, khususnya yang sedang menempuh pendidikan di bidang ekonomi, berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial. Dalam konteks ini, pendapatan yang mereka miliki baik dari orang tua, beasiswa, maupun pekerjaan paruh waktu dan lingkungan sosial dapat memengaruhi keputusan konsumsi mereka. Selain itu, gaya hidup yang cenderung mengikuti tren serta sifat impulsif dalam berbelanja turut menjadi faktor yang memicu perilaku konsumtif.

Teori pendapatan relatif yang dikemukakan oleh James Duesenberry dalam *Income, Saving, and the Theory of Consumer Behavior* menjelaskan bahwa tingkat konsumsi seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatan absolut, tetapi juga oleh pendapatan relatif, yaitu bagaimana pendapatan tersebut dibandingkan dengan pendapatan orang lain di lingkungannya. Dengan kata lain, perilaku konsumsi dipengaruhi oleh perbandingan sosial. Individu dengan pendapatan tertentu dapat merasa cukup bila lingkungannya memiliki pendapatan yang lebih rendah, tetapi dapat merasa kurang bila lingkungannya memiliki pendapatan yang lebih tinggi (Duesenberry 1948)

Duesenberry menekankan dua konsep penting dalam teori pendapatan relatif, yaitu *demonstration effect* dan *ratchet effect*. *Demonstration effect* menggambarkan kecenderungan individu untuk meniru pola konsumsi orang lain yang status sosial-ekonominya lebih tinggi, sehingga konsumsi sering kali tidak lagi didorong oleh kebutuhan riil, melainkan oleh keinginan menjaga gengsi sosial.

Sementara itu, *ratchet effect* menunjukkan bahwa ketika pendapatan naik, konsumsi cenderung meningkat, tetapi ketika pendapatan menurun, konsumsi tidak mudah kembali ke tingkat sebelumnya karena standar hidup yang sudah terbentuk sulit diturunkan.

Sikap konsumtif di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang sangat erat kaitannya dengan tekanan gaya hidup dan tuntutan status sosial, terutama ditengah kemudahan belanja online dan masifnya pengaruh sosial media. Mahasiswa seringkali terdorong untuk membeli barang-barang bermerek atau mengikuti tren terbaru yang sebenarnya melebihi batas kebutuhan dan kemampuan finansial mereka. Ketergantungan pada pemenuhan keinginan berakibat fatal pada pengelolaan uang saku atau pendapatan yang terbatas, menyebabkan pemborosan, kesulitan menabung, bahkan tak jarang memicu utang. Sikap konsumtif ini pada akhirnya merusak literasi keuangan pribadi, membuat mahasiswa kesulitan memprioritaskan anggaran untuk kebutuhan akademik atau investasi masa depan.

Menurut Widiatmika (2015), perubahan gaya hidup masyarakat modern tidak terlepas dari peningkatan daya beli yang disebabkan oleh bertambahnya pendapatan. Pendapatan, dalam konteks ekonomi mikro, merupakan salah satu determinan utama dalam menentukan tingkat konsumsi seseorang. Perilaku konsumsi yang berlebihan atau dikenal dengan sikap konsumtif menjadi gejala sosial yang semakin terlihat di berbagai kalangan, khususnya pada mahasiswa.

Menurut Fitriarningsih (2025), peningkatan pendapatan seseorang akan meningkatkan kemampuannya untuk memenuhi tidak hanya kebutuhan dasar, tetapi juga keinginan-keinginan tambahan yang bersifat simbolik atau status sosial.

Hal ini menciptakan ruang yang luas bagi munculnya perilaku konsumtif, terutama di tengah arus globalisasi dan digitalisasi yang menyediakan akses mudah terhadap barang dan jasa konsumsi.

Namun demikian, tidak sedikit pula masyarakat berpendapatan rendah yang menunjukkan sikap konsumtif, meskipun keterbatasan finansial membuat mereka lebih rentan terhadap tekanan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa sikap konsumtif tidak hanya didorong oleh kemampuan finansial semata, tetapi juga oleh nilai-nilai sosial dan budaya konsumsi yang mengakar dalam kehidupan sehari-hari (Ali and Asyik 2023).

Gaya hidup mahasiswa, terutama yang cenderung dipengaruhi oleh hedonisme dan tuntutan sosial, memainkan peran sentral dalam memicu sikap konsumtif. Ditengah era digital dan kemudahan akses media sosial, banyak mahasiswa merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dengan standar gaya hidup tertentu demi pengakuan dari kelompok sebaya.

Dalam konteks gaya hidup, teori pendapatan relatif menjelaskan bahwa individu berusaha menyesuaikan diri dengan norma konsumsi lingkungannya agar tidak dianggap berbeda atau tertinggal. Hal ini dapat memengaruhi terbentuknya gaya hidup hedonis atau konsumtif, di mana pengeluaran lebih diarahkan pada kebutuhan simbolis seperti fashion, hiburan, dan gaya hidup modern daripada kebutuhan primer. Dengan demikian, pendapatan relatif memiliki pengaruh penting dalam membentuk pola konsumsi dan gaya hidup seseorang.

Pendapatan mahasiswa baik yang berasal dari uang saku orang tua, beasiswa, maupun pekerjaan sampingan merupakan faktor utama dalam

membentuk pilihan gaya hidup. Menurut Meiriza et.al.. (2024) dalam studi mengenai pengaruh pendapatan perbulan mahasiswa fakultas ekonomi Unimed terhadap sikap konsumtif mengungkapkan bahwa semakin tinggi pendapatan bulanan mahasiswa, semakin kuat pula kecenderungan mereka memiliki perilaku konsumtif yang tercermin dalam pengeluaran untuk gaya hidup.

Mahasiswa berada pada fase transisi yang rentan terhadap perubahan gaya hidup, terutama di era media sosial dan *e-commerce*. Asih et.al., (2025) dalam studi mengenai pergeseran gaya hidup Mahasiswa Universitas Negeri Semarang mengatakan bahwa paparan media sosial dan perubahan tempat tinggal memicu pergeseran gaya hidup konsumtif, sementara literasi keuangan yang rendah menyulitkan pengelolaan keuangan yang sehat

Gaya hidup bukan hanya sebagai output tetapi juga sebagai variabel moderasi antara pendapatan dan perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan pendapatan memadai namun gaya hidup sederhana dan literasi keuangan tinggi cenderung menunjukkan perilaku konsumtif rendah. Sebaliknya, pendapatan tinggi yang dipadukan gaya hidup berlebih menghasilkan perilaku konsumtif lebih tinggi (Nur Faizah, Widjajanti, and Indarto 2024)

Mahasiswa merupakan kelompok usia yang rawan terhadap perilaku *impulsive buying* yaitu pembelian tidak terencana yang dipicu oleh dorongan emosional atau stimulus eksternal seperti promosi dan kemudahan pembayaran. Pendapatan mahasiswa, baik berupa uang saku dari orang tua, hasil kerja sampingan, atau beasiswa, menjadi salah satu faktor penentu utama dalam potensi *impulsive buying*.

Lebih jauh, pendapatan relatif juga dapat mendorong munculnya *impulsive buying*. Perbandingan sosial membuat individu terdorong untuk membeli barang-barang tertentu demi memperoleh pengakuan sosial atau menjaga citra diri, meskipun pembelian tersebut tidak direncanakan. Hal ini sejalan dengan penelitian-penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa status sosial dan tekanan lingkungan dapat meningkatkan kecenderungan membeli secara impulsif.

Impulsive buying di kalangan mahasiswa merupakan manifestasi konkret dari sikap konsumtif yang terjadi ketika mereka melakukan pembelian secara mendadak dan tanpa perencanaan matang, seringkali dipicu oleh faktor emosional, promo atau desakan tren sesaat yang dilihat di media sosial. Tindakan *impulsive* ini secara langsung dan signifikan mengerus pendapatan mahasiswa karena menyebabkan pengeluaran yang melebihi alokasi anggaran, membuat anggaran kebutuhan esensial terganggu, dan menghalangi terbentuknya kebiasaan menabung. Dalam studi oleh Lisnawati et.al., (2025) tentang pengaruh uang saku mahasiswa terhadap perilaku pembelian impulsif merchandise K-Pop, ditemukan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Penelitian sebelumnya juga disampaikan oleh Oktaviani et.al., (2025) menunjukkan bahwa pendapatan memengaruhi perilaku pembelian impulsif.

Pendapatan mahasiswa didefinisikan sebagai total dana yang diterima untuk membiayai kebutuhan hidup dan akademik selama masa studi, yang sumber utamanya berasal dari uang saku/kiriman orang tua atau beasiswa. Namun, untuk memenuhi tuntutan gaya hidup, kebutuhan diluar anggaran atau dorongan untuk mandiri banyak mahasiswa secara aktif mencari pendapatan tambahan melalui

pekerjaan *part-time* yang fleksibel, aktivitas *freelance*, atau menjalankan bisnis online kecil-kecilan. Sayangnya, baik pendapatan utama atau tambahan ini rentan terhadap perilaku konsumtif, gaya hidup, dan *impulsive buying* yang seringkali mengakibatkan pengeluaran tak terkendali, menghambat kebiasaan menabung, dan berpotensi menjerumuskan mahasiswa kedalam jerat utang konsumtif (Fook and McNeill 2020).

Selain pendapatan, lingkungan sosial juga memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Pergaulan dengan teman sebaya, pengaruh media sosial, serta dorongan untuk mengikuti tren atau gaya hidup tertentu sering kali menjadi faktor pendorong munculnya perilaku konsumtif. Mahasiswa yang berada dalam lingkungan sosial dengan tingkat konsumsi tinggi cenderung meniru perilaku tersebut agar dapat diterima dalam kelompoknya. Lingkungan sosial yang kompetitif dan berorientasi pada penampilan turut memperkuat sikap konsumtif yang akhirnya berdampak pada kebiasaan gaya hidup konsumtif dan pembelian secara impulsif.

Namun, masih terbatas penelitian yang mengaitkan faktor-faktor tersebut dengan pendapatan dan lingkungan sosial. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis pengaruh pendapatan dan lingkungan sosial terhadap sikap konsumtif, gaya hidup, dan *impulsive buying* mahasiswa khususnya pada mahasiswa Universitas Siliwangi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka masalah pokok yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana pendapatan dan lingkungan sosial baik secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh terhadap sikap konsumtif?
2. Bagaimana pendapatan dan lingkungan sosial baik secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh terhadap gaya hidup?
3. Bagaimana pendapatan dan lingkungan sosial baik secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh terhadap *impulsive buying*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan lingkungan sosial terhadap sikap konsumtif
2. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan lingkungan sosial terhadap gaya hidup
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan lingkungan sosial terhadap *impulsive buying*

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan untuk penelitian adalah:

1. Manfaat teoritis

Menambah literatur mengenai hubungan antara pendapatan dan lingkungan sosial dengan perilaku konsumtif, gaya hidup, dan *impulsive buying*. Memberikan kontribusi pada kajian ilmu ekonomi perilaku konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa.

2. Manfaat praktis

a. Bagi mahasiswa

Menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam mengelola pendapatan agar tidak terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan

b. Bagi universitas

Memberikan rekomendasi bagi pihak fakultas untuk menyediakan edukasi finansial yang lebih spesifik bagi mahasiswa dalam menghadapi tantangan gaya hidup modern

c. Bagi penulis atau peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi awal bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai perilaku konsumtif, gaya hidup, dan *impulsive buying* mahasiswa. Memberikan gambaran tentang bagaimana aspek mikroekonomi (pendapatan) dapat dianalisis dalam konteks perkembangan ekonomi digital, khususnya dari sisi ekonomi pembangunan manusia.

1.5 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dijadwalkan melalui penyebaran kuisisioner pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

