

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Awalnya konsumen membeli barang hanya untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari saja. Hal ini berkembang seiring dengan perkembangan jaman membeli menjadi satu kegemaran tersendiri. Perilaku membeli didasarkan pada kesenangan individu. Perilaku membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan hidup ini sering dikenal sebagai perilaku boros atau perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Konsumen biasanya membeli barang karena barang tersebut bermerek, itu semua disebabkan konsumen ingin menaikkan status dilingkungan sekitar. Tanpa melihat manfaat dari barang yang dimilikinya. Sedangkan menurut Engel dan Miniard (1994), perilaku konsumtif dikaitkan dengan gaya hidup seseorang, tidak hanya dilihat dari sisi materialnya saja. Jadi misalkan seseorang menghabiskan banyak waktu dan uang untuk hal-hal yang tidak berguna, maka orang tersebut dapat dimasukkan kedalam kategori berperilaku konsumtif. Menurut Mangkunegara (dalam Yustisisari, 2009) mengatakan bahwa bagi produsen usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial, hal ini dikarenakan pada usia remaja pola konsumsi terbentuk. Pada usia remaja kebanyakan ingin penampilannya menarik dibandingkan dengan yang lain.

Para remaja ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang update padahal mode selalu berubah, sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya, sehingga menyebabkan mereka mengkonsumsi barang dan jasa tanpa berpikir panjang. Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup sekelompok remaja, dalam perkembangannya mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif jika tidak ditangani.

Gaya hidup konsumtif meliputi seluruh kelompok remaja termasuk mahasiswa. Mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas di kalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumtif. Mahasiswa yang merupakan bagian dari remaja, akan dianggap mengikuti perkembangan jaman dan mendapat “label” yang mengangkat harga dirinya apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merk terkenal (Anggraeni & Mariyanti, 2014:35). Mahasiswa yang sudah bekerja dengan pendapatan <Rp.5.000.000 sudah termasuk uang pokok, uang tabungan, uang bebas (uang saku). Dari sisa pendapatan (uang bebas atau uang saku) mereka biasanya mahasiswa membeli berbagai macam barang bermerk untuk mengikuti trend terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan.

Menurut Wiguna (2008) mengatakan bahwa mengatur arus uang sebenarnya merupakan hal yang paling penting. Seseorang sulit dalam melakukan pengaturan keuangan dengan baik dan benar pada kehidupannya. Hal ini terjadi pada mahasiswa, mahasiswa merupakan masa peralihan antara remaja menjadi dewasa. Mahasiswa biasanya ingin diakui keberadaannya, tidak jarang mahasiswa membeli barang dilihat dari mereknya bukan dari manfaatnya yang nantinya akan dia nikmati. Mahasiswa lebih rela mengeluarkan banyak uang untuk mendapatkan barang yang mampu menaikkan kedudukannya atau keberadaannya yang ingin diakui. Dengan adanya perilaku konsumtif ini sering kali mahasiswa membeli barang yang sedang *trend*, mengikuti gaya berpakaian artis idolanya, dan lain sebagainya. Pada kenyataannya perilaku konsumtif ini membawa dampak negatif diantaranya: uang saku yang diberikan oleh orang tua selalu habis dengan cepat, menyulitkan orang tua, budaya konsumtif ini akan terbiasa seumur hidup, perilaku konsumtif akan membuat para remaja berpikiran bahwa kesenangan dan kebahagiaan hanya diperoleh melalui materi saja. Menurut Kholilah (dalam Suyasa dan Fransiska, 2005) secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan asa tidak aman. Kecemasan seseorang dapat terjadi jika seseorang menginginkan barang tapi tidak didukung oleh finansial dia sehingga timbul rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi.

Penelitian Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2013) bahwa tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian, yakni: *Well literate* (21,84 %) penduduk indonesia, yakni memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat, dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. *Sufficient literate* (75,69 %) penduduk indonesia, memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait

produk dan jasa keuangan. *Less literate* (2,06 %) penduduk Indonesia, hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan. *Not literate* (0,41%) penduduk Indonesia, tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Setiap mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang berbeda karena banyak faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah *financial literacy* (Imawati, Susilaningsih, dan Ivada, 2013). *Financial literacy* menunjukkan pemahaman keuangan mengenai pengetahuan umum keuangan, investasi, tabungan, dan asuransi (Chen dan Volpe, 1998). Semakin tinggi *financial literacy*, dapat mengurangi perilaku konsumtif. *Financial literacy* yang tinggi menyebabkan individu dapat mengelola keuangan dengan baik, sehingga individu tidak perlu mengeluarkan uang lebih dari yang seharusnya (Hilgert, Hogarth, dan Beverly, 2003). Sebaliknya, menurut Mandell dan Klein (2009) menyatakan bahwa remaja yang mengambil *course* mengenai pengetahuan keuangan, tidak memiliki perilaku keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan yang tidak mengambil *course* pengetahuan keuangan.

Faktor demografi lain yang mempengaruhi pengalokasian dana adalah *allowance* (uang saku yang diberikan orangtua perbulan). Pada umumnya semakin banyak uang yang dimiliki seseorang, kecenderungan untuk melakukan konsumsi juga akan meningkat. Hal tersebut serupa dengan penelitian dari Utami dan Sumaryono (2008) yang menyatakan bahwa banyaknya *allowance* akan mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Seseorang perlu belajar untuk mengalokasikan dananya sedini mungkin. Hal tersebut dapat dimulai ketika seseorang mempunyai *allowance*. Dengan adanya *financial literacy*, diharapkan mahasiswa akan terhindar dari masalah-masalah keuangan yang dapat terjadi, terutama bagi mahasiswa yang statusnya tidak tinggal bersama orang tua(kost).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh wicaksono (2013) dalam jurnal Felicia Claresta Harli yang berjudul Pengaruh Financial Literacy dan Faktor Sociodemografi Terhadap Perilaku Konsumtif menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja. Selain itu Harli, et.al (2015) menjelaskan bahwa hasil analisis literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan sebesar -1,262 terhadap perilaku konsumtif.

Selain itu, terdapat faktor demografi yang berhubungan dengan perilaku konsumtif. Jika dilihat dari faktor demografi, terdapat variabel pendapatan. Menurut Rita dan Kusumawati (2010) dalam jurnal Felicia Claresta Harli, yang berjudul Pengaruh Financial Literacy dan Faktor Sociodemografi Terhadap Perilaku Konsumtif, yang mengatakan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan kartu kredit. Perilaku penggunaan kartu kredit yang berlebihan merupakan pemicu terjadinya perilaku konsumtif. Menurut Borden *et al* (2008) dalam jurnal Sheila Febriani Putri yang berjudul pengaruh literasi keuangan melalui rasionalitas terhadap perilaku konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-Kota Semarang) menyatakan pendapatann pengaruh negatif dan signifikan rasionalitas terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Studi Kasus Mahasiswa IBI Darmajaya Di Bandar Lampung)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah literasi keuangan, pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif?
3. Apakah pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup Subjek dalam penelitian ini Literasi Keuangan, dan Faktor Demografi terhadap Perilaku Konsumtif.

### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa IBI Darmajaya di Bandar Lampung.

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.**

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini dilaksanakan di kampus *Informatics and Business Institute* (IBI) Darmajaya di Bandar Lampung.

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Ruang lingkup waktu yang dilaksanakan dalam penelitian ini yaitu selama bulan November 2017 sampai dengan selesai.

### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu**

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah lembaga keuangan, perilaku konsumtif, dasar demografi.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pokok permasalahan diatas maka diambil tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan dan mengetahui pengaruh literasi keuangan, pendapatan terhadap perilaku konsumtif
2. Menjelaskan dan mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif
3. Menjelaskan dan mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif

#### **1.5 Manfaat penelitian**

Dengan mengetahui pemecahan permasalahan, maka akan diperoleh beberapa manfaat, antara lain :

##### **1. Bagi Mahasiswa**

Hasil penelitian ini dapat membantu seseorang dalam pemahaman akibat dari perilaku konsumtif serta diharapkan seseorang dapat mengontrol penggunaan uang saku.

##### **2. Bagi Penulis**

Hasil penulisan ini dapat memperluas wawasan tentang dunia perilaku membeli khususnya masalah pembelian pemborosan dan dapat menerapkan teori yang diperoleh untuk diterapkan secara langsung pada kasus yang nyata.

##### **3. Bagi peneliti selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan referensi untuk memperoleh informasi mengenai perilaku konsumtif, juga dapat digunakan sebagai dasar/bahan untuk penelitian selanjutnya.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian yang relevan atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, dan kerangka pikir penulisan, serta hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan mengenai jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis data, metode analisis data serta pengujian hipotesis.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menerangkan tentang hasil dan pembahasan mengenai Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa IBI Darmajaya.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran- saran yang diharapkan memberikan manfaatnya bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**