

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia merupakan makhluk ekonomi yang selalu berupaya untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan yang ada dalam hidupnya untuk mencapai kepuasan. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan adalah dengan melakukan kegiatan konsumsi. Konsumsi adalah kegiatan seseorang dalam menghabiskan atau memanfaatkan nilai guna suatu barang atau jasa. Kegiatan konsumsi dilakukan guna untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung (Salvatore, 2003, hlm.84).

Ekonomi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Rohmana & Ahman (2015, hlm. 3) mengemukakan bahwa kebutuhan manusia bersifat tidak terbatas (*unlimited*) sedangkan barang pemuas kebutuhannya bersifat terbatas (*limited*) hal tersebut menuntut manusia untuk dapat membuat suatu keputusan yang rasional dengan segala pilihan yang tersedia. Keterbatasan tersebut menimbulkan adanya perilaku konsumen. Ketika dihadapkan dengan beragam pilihan dan ketersediaan pilihan tersebut sangat mudah didapatkan sehingga tidak jarang membuat manusia sulit mengontrol perilaku konsumsinya yang mengakibatkan manusia cenderung mengkonsumsi barang secara berlebihan atau melakukan konsumsi yang bersifat tidak rasional atau cenderung berperilaku konsumtif. Netti Budiwati (2014) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi terlihat dari pola konsumsi, yang dibedakan atas pola konsumsi yang wajar yaitu perilaku yang didasari oleh utilitas atau manfaat dari apa yang dikonsumsi, dan pola konsumsi yang tidak wajar yaitu perilaku yang bertujuan untuk pamer.

Fromm (1995, hlm.145) mengemukakan bahwa ketika pola konsumsi masyarakat telah bergeser dan cenderung mengonsumsi barang secara berlebihan maka masyarakat tidak lagi membuat keputusan secara rasional dan mengonsumsi barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya.

Menurut Triyaningsih (2011), perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan atas pertimbangan secara rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kebutuhan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

Terbentuknya perilaku konsumtif pada seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pada banyak kasus, perilaku konsumtif ini tidak berdasarkan pada kebutuhan, tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan. Adanya perubahan perilaku konsumen tidak lagi didasarkan untuk memenuhi kebutuhan tetapi atas dasar motivasi, sensai, tantangan, kegembiraan dan untuk menghilangkan stress. Misalnya, dengan mencari hiburan, melakukan pembelian di *mall*, *e-commerce*, *e-marketplace*, dan *online shop* dimana sekarang mudah ditemui sehingga memudahkan dan memfasilitasi masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli. Terkadang bagi yang yang belum bisa melakukan perencanaan keuangan dan kurang memahami konsep dasar ekonomi akan sulit untuk mengendalikan upaya dan lebih menggunakan emosi sehingga mengarah pada pembelian barang secara spontan atau berlebihan. Pembelian secara berlebihan seringkali terjadi pada produk-produk yang dirasa cukup menarik bagi konsumen, salah satunya adalah produk *fashion* yang terdiri dari pakaian, celana, sepatu, sandal, jam tangan, kerudung, topi dan tas yang berfungsi sebagai sarana meningkatkan *self image*.

Pergeseran perilaku konsumen tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, dan menghilangkan stress, misalnya dengan mencari hiburan, berbelanja di *mall* dan yang lainnya. Kini masyarakat sudah banyak yang mengenal *brand* terkenal dan mengunjungi *mall*. Selain itu, terdapat *e-commerce*, *e-marketplace*, dan *online shop* dimana akan memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual-beli. Terkadang bagi yang belum bisa melakukan perencanaan keuangan dan kurangnya pemahaman akan konsep ilmu ekonomi akan sulit mengontrol pengeluaran dan lebih

menggunakan emosi sehingga mengarah pada pembelian secara spontanitas dan berlebihan. Pembelian secara berlebihan seringkali terjadi pada produk-produk yang dirasa cukup menarik bagi konsumen, salah satunya adalah produk *fashion* yang terdiri dari pakaian, celana, sepatu, sandal, jam tangan, kerudung, topi dan tas yang berfungsi sebagai sarana meningkatkan *self image*.

**Tabel 1.1**

**Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan dan Non Makanan di Kota Bandung (rupiah) Tahun 2018 dan 2019**

Tahun	Makanan	Non Makanan	Jumlah Total
2018	764,646.00	769,858.83	1,943,774.00
2019	1,179,128.00	1,204,480.00	1,974,399.12

*Sumber : Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2020*

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa pola konsumsi masyarakat di Kota Bandung pada tahun 2018 dan 2019 cenderung lebih besar untuk pengeluaran non makanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat kota Bandung menggunakan pendapatannya lebih besar untuk keperluan non makanan seperti rekreasi dan berbelanja (kendaraan, *fashion*, perhiasan, perawatan, dll).

Masyarakat yang berprofesi sebagai guru merupakan salah satu lapisan masyarakat yang melakukan kegiatan konsumsi. Dilihat dari pengeluaran konsumsi yang dilakukan oleh guru, faktanya masih banyak guru yang melakukan pembelian barang secara *impulsive*. Mengamati dari penampilan atau *style* guru yang mengharuskan berpenampilan rapi untuk menjaga citra diri atau *self image* sehingga mengkonsumsi cenderung tidak rasional. Hal ini dapat dilihat dari hasil pra-penelitian yang dilakukan oleh penulis pada guru SMA Negeri di Kota Bandung sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**Data Pra-Penelitian Pada Guru SMA Negeri di Kota Bandung**

No.	Pertanyaan	Sering	Kadang	Tidak Pernah
-----	------------	--------	--------	--------------

1.	Melakukan perencanaan keuangan	67,6%	29,7%	2,7%
2.	Berbelanja tanpa perencanaan sebelumnya ( <i>impulsive buying</i> )	16,2%	81,1%	2,7%
3.	Tidak dapat mengendalikan diri saat ada diskon	5,4%	73%	21,6%
4.	Lebih mementingkan barang yang diinginkan daripada yang dibutuhkan	0%	64,9%	35,1%
5.	Membeli barang tanpa mempertimbangkan harga	0%	48,6%	51,4%
6.	Membeli barang-barang berdasarkan popularitas merk, bukan berdasarkan kegunaannya	2,7%	27%	70,3%
7.	Sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun media elektronik	5,4%	75,7%	18,9%

*Sumber : Angket pra penelitian, (data diolah)*

Berdasarkan data dari tabel 1.2, perilaku konsumsi guru SMA Negeri di Kota Bandung dari 37 responden dengan karakteristik yaitu; guru SMA berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, berstatus PNS dan non PNS yang mengajar di SMA Negeri Kota Bandung menunjukkan presentase sebanyak 67,6% guru sering melakukan

perencanaan keuangan tiap bulannya, 81,1% responden yang kadang berbelanja tanpa direncanakan sebelumnya (*impulsive buying*). Sebanyak 73% guru kadang tidak dapat mengontrol diri saat ada diskon, dan 75,7% guru kadang sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak dan elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa masih adanya kecenderungan perilaku yang kurang terencana atau cenderung ke arah yang kurang rasional. Apabila perilaku konsumsi pada kalangan guru yang kurang memperhatikan rencana anggaran dan melakukan pembelian secara impulsif maka ini berdampak pada sikap konsumtif terhadap produk-produk yang akan dibeli.

Hal ini merujuk pada teori *The Theory of the Leisure Class* dari Veblen yang menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan dorongan dan pola perilaku konsumsi masyarakat. Salah satu teori Veblen adalah teori tentang kecenderungan pola konsumsi yang disebut *conspicuous consumption* (pamer). Menurut Veblen yang diperhatikan masyarakat sekarang hanya uang, karena dengan uang (harta) akan mampu menaikkan status, harga diri atau gengsi seseorang dalam masyarakat. Perilaku konsumen menurut Veblen tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi tetapi juga oleh gejala-gejala sosial yang ada pada masyarakat. Dan juga merujuk pada teori Fromm (1995, hlm. 23) yang menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan sesungguhnya. Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang menurut Engel (1995) dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal seperti faktor budaya (berupa peran budaya, sub. budaya, kelas sosial) dan faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status). Faktor internal seperti faktor psikologis (motivasi, persepsi, konsep diri, kepribadian, pengalaman belajar, sikap dan keyakinan) dan faktor pribadi (usia, pekerjaan,

keadaan ekonomi, kepribadian, jenis kelamin). Dalam penelitian ini literasi ekonomi dan *self-control* merupakan faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Sikap konsumtif pada masyarakat disebabkan oleh rendahnya literasi ekonomi dan kontrol diri yang rendah. Indikasi dari rendahnya literasi ekonomi adalah kebiasaan belanja berlebihan dan melakukan *impulsive buying*. Menurut Peter Sina (2012, hlm.135) literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti kemampuan memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif masyarakat dalam berkonsumsi. Masyarakat yang memiliki pengetahuan bagaimana cara mengelola keuangan yang baik, mengetahui kualitas suatu barang, dan ketika sewaktu-waktu memiliki kebutuhan yang mendesak ia akan lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi. Untuk memiliki literasi ekonomi yang memadai, masyarakat perlu memahami ilmu ekonomi.

Ilmu ekonomi merupakan pedoman bagi masyarakat dalam menentukan barang dan jasa yang akan dibeli, dimana masyarakat dapat menetapkan skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi. Ilmu ekonomi ini akan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sejalan dengan pendapat Peter Sina (2012, hlm. 137) yang mengatakan bahwa literasi ekonomi sebagai kemampuan individu untuk mengenali dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan. Makna kemampuan (*ability*) mengindikasikan bahwa pemahaman literasi ekonomi dihasilkan melalui proses belajar yang berkesinambungan. Dan pentingnya literasi ekonomi menurut Robert F. Duvall, Presiden dan CEO Dewan Nasional Pendidikan Ekonomi "*Economic literacy is a vital skill, just as vital as reading literacy.*" (<https://minneapolisfed.org/>) artinya bahwa melek ekonomi adalah keterampilan penting, sama pentingnya dengan membaca.

Berdasarkan pemaparan di atas, diketahui bahwa literasi ekonomi itu penting untuk mengurangi perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Ai Nur & Syamsudin (2018) bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi tingkat literasi ekonomi maka akan semakin rasional perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Neti Budiwati (2014) yang membuktikan bahwa semakin bermakna pengalaman belajar maka akan semakin baik tingkat literasi ekonomi dan berdampak pada semakin rasional perilaku konsumen di kalangan guru SMA.

Selain harus memiliki literasi ekonomi yang memadai, masyarakat pun harus memiliki *self-control* yang tinggi, karena pada masa sekarang ini seiring dengan perkembangan teknologi maka semakin mudahnya transaksi jual-beli. Tak jarang membuat masyarakat rentan dengan berperilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Sultan, Joireman dan Sprott (2011) dalam (Regina & Lydia, 2015, hlm. 298) untuk menguji efek latihan *self-control* mendapatkan bahwa latihan dalam meningkatkan *self-control* mengurangi tindakan *impulsive buying* (kecenderungan membeli sesuatu secara spontan). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heni (2012) terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Peningkatan terhadap *self-control* maka akan disertai pula dengan penurunan perilaku konsumtif. Kemudian penelitian Siti Nurjanah dkk. (2019) hasilnya yaitu terdapat pengaruh negatif dan signifikan secara simultan (serentak) antara literasi ekonomi dan *self control* terhadap perilaku konsumtif.

Namun, berbeda dengan penelitian Lailina (2021) hasilnya menunjukkan literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Adapun menurut Neti Budiwati (2014), perilaku konsumen di kalangan guru yang terindikasi tidak rasional apabila dibiarkan akan mempengaruhi perilaku peserta didik dan orang lain. Sementara itu guru adalah pemimpin opini, sehingga harus memiliki keteladanan yang dapat ditiru dan diikuti oleh kebanyakan pihak lain yang memiliki posisi sentral dalam membentuk karakter atau kepribadian peserta didik.

Kemudian, perilaku konsumen guru berkaitan dengan pengalaman belajar secara formal yaitu dengan mempelajari ilmu ekonomi di bangku kuliah sehingga

menjadikan guru memiliki kemampuan yang baik dalam literasi ekonomi serta faktor *self-control* guru.

Berdasarkan berbagai pemaparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Literasi Ekonomi dan *Self-Control* Terhadap Perilaku Konsumtif (Survey Pada Guru Mata Pelajaran Ekonomi di Kota Bandung)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Maka yang akan menjadi kajian dalam penelitian ini adalah masalah perilaku konsumtif masyarakat ditinjau dari faktor literasi ekonomi dan *self-control* sebagai variabel independen dengan pembatasan masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum literasi ekonomi, *self-control* dan perilaku konsumtif?
2. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif?
3. Bagaimana pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif?
4. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran umum literasi ekonomi, *self-control* dan perilaku konsumtif.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.
3. Untuk mengetahui pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pendidikan ekonomi sehingga dapat memberikan sumbangan



dalam meningkatkan literasi ekonomi masyarakat sekaligus menjadi bahan acuan untuk peneliti selanjutnya.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi bagi berbagai pihak seperti pemerintah, lembaga pendidikan dan masyarakat umum sebagai pelaku ekonomi, sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini sangat bermanfaat dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya mengenai pengaruh literasi ekonomi dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif pada guru.
2. Dapat bermanfaat untuk menentukan kebijakan dan program pengembangan pendidikan dan latihan untuk meningkatkan literasi ekonomi masyarakat.
3. Dapat memperkuat proses pendidikan yaitu dalam mata pelajaran ekonomi melalui inovasi pembelajaran.

### **1.5 Struktur Organisasi Skripsi**

#### **BAB I Pendahuluan**

Bagian pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, membuat rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian serta manfaat dari penelitian tersebut.

#### **BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Teoritis dan Hipotesis**

Bagian kajian teori dan hipotesis menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang dirumuskan dan memuat dugaan sementara yang akan diuji dalam penelitian.

#### **BAB III Metode Penelitian**

Bagian metode penelitian menjelaskan tentang objek dan subjek penelitian, metode penelitian yang digunakan, tempat dan waktu penelitian, desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data.

#### BAB IV Hasil dan Pembahasan

Berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan, bab ini mengemukakan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian terdiri dari dua hal utama, yakni pengelolaan atau analisis data untuk hasil temuan yang berkaitan dengan masalah penelitian, pernyataan penelitian, hipotesis, tujuan penelitian dan pembahasan atau analisis penelitian.

#### BAB V Kesimpulan dan Rekomendasi

Berisikan kesimpulan, implikasi dan rekomendasi. Bab ini berisikan tentang kesimpulan, implikasi dan rekomendasi yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan penelitian terhadap hasil analisis temuan penelitian. Ada dua alternatif cara penulisan kesimpulan, yakni dengan cara butir demi butir atau uraian padat.