

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

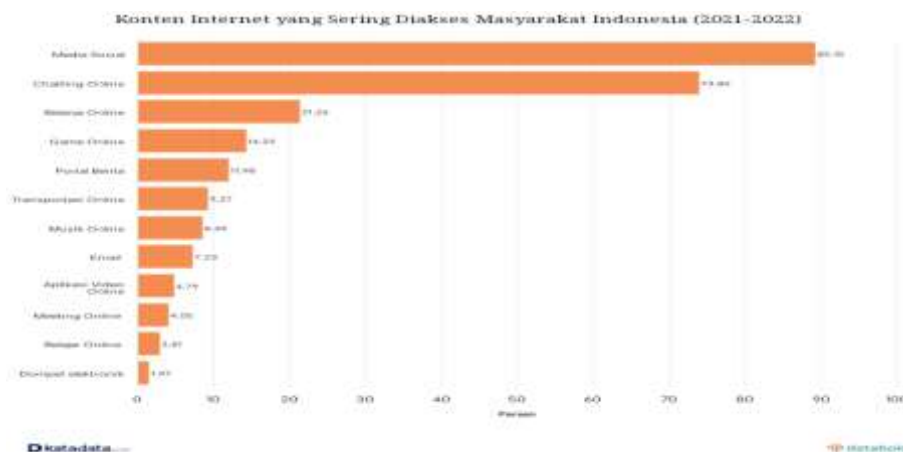
Manusia sebagai makhluk yang memiliki kecenderungan dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam mewujudkan hal tersebut manusia perlu melakukan kegiatan konsumsi. Seiring perjalanan waktu kegiatan konsumsi semakin berkembang. Kegiatan konsumsi yang untuk memenuhi kebutuhan pokok dengan barter terus berkembang menjadi pusat belanja dalam kebutuhan ekonomi, perkembangan tersebut melibatkan teknologi ekonomi yang membuat perubahan dalam pola konsumsi masyarakat. Perkembangan teknologi internet membuat teknologi – teknologi informasi semakin berkembang. Internet merupakan hasil dari teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat dan sering digunakan oleh banyak orang di belahan dunia. Salah satu keuntungan yang diberikan internet adalah untuk melakukan transaksi atau disebut dengan *e-commerce*.

Belanja merupakan aktivitas yang sering dilakukan oleh masyarakat pada saat ini. Salah satu alternatif belanja dengan gaya hidup masa kini adalah belanja *online*. Belanja online merupakan suatu bentuk perdagangan elektronik yang digunakan pada saat transaksi. Jual beli *online* atau biasa disebut dengan *online shopping* adalah proses dimana konsumen membeli barang maupun jasa secara langsung, tanpa adanya pertemuan di suatu tempat, hanya melalui internet. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan

dari online shopping diantaranya lebih mengemat waktu serta barang yang ditawarkan di internet berbagai macam.

Dengan adanya *onlineshop* seperti shoppe, tokopedia yang dapat memudahkan mahasiswa dalam mendapatkan barang juga dengan banyaknya tren diskon shoppe sebelas sebelas, promo *cashback* serta tik tok shop dengan harga murah sehingga mahasiswa sering melakukan pembelian secara online dengan membeli barang – barang yang kurang diperlukan sehingga dapat melakukan pemborosan. Dengan semakin majunya perkembangan internet yang menjamurnya situs *onlineshop*, perilaku belanja pun sangat lekat dimasyarakat khususnya mahasiswa yang merupakan kalangan “melek” teknologi dan sangat dekat dengan internet sehingga fenomena *onlineshop* sangat dekat dengan mereka. Pola konsumsi mahasiswa terutama kaum wanita khususnya konsumsi produk fashion mengalami peningkatan. Mahasiswa tertarik untuk mengkonsumsi produk fashion karena mengikuti tren saat ini. Pola konsumsi yang tinggi menimbulkan perilaku konsumtif.

Gambar 1.1
Grafik Konten Internet yang Sering dikunjungi
pada tahun 2021 – 2022



Berdasarkan konten komersial yang paling sering dikunjungi pengguna internet paling sering merupakan web media sosial sebesar 89,15% yang mana , kedua *chatting online* sebesar 73,86%, dan selanjutnya Belanja *online* sebesar 21,26% selebihnya ada 14,23% bisnis personal dan lainnya. Hal ini merupakan angka yang cukup tinggi bahwa media sosial serta *onlineshop* sangat diminati masyarakat.¹ Dengan adanya media sosial dan *onlineshop* semua orang bisa dengan mudah memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa harus keluar rumah. Dengan inilah yang memicu masyarakat senang melakukan belanja *online* dan menjadi lebih konsumtif karena begitu banyaknya media *onlineshop* yang menawarkan barang dan jasa yang menarik dengan harga kualitas yang bervariasi.

Teori perilaku konsumen dalam penelitian ini mengaplikasikan bahwa mahasiswa dalam memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa harus berdasarkan kebutuhannya bukan pada keinginannya. Hal ini diterapkan mencegah mahasiswa berperilaku konsumtif. Banyak teori yang awal mengenai perilaku konsumtif didasarkan pada teori ekonomi, dengan pendapat bahwa individu bertindak secara rasional untuk memaksimalkan keuntungan (kepuasan) mereka dalam membeli barang dan jasa.

¹ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia> diakses pada 20 November 2022

Kotler dan Gary Armstrong menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah bidang ilmu yang mempelajari bagaimana cara individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan barang, jasa, ide atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat. Kotler dan Keller mengatakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya yang terdiri dari budaya (*Culture*) dan sub-budaya (*sub-culture*), faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status, faktor pribadi terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta gaya hidup dan faktor psikologi terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, sikap, keyakinan dan pengolahan informasi yang terdiri dari lima tahap pengolahan.

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard seperti pemaparan, perhatian, pemahaman, penerimaan dan retensi. Pembelajaran yang digunakan penguatan untuk mendorong pembelian ulang dan penciptaan loyalitas terhadap merek. Serta perubahan sikap dan perilaku.². Keempat faktor tersebut merupakan faktor - faktor yang mempengaruhi konsumen dalam perilaku membeli atau dalam melakukan keputusan pembelian, tetapi sub faktor yang mempunyai peran penting dalam perilaku konsumen yaitu sub faktor sosial yaitu dari lingkungan yakni kelompok teman sebaya, sub

² Jefri Putri Mugraha, M.Sc., dkk, *Teori Perilaku Konsumen*, (Pekalongan : 2021) hlm. 6-10

faktor pribadi pengendalian diri, sub faktor psikologis dari literasi keuangan dan sub faktor budaya.³

Teman sebaya merupakan kelompok anak – anak dengan tingkat kedewasaan yang sama dengan menerapkan prinsip – prinsip hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok. Remaja sering dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya di dalam pergaulan. Dapat disimpulkan bahwa untuk menghindari penolakan teman sebaya di dalam pergaulan, maka remaja akan cenderung mengikuti hal – hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di dalam kelompok sebaya. Salah satunya dengan mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebaya.⁴ Menurut Kotler bahwa faktor sosial yang merupakan kelompok teman sebaya secara tidak langsung mempengaruhi seseorang dalam keputusan pembelian.⁵

Literasi keuangan menurut Program International for Student Assesment adalah pengetahuan dan pemahaman terhadap konsep keuangan dan resiko, keahlian, motivasi, dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman untuk membuat keputusan atas berbagai aspek keuangan, untuk memperbaiki kesejahteraan finansial seseorang atau kelompok dan untuk ikut serta dalam kegiatan ekonomi. Literasi keuangan

³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip – prinsip Pemasaran edisi 12*, (Jakarta : Erlangga, 2008.) hlm. 59

⁴ Hidayatun. U, Pengaruh Intensitas Penggunaan media Sosial dan Dukungan dengan Temna Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015” *E-Jurnal Bimbingan dan Konseling* Edisi 10 tahun 2015.

⁵ Kotler, Philip. (2000), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga. Hlm.186

akan membantu individu menjadi konsumen yang lebih baik, kritis melihat kualitas, harga dan pelayanan dari suatu produk.⁶

Pengendalian diri dalam hal pengelolaan keuangan merupakan sebuah aktivitas yang mendorong seseorang untuk melakukan penghematan dengan menurunkan pembelian *impulsive*. Pengelolaan keuangan pribadi juga menuntut adanya pola hidup yang memiliki prioritas. Kedisiplinan yang merupakan kesadaran diri untuk mematuhi aturan serta kemampuan diri untuk menyesuaikan diri sendiri dengan perubahan, maka secara eksplisit telah menyentuh kontrol diri (*self control*).⁷

Secara teoritis budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar.⁸ Berdasarkan antropological theory, budaya menjelaskan memandang bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Pada konteks yang lebih luas lingkungan sosial yang mempengaruhi perilaku seseorang didalamnya termasuk kebudayaan, subkultur, dan kelas sosial. Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen.⁹

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung merupakan bagian dari remaja yang dianggap telah mengikuti perkembangan zaman dan juga

⁶ Ibid

⁷ Putra, A., Handayani, S., & Pambudi, A. 2012. Perilaku Pengendalian Diri pada Perilaku Manajemen Personal Berdasarkan Pada Teori Planned Behavior Menggunakan Pendekatan Partial Least Square. *Jurnal Ekonomi* vo. 3 no.4. hal 113

⁸ Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan belas, Jilid 2, Indeks : Jakarta. Hal 390.

⁹ Bilson. S, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2004)

dianggap telah memiliki pengetahuan dan wawasan yang memadai terkait ilmu ekonomi mengenai bagaimana mengelola uang, waktu, dan mengendalikan diri karena telah menerima mata kuliah berkaitan dengan manajemen dan keuangan. Dengan demikian, seharusnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung mampu bersikap positif dalam perilaku konsumsinya.

Berdasarkan Fenomena yang didukung dengan data perilaku konsumtif didapatkan oleh peneliti melalui wawancara, ada 20 mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung 9 diantaranya yang sering melakukan pembelian barang dikarenakan ingin beda dengan orang lain. 7 diantaranya sering membeli barang demi menjaga penampilan diri dan gengsi yang mana mereka memilih banyak pilihan untuk menyesuaikan dengan lingkungannya agar tidak terkesan norak.. Dan 4 diantaranya membeli barang tanpa mempertimbangkan harga. Oleh karena itu, kurangnya pengendalian diri pada mahasiswa hanya ikut-ikutan teman saja untuk menghindari gengsi dan lemahnya literasi keuangan mahasiswa untuk berpikir rasional dalam memanfaatkan penggunaan uang sakunya. Hal ini menunjukkan terjadinya kesenjangan antara harapan dan kenyataan atau phenomena gap.

Dimana berdasarkan teori “General Theory” dari John Maynard Keynes menyatakan bahwa manusia sudah pasti secara alamiah berdasarkan rata-rata, untuk meningkatkan konsumsi ketika pendapatan mereka naik, tetapi tidak se-banyak kenaikan pendapatan mereka. “Artinya ketika orang-

orang menerima dolar ekstra (uang) ia biasanya digunakan mengkonsumsi sebagian dan menabung se-bagian” (Mankiw, 2007). Namun kenyataan yang terjadi, mahasiswa lebih banyak menghabiskan atau membelanjakan uang untuk hal-hal yang bersifat pemuas keinginan seperti shopping, main game dan jalan-jalan dari pada untuk menabung. Berdasarkan phenomena gap ini, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung pada angkatan tahun 2022.

Penelitian yang membahas tentang perilaku konsumtif dipengaruhi oleh teman sebaya, literasi keuangan, pengendalian diri sudah banyak dilakukan namun masih sedikit penelitian yang menggunakan tambahan variabel budaya sebagai variabel tambahannya. Hasil yang didapatkan pada beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya hasil penelitian yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Pascaria bahwa teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.¹⁰ Sejalan dengan penelitian tersebut penelitian Remond, bahwa teman sebaya berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, semakin intens interaksi kelompok teman sebaya mahasiswa maka akan semakin efektif dan efisien juga perilaku konsumtif mahasiswa.¹¹

¹⁰ Pascaria Estrella Glorintani, 2021, Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sanata Dharma, (Skripsi)

¹¹ Remond Joey Paywala, Sunaryanto, Sugeng Hadi Utomo, literasi ekonomi, Rasionalitas Ekonomi, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol 4 Nomor 1, Januari 2022

Pentingnya penelitian ini dilakukan alasan pertama yakni, untuk menjawab seberapa besar pengaruh teman sebaya, literasi keuangan, pengendalian diri, dan budaya terhadap perilaku mahasiswa. Untuk mengetahui seberapa besar mahasiswa dalam berperilaku konsumtif dan mengatur keuangan ditengah banyaknya godaan belanja *online* yang dilakukan para mahasiswa. Alasan yang kedua merupakan lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang mana merupakan mahasiswa angkatan 2022 yang masih belum bisa konsisten dalam mengendalikan dirinya.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti sebuah penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kelompok teman sebaya, pengendalian diri, literasi keuangan dan budaya Terhadap Perilaku Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa**”. Dengan alasan penelitian mengenai analisis pengaruh belanja terhadap perilaku hidup konsumtif belum diteliti oleh peneliti lain. Tidak hanya itu, alasannya kedua mengenai rendahnya kontrol mahasiswa dalam belanja barang dan mengendalikan keuangan dalam memenuhi kebutuhannya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dapat diidentifikasi adanya beberapa permasalahan diantaranya : dengan adanya fenomena belanja *online* yang banyak melibatkan berbagai *e-commerce*, berbagai macam barang dan promo menarik sehingga berdampak pada perilaku konsumtif.

Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif itu sendiri dalam pembelian *online* maka diperlukan penggalan terhadap berbagai komponen baik disadari maupun tidak disadari. Komponen yang dimaksud adalah sangat luas yakni dapat diartikan sebagai faktor – faktor yang mempengaruhi tercapainya tujuan awal, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.
2. Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.
3. Pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif.
4. Pengaruh budaya terhadap perilaku konsumtif.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diketahui bahwa rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif ?
2. Apakah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif?
3. Apakah pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif ?
4. Apakah pengaruh budaya terhadap perilaku konsumtif?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.
2. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.
3. Untuk menguji pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif.

4. Untuk menguji pengaruh budaya terhadap perilaku konsumtif.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mengenai perilaku konsumtif dalam belanja *online* maupun dalam kehidupan sehari – hari.
 - b. Sebagai sumber informasi bagi pihak – pihak yang nantinya akan melakukan penelitian serupa.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, penelitian ini bisa menambah koleksi bacaan yang dapat digunakan sebagai sumber dalam meningkatkan dan menambah wawasan mahasiswa.
 - b. Bagi peneliti, dapat memberikan informasi maupun menambah wawasan yang berkaitan dengan teman sebaya, literasi keuangan, pengendalian diri, budaya, serta pengaruhnya perilaku konsumtif.
 - c. Bagi lembaga terkait penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai perilaku konsumtif khususnya dalam belanja *online* beserta permasalahannya serta dapat

dijadikan sebagai kritikan/masukan dalam penyusunan kebijakan – kebijakan selanjutnya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya faktor budaya yang terdiri dari budaya (*Culture*) dan sub-budaya (*sub-culture*), faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status, faktor pribadi terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta gaya hidup dan faktor psikologi terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, sikap, keyakinan dan pengolahan informasi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2022.

2. Keterbatasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terfokus maka penulis memandang permasalahan yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Maka dari itu, peneliti membatasi hanya berkaitan dengan teman sebaya, literasi keuangan, pengendalian diri, budaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

G. Penegasan Istilah

Penelitian dalam membuat karya ilmiah ini perlu menghindari adanya kekeliruan atau kesalahan dalam memahami judul yang telah diangkat sehingga untuk menjaga hal tersebut penulis menjelaskan pengertiannya sebagai berikut :

1. Definisi Konseptual

a. Teman sebaya

Teman sebaya adalah kelompok anak dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan prinsip hidup bersama-sama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok. Jika pengaruh teman sebaya kuat, maka akan semakin besar pula perilaku konsumtif pada konsumen.¹²

b. Literasi keuangan

Literasi keuangan adalah tingkat pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan, dari pendapatan sampai pengeluaran.¹³

c. Pengendalian diri

Pengendalian diri atau biasa disebut dengan kontrol diri merupakan sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respons

¹² Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 JILID 1 & 2 Jakarta : PT. Indeks Kelompok Grsmmedia.

¹³ Okky Dikria dan Sri Utami Minarti W, Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Oktober 2016 : 128-139

yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan.¹⁴

d. Budaya

Budaya adalah penentu dasar keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar.¹⁵

e. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seseorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan.¹⁶

2. Definisi Operasional

Jadi maksud dari judul proposal penelitian ini “Pengaruh Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Budaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa” yaitu penelitian yang mengkaji pengaruh perilaku konsumtif yang terdiri dari beberapa variabel yakni teman sebaya, literasi keuangan, pengendalian diri, dan budaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

¹⁴ *Ibid*, hlm.9

¹⁵ Kotler dan Armstrong 2001, *Prinsip – prinsip Pemasaran edisi Kedelapan*, Jakarta : Erlangga, hlm. 189

¹⁶ Usman Effendi 2006., *Psikologi Ekonomi* h.16-17

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika skripsi sangatlah dibutuhkan untuk membuat penelitian ini agar pembaca dapat mudah memahami pola penelitian. Penelitian ini akan dibagi menjadi 3 bagian yakni bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Bagian awal berisi halaman sampul penelitian depan, sampul penelitian dalam, persetujuan pembimbing, pengesahan penguji, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama merupakan bagian penting dari penelitian yang akan dilakukan. Bagian utama berisi enam bab tersebut terbagi dalam subbab. Bab I, Pendahuluan merupakan bab yang menjelaskan terkait penelitian ini.

Bab pendahuluan berisi sub bab latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, dan batasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II, Landasan Teori yang menjelaskan deskripsi teori meliputi teman sebaya, literasi keuangan, pengendalian diri, budaya dan perilaku konsumtif, penelitian terdahulu, Kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

Bab III, Metode Penelitian berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel, skala pengukurannya, teknik pengumpulan data, dan instrumen penelitian.

Bab VI, Hasil Penelitian ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis data dan pengujian hipotesis serta temuan dalam penelitian.

Bab V, Pembahasan ini menjelaskan bagian terkait hasil dari pembahasan tersebut. Bab ini juga memberikan saran bagi tempat penelitian ataupun penelitian selanjutnya.

Bagian akhir ini berisi tentang uraian tentang skripsi yaitu : daftar pustaka, lampiran – lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.