

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari konsumen dihadapkan dengan berbagai kebutuhan yang tiada henti, karena memang pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan dan tidak akan terpuaskan dari kebutuhan mereka. Bahkan tujuan dari kegiatan ekonomi manusia adalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya seperti kebutuhan pangan, sandang, papan, kebutuhan pendidikan, kebutuhan jasmani dan lain-lain.

Kebutuhan manusia dapat terpenuhi salah satunya yaitu melalui kegiatan konsumsi, dimana konsumen akan mengalokasikan pendapatannya untuk pemenuhan kebutuhan tersebut. Konsumen mengkonsumsi kebutuhan-kebutuhan tersebut tidak akan sama rata (memiliki pola dan preferensi tertentu). Pola konsumsi dapat dikenali berdasarkan alokasi penggunaannya.

Untuk keperluan analisis, secara garis besar alokasi pengeluaran konsumsi masyarakat digolongkan ke dalam dua kelompok penggunaan, yaitu pengeluaran untuk makanan dan pengeluaran untuk bukan makanan. Indonesia merupakan negara berkembang yang masyarakatnya masih tinggi dalam pengeluaran konsumsi untuk makanan, hal tersebut dapat dilihat dari Tabel 1.1 yang menunjukkan hampir 50% pengeluaran konsumsi dialokasikan untuk makanan.

Tabel 1. 1
Struktur Konsumsi Rumah Tangga Indonesia

Alokasi Pengeluaran	Indonesia
Pangan	48%
Sandang	7%
Macam-macam sewa dan energy	13%
Perawatan Kesehatan	2%
Pendidikan	4%
Pengangkutan dan Perhubungan	4%
Konsumsi lain-lain	22%

Sumber : bps.go.id

Selain itu, dapat pula dilihat perkembangan konsumsi masyarakat Indonesia dilihat dari jenis kelompok barang yang dikonsumsi selama beberapa tahun terakhir seperti terlihat pada Tabel 1.2.

Pada Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa rata-rata pengeluaran konsumsi perkapita sebulan menurut kelompok barang jenis makanan yang di Indonesia periode 1999, 2002 – 2009 yaitu pada awal tahun 1999 jumlah total komoditi yang didalamnya termasuk padi-padian, umbi-umbian, ikan, daging, telur dan susu, sayur-sayuran, kacang-kacangan, buah-buahan, minyak dan lemak, bahan minuman, bumbu-bumbuan, konsumsi lainnya, makanan jadi, minuman beralkohol, tembakau dan sirih. Dimana jumlahnya yaitu 62,94 % kemudian diiringi penurunan sebesar 4,47% pada tahun 2002. Dari tahun 2002 sampai 2005 rata-rata konsumsi mengalami penurunan secara bertahap, mulai dari 1,58%, 2,30% sampai 3,22%. Setelah itu, tahun berikutnya pada 2006 mengalami kenaikan sebesar 1,64%, dan menurun kembali pada tahun 2007. Pada tahun-tahun berikutnya konsumsi mengalami kenaikan kembali sebesar 0,91% dan 0,45%.

Tabel 1. 2
Persentase Pengeluaran Konsumsi Rata-rata per Kapita Sebulan Menurut
Kelompok Barang, Indonesia, 1999, 2002-2009

Kelompok Barang	1999	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Makanan:									
- Padi-padian	16,78	12,47	10,36	9,44	8,54	11,37	10,15	9,57	8,86
- Umbi-umbian	0,78	0,64	0,65	0,76	0,58	0,59	0,56	0,53	0,51
- Ikan	5,58	5,17	5,37	5,06	4,66	4,72	3,91	3,96	4,29
- Daging	2,29	2,86	2,9	2,85	2,44	1,85	1,95	1,84	1,89
- Telur dan susu	2,91	3,28	3,04	3,05	3,12	2,96	2,97	3,12	3,27
- Sayur-sayuran	6,23	4,73	4,8	4,33	4,05	4,42	3,87	4,02	3,91
- Kacang-kacangan	2,33	2,02	1,9	1,75	1,7	1,63	1,47	1,55	1,57
- Buah-buahan	2,07	2,84	2,97	2,61	2,16	2,1	2,56	2,27	2,05
- Minyak dan lemak	3,04	2,25	2,23	2,31	1,93	1,97	1,69	2,16	1,96
- Bahan minuman	3,12	2,71	2,52	2,48	2,23	2,5	2,21	2,13	2,02
- Bumbu-bumbuan	1,65	1,55	1,46	1,43	1,33	1,37	1,1	1,12	1,08
- Konsumsi lainnya	1,29	1,37	1,24	1,23	1,34	1,27	1,34	1,39	1,33
- Makanan jadi	9,48	9,7	9,81	10,28	11,44*)	10,29*)	10,48)	11,44*)	12,63)
- Minuman beralkohol	0,05	0,08	0,08	0,08	-	-	-	-	-
- Tembakau dan sirih	5,33	6,8	7,56	6,89	6,18	5,97	4,97	5,08	5,26
Jumlah makanan	62,94	58,47	56,89	54,59	51,37	53,01	49,24	50,17	50,62
Bukan makanan:									
- Perumahan dan fasilitas rumah tangga	15,92	17,8	19,15	20,65	22,53	22,56	20,78	20,21	19,89
- Barang dan jasa	10,74	12,07	12,59	13,48	15,42	14,99	17,01	17,12	17,49
- Pakaian, alas kaki dan tutup kepala	5,23	5,18	5,49	5,11	3,82	4,42	3,33	3,37	3,33
- Barang-barang tahan lama	2,87	4,1	3,56	4,15	4,52	2,98	6,47	6,37	5,88
- Pajak dan asuransi	0,85	0,8	0,77	0,83	1,22	0,97	1,27	1,25	1,41
- Keperluan pesta dan upacara	1,45	1,57	1,55	1,19	1,11	1,06	1,89	1,51	1,36
Jumlah bukan makanan	37,06	41,53	43,11	45,42	48,63	46,99	50,76	49,83	49,38

Sumber : bps.go.id pada Survei Sosial Ekonomi Nasional , Modul Konsumsi 1999, 2002 dan 2005 (2003, 2004 dan 2006 hanya mencakup panel 10.000 rumah tangga, sedangkan 2007, 2008 dan 2009 mencakup panel 68.800 rumah tangga)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat pula bahwa untuk pengeluaran konsumsi bukan makanan pada tahun 1999-2005 mengalami kenaikan rata-rata sebesar 2,89%. Adapun pada tahun 2006 mengalami penurunan sebesar 1,64%

kemudian naik pada tahun 2007, pengeluaran untuk konsumsi bukan makanan mengalami penurunan kembali pada tahun 2008 dan 2009.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengeluaran penduduk Indonesia digunakan untuk pengeluaran makanan, yang menggambarkan tingkat kesejahteraan penduduk masih rendah. Di negara-negara berkembang karakteristik konsumsi akan mengutamakan untuk makanan, hal tersebut berbeda dengan negara-negara maju yang pada umumnya penduduk membelanjakan sebagian besar pengeluarannya untuk memenuhi kebutuhan bukan makanan.

Pada beberapa tahun terakhir ini Indonesia belum mampu keluar dari struktur ekonomi yang terus didominasi konsumsi. Dengan pasar domestik yang relatif besar, menurut Purbaya Yudhi Sadewa (2009) mengatakan bahwa kontribusi belanja rumah tangga terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang besar memang sulit dihindari.

Melihat perkembangan pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia untuk jenis makanan dan bukan makanan pada Tabel 1.2 di atas selain menunjukkan persentase untuk makanan lebih besar daripada persentase untuk bukan makanan dapat diketahui pula bahwa dari tahun ke tahun pengeluaran konsumsi untuk bukan makanan mengalami peningkatan yang relatif tinggi yaitu pada tahun 1999 bernilai 37,06% dan pada tahun 2009 pengeluarannya menjadi 49,38%, bahkan pada tahun 2007 konsumsi untuk jenis bukan makanan lebih besar (50,76%) dibandingkan dengan konsumsi untuk makanan (49,24%). Hal tersebut mengindikasikan adanya pergeseran konsumsi masyarakat Indonesia.

Sekarang ini gaya hidup yang dikonsumsi masyarakat Indonesia adalah gaya hidup negara-negara maju. Pemilihan konsumsi yang dijalankan kini tidak lagi menunjukkan kemampuan orang untuk membedakan mana kebutuhan pokok dan kebutuhan tidak pokok serta tidak bisa lagi menentukan skala prioritas. Misalnya saja yaitu dengan menghabiskan semua pendapatan untuk konsumsi barang-barang yang prioritasnya rendah. Akibatnya selain menyebabkan sikap yang konsumtif juga akan menyebabkan tidak terpenuhinya kebutuhan utama/pokok.

Hal tersebut juga dapat dilihat dari konsumsi rumah tangga di Kota Bandung (Tabel 1.3) yang sebagian besar pengeluarannya digunakan untuk sub bukan makanan.

Tabel 1. 3
Pengeluaran Rata-Rata Perkapita Per bulan untuk Sub makanan dan Bukan Makanan, kota Bandung Tahun 2001-2007

Tahun	Makanan	Non makanan	Total	Makanan (%)	Non makanan (%)
2001	113.086	121.398	234.484	48.23	51.77
2002	139.386	161.093	300.479	46.39	53.61
2003	193537	231483	425020	45.54	54.46
2004	192448	245379	437827	43.96	56.04
2005	192135	281802	473937	40.54	59.46
2006	192135	281802	473937	40.54	59.46
2007	226878	244603	471481	48.12	51.88

Sumber :BPS , data diolah

Menurut Chatib Basri (dalam Purbaya Yudhi Sadewa,2009), menyatakan bahwa :

Dominasi peran konsumsi bisa dijelaskan dari struktur demografi Indonesia yang didominasi kelompok muda. Kelompok muda ini, yang baru memasuki tahap bertumbuh, jelas mengeluarkan lebih banyak biaya

untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka. Mereka yang masih muda, yang baru memasuki awal kecemerlangan karir mereka, membutuhkan kendaraan, pakaian, *gadget*, dan atau rumah; sebagai kebutuhan primer dan juga sebagai sebuah prestise. Berbeda dengan kelompok senior, yang mungkin berfikiran lebih ke masa depan, sehingga lebih banyak berputar pada sisi investasi. Lebih banyaknya kelompok muda merangsang tingginya tingkat kebutuhan konsumsi di Indonesia.

Bagi mereka kaum remaja membeli tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekadar mengikuti mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Fenomena tersebut juga terjadi pada sebagian kalangan mahasiswa di Kota Bandung, dimana mereka berusaha menjadi *trendsetter* dalam berpakaian, gaya hidup, pergi ke tempat-tempat perbelanjaan, nonton dengan teman-teman kelompok bergaulnya, dan lain-lain. Hal tersebut didukung oleh kondisi kota Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia yang padat dengan pusat-pusat perbelanjaan, *factory outlet*, *café*, *mall-mall* yang berdiri dengan megah sebagai simbol pergaulan bagi remaja di kota Bandung.

Fenomena tersebut dapat tergambarkan dengan jelas dari data rata-rata pengeluaran mahasiswa di beberapa universitas terkenal di kota Bandung berdasarkan uang saku yang diperolehnya selama satu bulan. Data diperoleh berdasarkan angket yang disebarluaskan kepada 80 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi di UPI, UNPAS, UNPAD dan Maranatha. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.4.

Tabel 1. 4
Alokasi Rata-rata Pengeluaran Mahasiswa untuk Setiap Kebutuhan per Bulan

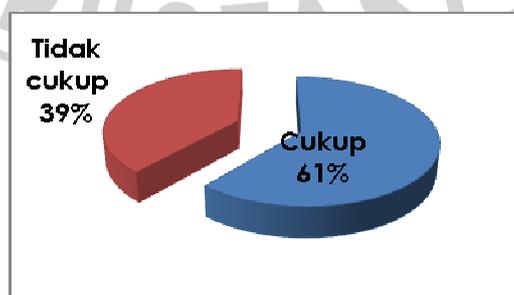
JENIS KEBUTUHAN	UNPAS		UNPAD		UPI		MARANATHA	
	KOS(%)	TIDAK (%)						
KEBUTUHAN PRIMER	48.38	29.29	56.72	40.39	49.88	41.67	50.68	34.48
KEBUTUHAN KESENANGAN	30.73	40.96	28.53	42.20	33.18	25.00	24.95	35.55
PULSA	3.57	8.77	7.83	9.47	10.59	8.54	3.90	10.22
JALAN-JALAN	12.09	10.37	3.83	13.23	4.94	7.52	8.77	11.90
NONTON DI BIOSKOP	2.42	5.03	2.98	3.48	2.35	2.85	3.51	3.98
BELI BARANG BARU/SHOPPING	12.64	16.78	13.90	16.02	15.29	6.10	8.77	9.44
KEBUTUHAN PENDIDIKAN	15.39	12.81	10.49	11.84	15.29	25.20	16.57	21.76
TABUNGAN	5.50	16.93	4.25	5.57	1.65	8.13	7.80	8.21
JUMLAH	100	100	100	100	100	100	100	100

Sumber : angket pra penelitian, data diolah.

Dari Tabel 1.4, dapat diketahui bahwa pengeluaran konsumsi mahasiswa di UPI, UNPAS, UNPAD dan Maranatha untuk kebutuhan yang sifatnya kesenangan (membeli pulsa, jalan-jalan, nonton di bioskop, dan membeli barang baru/*shopping*) lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan pengeluaran mahasiswa untuk kebutuhan pendidikan (transportasi, membeli buku, biaya mengerjakan tugas, dll) atau belajar yang merupakan investasi bagi masa depan mereka. Misalnya saja di UPI rata-rata prosentase pengeluaran untuk kesenangan yaitu sebesar 29,09% (pulsa sebesar 9,57%, jalan-jalan 6,23%, nonton di bioskop 2,6%, dan membeli barang-barang baru/ *shopping* 10,70%) sedangkan untuk kebutuhan pendidikan yaitu sebesar 20,25%. Begitu pula dengan tabungan yang rata-rata hanya 4,89%. Hal tersebut juga terjadi pada kalangan mahasiswa di UNPAS, UNPAD dan Maranatha.

Pengeluaran konsumsi pun dapat dilihat berdasarkan karakteristik mahasiswa yang indeks ataupun tidak. Pada umumnya mahasiswa yang tinggal di rumah orang tua ataupun yang berstatus anak indeks dalam pengeluaran konsumsinya untuk kebutuhan yang sifatnya kesenangan lebih tinggi di bandingkan kebutuhan pendidikan ataupun tabungan. Tapi ada hal yang menarik bahwa rata-rata pengeluaran untuk kesenangan mahasiswa UPI yang indeks lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang tinggal di rumah orang tuanya. Bagi mahasiswa yang berstatus indeks kebutuhan untuk kesenangan yaitu sebesar 33,18% sedangkan bagi mahasiswa yang tidak indeks yaitu hanya sebesar 25,00%. Hal tersebut berbanding terbalik dengan universitas lainnya, mahasiswa UNPAD misalnya, kebutuhan untuk kesenangan bagi mahasiswa yang indeks hanya sebesar 28,53% tetapi bagi mahasiswa yang tidak indeks yaitu sebesar 42,20%. Di UNPAS dan Maranatha pun terjadi seperti halnya di UNPAD.

Pengeluaran konsumsi mahasiswa yang tinggi tersebut dianggap belum dapat memenuhi kebutuhan mereka. Kecukupan uang saku mahasiswa dilihat dari selisih antara uang saku dan pengeluaran mahasiswa. Hal ini dapat dilihat pula pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1
Kecukupan uang saku mahasiswa

Dari Gambar 1.1 di atas, diketahui hampir dari setengahnya mahasiswa menganggap bahwa uang saku yang mereka dapatkan belum memenuhi kebutuhan. Padahal jumlah rata-rata uang saku dan pengeluaran konsumsi mereka sudah cukup tinggi yaitu sebesar Rp. 886.166,67 per bulan. Hal tersebut bisa saja karena gaya hidup dari mahasiswa sekarang yang dapat dikatakan hedonis (mengutamakan kepentingan untuk kesenangan). Mahasiswa dalam frekuensi aktivitas yang bersifat kesenangan seperti jalan-jalan, membeli barang baru, nonton ternyata rata-rata dilakukan sebanyak minimal satu kali dalam satu bulan (Tabel 1.5).

Tabel 1.5
Frekuensi Aktivitas Mahasiswa dalam Kegiatan pemenuhan Kebutuhan yang Sifatnya Kesenangan

AKTIVITAS	TDK PERNAH		1X		2X		> 3X		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
JALAN2	6	7.5	29	36.25	29	36.25	16	20	80	100
NONTON	13	16.25	49	61.25	12	15	6	7.5	80	100
BELANJA BARANG BARU	10	12.5	51	63.75	10	12.5	9	11.25	80	100

Sumber : angket pra penelitian, data diolah

Selain itu menurut Dayu Maharani (2007) menyatakan bahwa :

“Sebagian besar mahasiswa indekos menghabiskan uang saku yang diterimanya setiap bulan tanpa membuat catatan tentang pengeluaran, disamping itu akan baik apabila sejak dini mereka berusaha mendapatkan tambahan uang saku dengan menggunakan potensi serta keahlian yang dimiliki dan bukan hanya menggantungkan pada pemberian orangtua saja.”

Mahasiswa Fakultas Ekonomi di kota Bandung pun ternyata masih banyak yang belum membuat catatan rancangan pengeluaran dan atau pengeluarannya yang telah dilakukan. Padahal seharusnya mahasiswa dengan latar

belakang jurusan/bidang kajian ekonomi lebih rapi dan bisa melakukan pencatatan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 1.6 yang menunjukkan presentase mahasiswa yang membuat catatan keuangan hanya sekitar 28 % dari semua mahasiswa, sedangkan yang lainnya mengaku tidak pernah mencatatnya. Jika hal tersebut dibiasakan maka kemungkinan tidak terkontrolnya alokasi pengeluaran sangat tinggi dan tidak adanya skala prioritas kebutuhan. Dari sebagian mahasiswa di Bandung bahkan masih ada yang menganggap bahwa pemenuhan kebutuhan tersier yang sifatnya kesenangan saat ini harus lebih diutamakan di bandingkan kebutuhan untuk pendidikan dan masa depan. Hal tersebut mungkin disebabkan karena perbedaan gaya hidup dan lingkungan dari mahasiswa sehingga mereka memiliki persepsi seperti itu.

Tabel 1. 6
Prosentase Mahasiswa yang membuat Skala Prioritas

Jawaban	Frekuensi	%
YA	22	27.5
TIDAK	58	72.5
Σ	80	100

Sumber : angket pra penelitian, data diolah

Tabel 1. 7
Persepsi Kebutuhan Tersier Lebih Utama daripada Kebutuhan Pendidikan

Jawaban	Frekuensi	%
YA	30	37.5
TIDAK	50	62.5
Σ	80	100

Sumber : angket pra penelitian, data diolah

Berdasarkan fakta dan argumen di atas, penulis tertarik untuk meneliti masalah yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

konsumen dalam mempreferensikan kebutuhannya terutama preferensi mahasiswa terhadap kebutuhan akan makanan pokok (primer), kebutuhan pendidikan, tabungan (kebutuhan masa depan) dan kebutuhan non primer (yang sifatnya untuk kesenangan).

Judul penelitian yang akan penulis angkat adalah “**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN (Studi pada Mahasiswa di Kota Bandung).**”

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang masalah, terlihat bahwa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mahasiswa. Preferensi adalah motif seseorang untuk berperilaku membeli. Berdasarkan teori yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa, dapat dikelompokkan dalam 2 kelompok yaitu pertimbangan ekonomi dan pertimbangan non ekonomi. Yang termasuk kedalam pertimbangan ekonomi antara lain adalah pendapatan, harga, kualitas, kuantitas, dan lain-lain. Sedangkan yang masuk kedalam pertimbangan non ekonomi antara lain kepuasan, selera, gaya hidup dan gengsi.

Dalam penelitian ini maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan yaitu pada faktor pendapatan yang diproksi dengan *budget* (anggaran), gaya hidup dan rasionalitas serta jenis kelamin. Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah anggaran berpengaruh terhadap preferensi konsumen?
- 2) Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap preferensi konsumen?

- 3) Apakah rasionalitas berpengaruh terhadap preferensi konsumen?
- 4) Apakah jenis kelamin berpengaruh terhadap preferensi konsumen?
- 5) Apakah anggaran, gaya hidup, rasionalitas dan jenis kelamin berpengaruh terhadap preferensi konsumen?

1.3. Tujuan dan Manfaat penelitian

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh anggaran terhadap preferensi konsumen.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap preferensi konsumen.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh rasionalitas terhadap preferensi konsumen.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh jenis kelamin terhadap preferensi konsumen.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh anggaran, gaya hidup, rasionalitas dan jenis kelamin terhadap preferensi konsumen.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat peneliti ini adalah sebagai berikut:

- 1) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya khasanah ilmu ekonomi mikro, khususnya terkait dengan perilaku konsumen dan preferensi konsumen.
- 2) Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran serta informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mahasiswa terhadap kebutuhan dan segmentasi gaya hidup mahasiswa di Kota Bandung. Juga dapat memberikan masukan bagaimana mahasiswa mengalokasikan anggarannya untuk memenuhi kebutuhannya secara bijak