

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini di sertai dengan semakin tinggi tingkat konsumsi di kalangan masyarakat. Pada awalnya konsumsi dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Konsumsi juga dilakukan bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari akan tetapi masyarakat melakukan konsumsi untuk memenuhi keinginan. Konsumsi merupakan salah satu kegiatan ekonomi untuk memenuhi berbagai kebutuhan barang dan jasa. Kebutuhan pokok atau kebutuhan dasar merupakan kebutuhan yang sangat penting guna kelangsungan hidup manusia, baik yang terdiri dari kebutuhan atau konsumsi suatu individu maupun keperluan pelayanan sosial tertentu. Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan secara terus menerus, karena memang pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan dan tidak akan pernah puas. Kebutuhan manusia dapat terpenuhi salah satunya melalui kegiatan konsumsi, dimana konsumen akan mengalokasikan kekayaan untuk pemenuhan kebutuhan.

Pada masa pandemi Covid-19 ini, pemerintah Indonesia menerapkan Kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) atau yang sekarang PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang tentunya memberikan dampak terhadap masyarakat di berbagai aspek kehidupan, salah satu aspek yang paling signifikan adalah Ekonomi, khususnya terhadap aktivitas masyarakat sebagai konsumen, distributor, maupun produsen. Dampak yang sangat dirasakan adalah berkurangnya transaksi jual beli secara langsung atau aktivitas bertemunya penjual dan pembeli atupun konsumen dan produsen karena pemberlakuan kebijakan PSBB atau PPKM ini. Dalam menghadapi fenomena ini, sebagian masyarakat memilih alternatif berbelanja online sebagai solusi bagi aktivitas pemenuhan kebutuhan dan keinginan mereka. Transaksi jual beli secara online berbeda dengan transaksi jual beli secara langsung. Wawasan dan pengetahuan mengenai belanja online tentunya sangat mereka butuhkan sebagai panduan bagi masyarakat untuk melaksanakan aktivitas jual beli online di masa

pandemi ini. Nugraha (2013) menyatakan bahwa minat beli dari seorang konsumen diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang pada akhirnya membentuk suatu persepsi.

Era globalisasi memberikan pergeseran perilaku masyarakat yang berdampak pada perilaku konsumsi. Dampak globalisasi semakin terasa setelah muncul banyak pusat perbelanjaan di kota yang semakin beragam. Berbagai macam barang dan jasa tersedia. Hal tersebut menunjukkan mudahnya memperoleh barang-barang yang beraneka ragam dan kemudahan dalam fasilitas lainnya. Seiring dengan perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat pun berubah. Gaya hidup masyarakat cenderung modern, sebagian orang lebih sering membeli barang-barang di pusat perbelanjaan modern dari pada di pasar tradisional. Masyarakat juga mengikuti hal-hal yang sedang menjadi tren tidak terkecuali di kalangan mahasiswa, sebagian dari mahasiswa mengikuti perkembangan mode yang sedang banyak diminati seperti makanan, pakaian, sepatu, tas dan lain lain. Pemilihan konsumsi yang dijalankan tidak lagi menunjukkan kemampuan seseorang untuk membedakan mana kebutuhan pokok dan mendesak dan mana kebutuhan tidak pokok (Sarah, 2012).

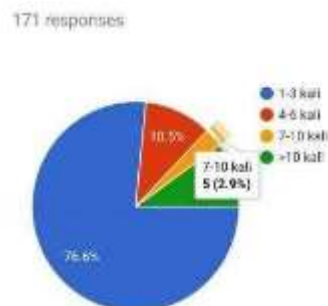
Parsaulian, dkk. (2013) menyatakan pengeluaran konsumsi masyarakat merupakan pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga terhadap barang-barang akhir dan jasa-jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan seperti makanan, pakaian, dan barang-barang kebutuhan lainnya serta berbagai jenis pelayanan. Online shop berkembang seiring terciptanya berbagai media sosial seperti facebook, twitter, instagram, line dan lain-lain. Dengan adanya media sosial tersebut kita dapat melakukan jual beli secara *online*, kita dapat melihat foto barang-barang yang diperjual belikan. Namun dengan adanya berbagai kemudahan tersebut dan semakin beragamnya barang yang ditawarkan dalam online shop menjadikan mahasiswa semakin konsumtif membeli barang- barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan melainkan hanya hasrat pemuas keinginan.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok konsumen remaja. Kegiatan konsumsi mahasiswa disamping untuk keperluan kuliah, kegiatan konsumsi juga dilakukan untuk menunjang penampilan dengan membeli barang, misalnya

konsumsi *make up*, pakaian, jam tangan, sepatu, tas, serta *gadget*. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan manusia tidak hanya mengenai kebutuhan seputar sandang, pangan, papan (primer). Perilaku konsumsi mahasiswa bisa dilihat dari seberapa banyak mereka menggunakan pendapatan (uang saku) mereka untuk memenuhi hasrat belanja mereka dan seberapa banyak yang mereka gunakan untuk kebutuhan yang benar-benar harus dipenuhi (Lisma Niati, 2016).

Mahasiswa melakukan pembelian melalui toko online bukan hanya dari pengaruh iklan-iklan yang ditawarkan di toko online, namun bisa juga dari pengaruh lingkungan sekitar, seperti lingkungan pertemanan. Untuk menjaga eksistensi kelompok pertemanannya, mahasiswa diharuskan untuk menggunakan produk yang sama dengan teman-temannya yang lain. Penyebab lain yang mendorong mahasiswa untuk belanja online adalah hanya karena mengikuti tren yang sedang berkembang saat ini. Semakin hari, semakin banyak produk-produk baru yang ditawarkan dari toko-toko online sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membeli barang tersebut (Bhuwaneswary, 2016).

Dilansir oleh CNN.com di tahun 2013, transaksi online melalui e-commerce di Indonesia mencapai angka 130 Triliun. Sedangkan di tahun 2016 angkanya ditaksir 394 Triliun. Diprediksi pada tahun 2020, angka tersebut bisa menjadi peningkatan ekonomi yang luar biasa. Dari data statistik yang dilansir BPS, dari tahun 2006-2016 jumlah e-commerce di Indonesia naik 17%. Totalnya berkisar 26,2 juta. Artinya pengguna platform online atau digital sangat tinggi, khususnya bagi para pengguna media digital yaitu Generasi Millennial (Pratiwi, 2017).



Gambar 1.1 Data Pengakses Toko Online di Indonesia

Sumber: www.kompasiana.com

Menurut APJII (2019) dijelaskan, mahasiswa mendapatkan posisi tempat

tertinggi sebagai pengakses internet yang paling sering. Kemudian disusul oleh para pekerja, ibu rumah tangga, dan lainnya. Perilaku pengguna internet Indonesia pada tahun 2016, dimana 34,8% atau sekitar 46,1 juta transaksi belanja online lebih dari satu kali dalam satu bulan. Menurut Hasugian (dalam Andira Sari, 2015) menyatakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas pada tahun 2012 mahasiswa memiliki minat untuk berbelanja online dengan angka sebesar 19,9%. Dalam hal ini, mahasiswa melakukan transaksi belanja online bukan didasarkan kebutuhan semata, akan tetapi demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif (Ridwan, 2019).

Mahasiswi sebagai sasaran utama atau yang dijadikan sebagai objek karena sebagian pembeli online di Indonesia adalah wanita. Hal tersebut didukung dengan adanya data terbaru yang dirilis oleh Tokopedia pada tahun 2014. Dari total 5,3 juta barang yang terjual di Tokopedia selama bulan Januari-Maret 2014, wanita mendominasi jumlah pembelian, jumlah penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia. 66,28% jumlah produk di atas dibeli oleh wanita. Konsumen wanita pada toko online rata-rata membeli produk kecantikan dan kesehatan, pakaian, fashion dan aksesoris, dan gadget. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tokopedia, menunjukkan bahwa wanita merupakan konsumen yang paling banyak berbelanja di Tokopedia dengan persentase 66,28%, sedangkan jumlah pria hanya berjumlah 33,72% (Andira Sari, 2015).

Perilaku konsumtif pada seseorang yang terjadi ketika individu mempunyai keinginan untuk selalu mengkonsumsi barang secara berlebihan. Individu selalu mencari kepuasan akhir dengan mengkonsumsi barang yang bukan sekedar mencukupi kebutuhannya tetapi untuk memenuhi keinginan-keinginannya. Perilaku masyarakat seperti inilah yang cenderung melakukan pola perilaku konsumtif. Adanya gaya hidup dilingkungan masyarakat membuat masyarakat tidak dapat mengendalikan pola hidup yang tidak terbatas seperti halnya cara berpakaian, gaya hidup yang serba mewah, dan perubahan perilaku konsumsinya. Adanya keinginan untuk membeli suatu produk yang berlebihan merupakan awal

munculnya perilaku konsumtif. Individu akan secara terus menerus membeli barang hanya berdasarkan apa yang mereka inginkan, bukan berdasarkan apa yang dibutuhkan (Fitriyani, dkk. 2013). Menurut (Kotler & Amstrong, 1997) bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan, minat, dan opininya dalam berinteraksi di lingkungan di sekitarnya. Hawkins mengungkapkan bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang akan berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli (Yuniarti, 2015). Pada awalnya mahasiswa sudah merencanakan mengkonsumsi barang-barang tertentu, namun saat tiba pada pusat perbelanjaan, maka banyak motivasi lain yang mempengaruhi mahasiswa tersebut dalam memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Mahasiswa cenderung memiliki gaya hidup nya mengikuti perkembangan zaman, seperti pembelian baju, celana, sepatu dan lain-lain. Dengan begitu gaya hidup yang mereka miliki tidak pernah puas karena terus mengikuti perkembangan zaman berbagai model yang berbeda mengacu pembelian barang-barang tersebut.

Kondisi ini akan menjadi lebih buruk lagi ketika perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa, tetapi juga terjadi pada mahasiswa (Imawati, dkk. 2013). Pada kenyataannya pasar semakin banyak mengeluarkan produk-produk yang ditargetkan untuk para remaja, hal ini juga membuktikan bahwa semakin banyaknya remaja yang memiliki perilaku konsumtif (Gumulya & Widiastuti, 2013). Mahasiswa memiliki kemampuan mengkonsumsi yang irasional dan cenderung berperilaku konsumtif (Kanserina, 2015). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitorus, 2013 (dalam Chita, dkk. 2015) yang menyatakan bahwa mahasiswa adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang baru. Fakta tersebut diperkuat berdasarkan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kelompok usia yang sangat konsumtif adalah kelompok mahasiswa (Fitriyani, dkk. 2013).

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi (Lina & Rosyid, 1997). Sedangkan menurut

Wahyudi (dalam Kanserina, 2015) 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. Aprilia & Hartoyo (2014) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis didalam kehidupannya yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Selanjutnya Sumartono (2002) mengartikan perilaku konsumtif adalah suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan, membeli suatu poduk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Menurut Sina (2012), faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi ekonomi. Pada prinsipnya Literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas, rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif (Sina, 2012). Mathews (1999) mengungkapkan bahwa literasi ekonomi sebagai kemampuan individu untuk menggali dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan, kemampuan dalam konteks ini mengindikasikan bahwa pemahaman tentang literasi ekonomi dihasilkan melalui proses belajar yang berkesinambungan (Sina, 2012). Selanjutnya Wulandari (dalam Sina, 2012) menyatakan bahwa literasi ekonomi adalah keterampilan hidup yang seharusnya dimiliki oleh setiap lapisan masyarakat agar masyarakat mampu untuk membuat keputusan ekonomi yang tepat. Menurut Haryanto (dalam Septiana, 2015) literasi ekonomi memberikan penggambaran seseorang dalam memahami permasalahan dasar ekonomi, sehingga mampu melakukan kegiatan ekonomi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kanserina (2015), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif sebesar 2,470 terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Septiana, 2015), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi hanya memberikan

sumbangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 19,8%.

Literasi adalah proses yang kompleks yang melibatkan pembangunan pengetahuan sebelumnya, budaya, dan pengalaman untuk mengembangkan pengetahuan baru dan pemahaman yang lebih dalam (Abidin, 2015). Literasi berfungsi untuk menghubungkan individu dan masyarakat. Literasi pada dasarnya mengacu pada kemampuan membaca, menulis, dan berbicara. Hal ini sesuai dengan pendapat Tilaar, dkk. (2011) bahwa literasi identik dengan kemampuan menyimak atau mendengarkan, berbicara, membaca dan menulis. Ilmu ekonomi adalah ilmu sosial yang mempelajari tentang perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang terbatas (langka) untuk memenuhi kebutuhannya berupa barang/jasa. SuhardI (2016) Ekonomi adalah segala aktivitas atau upaya yang dilakukan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya untuk mencapai suatu tingkatan kesejahteraan atau kemakmuran dalam hidup. Konsumen yang memiliki ilmu pengetahuan tentang ekonomi akan lebih memahami dalam menggunakan sumber daya yang terbatas. Menurut Permata, dkk. (2016) “Literasi ekonomi merupakan informasi memainkan peranan penting untuk membuat keputusan yang cerdas untuk memuaskan kebutuhan”.

Pendidikan memiliki peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Pendidikan merupakan suatu proses pembelajaran dalam mengambil keputusan. Mahasiswa yang merupakan bagian terpenting dari proses pendidikan, proses pendidikan yang didapatkan mahasiswa di kampus merupakan proses pendidikan tertinggi. Mahasiswa merupakan tahapan pembelajaran tertinggi yang merupakan tahap perubahan tingkah laku yang lebih baik sesuai dengan hasil yang ingin dicapai dari proses pendidikan

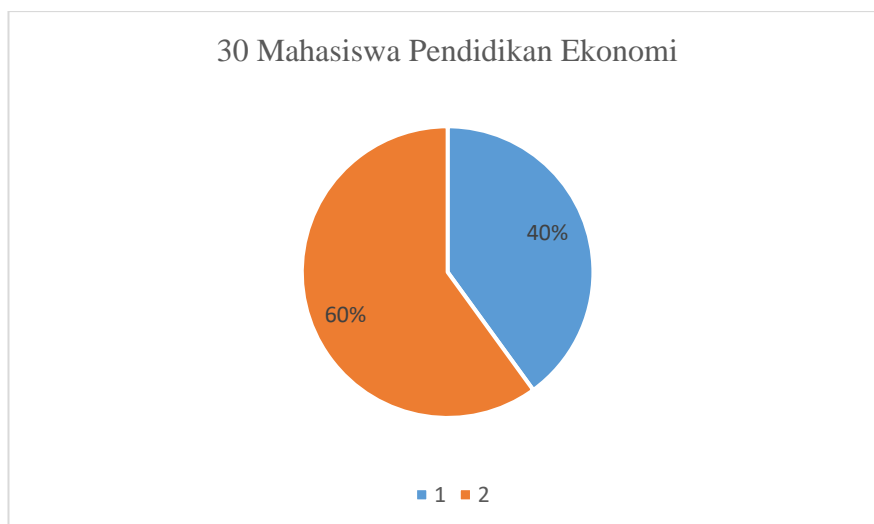
Tabel 1.1
Tabel Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2017-2020

PROGRAM STUDI	ANGKATAN				JUMLAH
	2017	2018	2019	2020	
PENDIDIKAN EKONOMI	68	90	91	86	335
SUB TOTAL	68	90	91	86	335

Sumber : Akademik FPEB

Tabel di atas yaitu jumlah mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2017-2020 yang

masih aktif, tetapi di sini peneliti hanya meneliti angkatan 2017 dan 2018.



Gambar 1.2. Data Diolah Tahun 2022

Berdasarkan studi pendahuluan pada 30 orang mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi pada tanggal 13 Agustus 2021 menyatakan bahwa 12 dari 30 mahasiswa menyebutkan mahasiswa akan berbelanja *online* sesuai dengan kebutuhan dan mengikuti tren di kalangan pertemanan mereka. 18 dari 30 mahasiswa menyebutkan bahwa mereka dalam berbelanja online juga memperhitungkan perhitungan ekonomi sesuai dengan pengetahuan mereka tentang ekonomi. Artinya, mahasiswa jurusan Pendidikan ekonomi ini memiliki tingkat pemahaman literasi ekonomi yang baik. Oleh karena itu, literasi ekonomi menjadi bagian yang sangat penting dalam pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sebagaimana diungkapkan oleh Sina (2012), literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung dan berinvestasi, proteksi, dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi. Dalam mata kuliah ekonomi mikro, ekonomi makro, dan pengantar ilmu ekonomi telah disampaikan cara berkonsumsi agar efisien dan efektif, sesuai dengan skala prioritas.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai "Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Berbelanja *Online* pada Masa Pandemi Covid Survey pada Mahasiswa

Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia 2017-2018”

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana gambaran literasi ekonomi dan perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi?
- 2) Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam berbelanja online?

1.3 Tujuan Peneliti

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- 1) Gambaran Literasi Ekonomi dan perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi.
- 2) Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang Berbelanja Online.

1.4 Manfaat/Signifikansi Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya khasanah ilmu ekonomi mikro, khususnya terkait dengan literasi ekonomi dan perilaku konsumtif mahasiswa

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi mengenai pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika pedoman karya tulis ilmiah ini merujuk pada pedoman karya tulis ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2018.

BAB I : Pendahuluan

Bagian pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, melakukan penelitian, membuat suatu rumusan masalah penelitian, tujuan

penelitian, hingga manfaat dari penelitian tersebut

BAB II : Kajian Pustaka, Kerangka Teoritis, dan Hipotesis

Bagian bab ini menguraikan mengenai teori – teori serta konsep mengenai permasalahan yang sedang diteliti.

BAB III : Metode Penelitian

Bagian bab ini merupakan bagian yang bersifat prosedural, diantaranya alur penelitiannya dari mulai pendekatan penelitian yang diterapkan, instrumen yang digunakan, tahapan pengumpulan data yang dilakukan, dan teknik analisis data yang dijalankan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian bab ini menyajikan dua hal utama, yakni temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB V : Kesimpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bagian bab ini berisi simpulan, implikasi dan rekomendasi yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan peneliti.