

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan informasi dari BPS (Badan Pusat Statistik), menunjukkan bahwa dari total pengeluaran konsumsi yang meliputi kelompok makanan dan bukan makanan dari 16 kabupaten dan sembilan kotamadya yang berada di Provinsi Jawa Barat, bahwa pengeluaran konsumsi yang paling besar adalah kota Bandung. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**Pengeluaran Konsumsi (Makanan dan Non Makanan) Jawa Barat Periode 2009**

<b>Kabupaten/Kota</b>	<b>Pengeluaran Konsumsi (Milyar Rupiah)</b>
Kota Bandung	6.457
Kabupaten Bandung	3.415
Kota Sukabumi	2.550
Kabupaten Cianjur	1.756
Kabupaten Garut	1.410

*Sumber : Badan Pusat Statistik*

Dari 16 kabupaten dan sembilan kotamadya yang berada di Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung tergolong kota yang paling tinggi pengeluaran konsumsi makanannya yaitu sebesar Rp. 6.457 milyar, disusul oleh Kabupaten Bandung sebesar Rp.3.415 milyar, Kota Sukabumi sebesar Rp. 2.550 milyar, Kabupaten Cianjur sebesar Rp.1.756 milyar dan Kabupaten Garut sebesar Rp. 1.410 milyar. (Jawa Barat dalam Angka, 2009).

Masalah ini menimpa sebagian besar mahasiswa di kota Bandung. Hal ini didukung oleh kondisi kota Bandung yang merupakan salah satu kota besar yang dijadikan sebagai kota pariwisata yang lebih identik dengan wisata-wisata seperti pusatnya pusat perbelanjaan seperti Mall, *Factory Outlet*, dan pertokoan-pertokoan yang akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya tentunya untuk mencapai kepuasan seseorang. Dimana perilaku konsumsi yang paling banyak itu dari kalangan remaja yang tentunya masih mengharapkan *budget* dari orangtua setiap bulannya.

Berdasarkan hasil pra penelitian dengan jumlah responden sebesar 120 mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung diperoleh data rata-rata *budget*/uang saku setiap bulannya, yang tercantum pada Tabel 1. 2.

**Tabel 1. 2**  
**Rata-Rata *Budget*/Uang Saku Mahasiswa UPI Bandung**

<b>Budget (Rupiah/Bulan)</b>	<b>% Mahasiswa</b>
Kurang dari 400.000	5%
400.000 – 600.000	30 %
600.000 – 800.000	-
800.000 – 1.000.000	55%
Diatas 1.000.000	10 %

*Sumber : Data Pra Penelitian (Diolah)*

Berdasarkan Tabel 1. 2 dapat diketahui bahwa rata-rata *budget* mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung sebagian besar (55%) pada level Rp.800.000 – Rp.1.000.000, sedangkan posisi yang kedua (30%) berada pada

level Rp.400.000 – Rp.600.000, dan urutan ketiga (10%) pada level diatas Rp.1.000.000, urutan keempat (5%) pada level kurang dari Rp.400.000.

Selain mengetahui rata-rata *budget* mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung, berikut ini dalam Tabel 1. 3 menyajikan mengenai perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung dari segi selera dimana untuk memperkuat hasil pra penelitian tersebut.

**Tabel 1. 3**  
**Perilaku konsumsi Mahasiswa UPI Bandung dilihat dari Selera**

Selera Mahasiswa	Frekuensi		
	1-2 Kali	> 2 kali	Tidak Pernah
Belanja Bulanan ke Pasar Modern daripada Pasar Tradisional	45%	55%	-
Mengalokasikan untuk <i>Refreshing</i>	40%	60%	-
Menabung	40%	10%	50%
Beli buku di Pusat Perbelanjaan ( Gramedia, Gunung Agung, dll)	10%	55%	35%
Belanja Kebutuhan Sandang	25%	70%	5%

*Sumber: Pra Penelitian (Data Diolah)*

Berdasarkan Tabel 1. 3 dapat diketahui bahwa pertama, dilihat dari selera mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung sebagian (55%) yang memiliki frekuensi banyak (> 2 kali) memilih belanja bulanan ke pasar modern daripada pasar tradisional, sedangkan sisanya (45%) yang memiliki frekuensi kedua (1-2 kali) memilih belanja bulanan ke pasar modern daripada pasar tradisional. Kedua, selera untuk refreshing sebagian lebih (60%) yang memiliki frekuensi lebih banyak (> 2 kali) mahasiswa mengalokasikan untuk refreshing setiap akhir pekannya, sedangkan sisanya (40%) dengan frekuensi kedua (1-2 kali).

Ketiga, dalam hal menabung sebagian tidak pernah (50%) menabung setiap bulannya, sedangkan sisanya (10%) berada pada frekuensi lebih (> 2 kali), dan pada frekuensi sedikit (1-2 kali) hanya 40% mahasiswa yang suka menabung setiap bulannya. Keempat, dalam hal membeli buku di pusat perbelanjaan ternyata sebagian lebih (55%) berada pada frekuensi lebih banyak (>2 kali), dan yang frekuensi sedikit (1-2 kali) sebesar 10%, dan 35% mahasiswa yang tidak membeli buku di pusat perbelanjaan. Terakhir, dalam selera membeli kebutuhan sandang (Shopping) sebagian besar (70%) dengan frekuensi lebih (> 2 kali), dan frekuensi kedua (1-2 kali) hanya seperempat bagian (25%) dan sisanya (5%) yang memiliki selera membeli kebutuhan sandang setiap bulannya.

**Tabel 1. 4**  
**Kecenderungan Perilaku Mahasiswa UPI Bandung dilihat dari Dasar**  
**Keputusan Pembelian**

Sikap Mahasiswa	% Mahasiswa	
	Pernah	Tidak
Membeli Barang/jasa karena Merk	75%	25%
Membeli Barang/jasa karena Diskon	100%	-
Membeli Barang/jasa karena Iklan Produk	50%	50%
Membeli Barang/jasa karena Gengsi	10%	90%

*Sumber : Pra Penelitian (Data Diolah)*

Dalam Tabel 1. 4 diperoleh hasil mengenai kecenderungan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung dalam membeli suatu barang/jasa karena alasan-alasan tertentu. Pertama, membeli barang/jasa karena merk sebagian besar (75%) dan sisanya (25%) mahasiswa yang tidak pernah membeli barang/jasa karena merk. Kedua, sikap membeli barang/jasa karena

diskon semuanya (100%) mahasiswa membeli karena adanya diskon. Ketiga, sikap membeli barang/jasa karena iklan produk sebagian (50%) dan sebagiannya lagi (50%) tidak membeli barang/jasa karena iklan produk. Keempat, sikap membeli barang/jasa karena gengsi hanya sedikit (10%) sisanya (90%) tidak pernah membeli barang/jasa karena gengsi.

Berdasarkan fenomena dalam data hasil pra penelitian diatas bahwa perilaku mahasiswa dalam menggunakan uang saku yang diperolehnya setiap bulannya tidak bisa membelanjakan sesuai dengan kebutuhan dan skala prioritas. Di bawah ini diketahui mengenai data kecenderungan perilaku rasional mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung yang dilihat dari perencanaan dalam Tabel 1. 5.

**Tabel 1. 5**  
**Kecenderungan Perilaku Rasional Mahasiswa UPI Bandung**  
**dilihat dari Perencanaan**

Sikap Mahasiswa	% Mahasiswa	
	Pernah	Tidak
Membuat rencana anggaran pengeluaran	25%	75%
Menyusun skala prioritas	40%	60%
Melaksanakan rencana anggaran	40%	60%

*Sumber : Pra Penelitian (Data Diolah)*

Berdasarkan Tabel 1. 5 diperoleh informasi bahwa mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung, sikap dalam membuat rencana anggaran pengeluaran perbulannya mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung hanya seperempat bagian (25%) yang membuat rencana pengeluaran anggaran sedangkan sisanya (75%) tidak membuat rencana pengeluaran anggaran.

Sedangkan sikap dalam hal menyusun skala prioritas dan melaksanakan rencana anggaran hampir sebagian (40%) yang menyusun skala prioritas dan melaksanakan rencana anggaran dan sisanya (60%) tidak menyusun skala prioritas dan melaksanakan rencana anggaran.

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, dan gengsi.

Berdasarkan fakta yang dilakukan pra penelitian sebanyak 120 mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung dan argumen diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah yang terkait tentang rasionalitas perilaku konsumen mahasiswa. Oleh karena itu penulis mengajukan judul “ **Pengaruh Budget, Selera, dan Potongan Harga terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi (Studi pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia)** “

## 1. 2 Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang masalah, terlihat bahwa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah kecenderungan tidak rasionalnya konsumen dalam mengambil keputusan membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. 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, dan gengsi.

Dalam penelitian ini lingkup permasalahan akan penulis batasi dalam bentuk rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh *Budget* terhadap Rasionalitas perilaku konsumsi?
- b. Bagaimana pengaruh Selera terhadap Rasionalitas perilaku konsumsi?
- c. Bagaimana pengaruh Potongan Harga terhadap Rasionalitas perilaku konsumsi?
- d. Bagaimana pengaruh *Budget*, Selera, dan Potongan Harga terhadap Rasionalitas perilaku konsumsi?

### **1. 3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1. 3. 1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Budget* terhadap Rasionalitas perilaku konsumsi
- b. Untuk mengetahui Selera terhadap Rasionalitas perilaku konsumsi
- c. Untuk mengetahui Potongan Harga terhadap Rasionalitas perilaku konsumsi
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Budget*, Selera, dan Potongan Harga terhadap Rasionalitas perilaku konsumsi

### 1. 3. 2 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

#### a. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini akan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan mengenai perkembangan ilmu ekonomi terutama pengaruh *Budget*, *Selera*, dan *Potongan Harga* terhadap *Rasionalitas* perilaku konsumsi.

#### b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rekomendasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan bagi mahasiswa dan orang tua dalam upaya penanganan masalah perilaku konsumsi yang tidak rasional.

