

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Setiap manusia melakukan interaksi dengan manusia lainnya untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang bisa disebut dengan kegiatan konsumtif. Konsumtif merupakan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup baik primer maupun sekunder. Konsumtif bertujuan untuk mencapai kepuasan atau kemakmuran yang setinggi-tingginya.

Konsumtif adalah penggunaan barang dan jasa yang ditujukan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup (Sukwiyati, 2006). Weber berpendapat bahwa konsumtif adalah selera yang menjadi mengikat kelompok untuk berkompetisi dalam bentuk penggunaan barang secara simbolik.

Kegiatan konsumtif dilakukan oleh setiap lapisan masyarakat, salah satunya adalah remaja. Remaja memiliki kemampuan konsumtif yang tinggi karena mereka cenderung menjadi *trend center* dalam kegiatan konsumtif, sehingga mereka memiliki kemampuan konsumtif yang irasional dan cenderung berperilaku konsumtif (Astuti, 2016).

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal

yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata (Wahyudi, 2013). Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang berbeda atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang memakai barang tersebut (Astuti, 2011). Beberapa hal yang mengindikasikan seseorang berperilaku konsumtif antara lain yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda dan membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya (Sumartono, 2002).

Perilaku konsumtif remaja bisa dilihat dari seberapa banyak mereka menggunakan pendapatan (uang saku) untuk memenuhi hasrat berbelanja mereka dan seberapa banyak yang mereka gunakan untuk kebutuhan yang benar-benar harus dipenuhi. Kelompok konsumen remaja khususnya perempuan biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, terpengaruh ajakan teman, cenderung boros dalam menggunakan uangnya serta bertindak kurang realistis. Remaja perempuan cenderung mempunyai jiwa yang labil dibanding remaja laki-laki serta merupakan

kelompok yang relatif lebih mudah dipengaruhi budaya konsumerisme (Lisma dan Haryono, 2016).

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian Astuti (2016) menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua dan *lifestyle* mempengaruhi perilaku konsumtif. Sementara penelitian Kanserina (2015) menyatakan bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan Purwati (2011) prestasi belajar mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian Bahjatussaniah, Nuraini dan Achmadi (2015) menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua dan teman sebaya mempengaruhi perilaku konsumtif.

Status sosial atau kedudukan sosial adalah tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestasinya dan hak-hak serta kewajiban-kewajibannya (Soekanto, 2012). Indikator dalam mengukur status sosial ekonomi antara lain yaitu tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan kekayaan atau kepemilikan (Soekanto, 2010).

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya, secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dilakukannya, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia perkirakan tentang dirinya sendiri dan dunia luar (Kotler, 2002).

Teman sebaya sebagai sebuah kelompok sosial sering didefinisikan sebagai semua orang yang memiliki kesamaan sosial atau yang memiliki

kesamaan ciri-ciri, seperti kesamaan tingkat usia (Hetherington dan Parke dalam Desmita, 2010). Kelompok teman sebaya merupakan kelompok remaja diaman untuk pertama kalinya remaja tersebut menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama dan bekerja sama, dalam jalinan yang kuat tersebut terbentuk norma, nilai-nilai dan simbol (Mappiare dalam Murisal, 2012).

Perilaku konsumtif mahasiswa juga dipengaruhi oleh prestasi belajarnya. Prestasi belajar adalah penguasaan pengetahuan atau keterampilan yang dikembangkan oleh mata pelajaran, lazimnya ditunjukkan dengan nilai tes atau angka nilai yang diberikan guru atau kemampuan yang sungguh-sungguh ada atau dapat diamati dan yang dapat diukur langsung dengan tes tertentu (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Literasi keuangan merupakan salah satu alat yang berguna untuk merubah perilaku dari yang tidak cerdas untuk merubah perilaku menjadi cerdas (Sina, 2012). Contohnya seperti menggunakan pendapatan untuk menabung dan memenuhi kebutuhan, literasi ekonomi akan meminimalkan perilaku konsumtif dalam berkonsumtif. Literasi keuangan merupakan tolok ukur seberapa jauh seseorang menyadari tentang adanya kekuatan yang sangat berpengaruh terhadap kualitas hidup masyarakat. Salah satu cara untuk memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi adalah dengan belajar tentang ekonomi (Aisyah, 2014).

Kecerdasan spiritual merupakan kemampuan manusia untuk padat mengenal dan memahami sepenuhnya sebagai makhluk spiritual maupun bagian dari alam semesta. Kecerdasan spiritual berarti kita memahami sepenuhnya dan

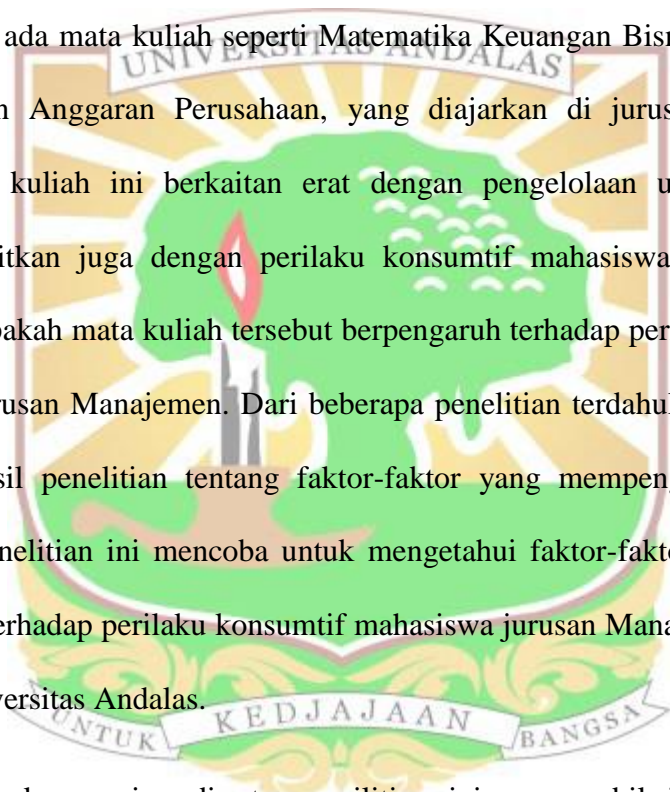
hakikat kehidupan yang dituju. Kecerdasan spiritual sebagai pemikiran yang terilhami, sebagai cahaya, ciuman kehidupan yang membangunkan tidur indah orang dari segala usia, di segala situasi. Kecerdasan spiritual adalah pemikiran yang terilhami oleh dorongan dan efektivitas, keberadaan atau hidup keilahan sehingga dapat mempersatukan bagian-bagian yang berserakan. Kecerdasan spiritual merupakan kemampuan menghidupkan kebenaran yang paling dalam.

Mahasiswa yang merupakan peralihan individu dari fase remaja, tentunya tidak terlepas dari karakteristik individu yang mudah terbujuk oleh hal-hal yang menyenangkan dan suka ikut-ikutan teman, menjadi pelaku utama dari gaya hidup konsumtif. Tidak jarang dari mahasiswa yang mengatakan bahwa pola hidup konsumtif sudah melekat dalam kehidupan sehari-harinya. Mahasiswa melakukan hal tersebut demi menjaga penampilan mereka sehingga dapat menjadi percaya diri (Taufik, 2006).

Mahasiswa dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar, mengalami pematangan dalam berfikir, berpenampilan menarik, rapi dan sopan santun. Pendangan inilah yang akhirnya membuat mahasiswa untuk mengkondisikan diri selalu tampil menarik, elegan dan rapi (Purnomo, 2011). Hal ini sering diartikan oleh mahasiswa bahwa untuk tampil menarik harus memakai pakaian yang baru dan bermerek, membeli produk untuk menjaga gengsi, membeli barang-barang mahal agar terlihat tampil menarik, membeli produk agar dipandang hebat dan membeli barang mahal agar terlihat lebih hebat. Hal inilah yang akhirnya membuat mahasiswa memiliki sifat konsumtif yang tinggi untuk memenuhi tuntutan gaya hidupnya. Mahasiswa akan lebih percaya diri terhadap

penampilannya ketika mahasiswa sudah tampil layak sesuai dengan standar penampilan yang telah dibuatnya (Rujtee, 2009).

Penulis memilih meneliti mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas karena penulis merupakan mahasiswa jurusan Manajemen, ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumtif dari teman-teman jurusan Manajemen lainnya. Alasan lain memilih mahasiswa jurusan Manajemen adalah karena ada mata kuliah seperti Matematika Keuangan Bisnis, Manajemen Keuangan dan Anggaran Perusahaan, yang diajarkan di jurusan manajemen dimana mata kuliah ini berkaitan erat dengan pengelolaan uang yang bisa nantinya dikaitkan juga dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Penulis ingin mengetahui apakah mata kuliah tersebut berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen. Dari beberapa penelitian terdahulu masih terjadi perbedaan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.



Berdasarkan uraian di atas penelitian ini mengambil judul “Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas?
2. Bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
2. Mengetahui pengaruh faktor-faktor perilaku konsumtif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Praktisi

Bagi pihak pengelola penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan masukan dalam menganalisis perilaku konsumtif pada mahasiswa.

2. Akademis

Bagi pihak akademis penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu kajian dimasa mendatang terkait perilaku konsumtif pada mahasiswa.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berisi penjelasan tentang isi yang terkandung dari masing-masing bab secara singkat dari keseluruhan skripsi ini. Skripsi ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, dan manfaat diadakannya penelitian, serta sistematika penulisan yang berupa uraian singkat mengenai bab yang terdapat dalam skripsi.

BAB II Tinjauan Literatur

Bab ini berisikan uraian tinjauan literatur yang mencakup teori dan konsep mengenai pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi, gaya hidup (*lifestyle*), kecerdasan spiritual, peran teman sebaya, prestasi belajar dan perilaku konsumtif. Selain itu, bab ini akan berisi hipotesis awal penelitian yang dikembangkan berdasarkan literatur.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahas konsep dan metode yang diterapkan dalam desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB VI Analisis Pembahasan

Bab ini membuat analisis dan pembahasan hasil penelitian, yang dilakukan dengan membandingkan data yang terkumpul dengan landasan teori.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh pembahasan mengenai topik penulisan yang dapat ditarik, keterbatasan yang dijumpai dalam penelitian, serta memuat saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan oleh para pengguna di masa mendatang.

