

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Permasalahan yang muncul di era globalisasi ini menarik kita untuk meninjau kembali mengenai budaya yang berkembang pada masyarakat Indonesia. Diantaranya termasuk pola hidup konsumtif masyarakat yang sering di pandang sebagai salah satu dampak pengaruh globalisasi. Globalisasi inilah yang mendasari terjadinya perubahan-perubahan kebiasaan dan cara pandang manusia di berbagai lapisan masyarakat terhadap suatu obyek. Fenomena tersebut juga tidak terlepas dari budaya asing yang berdampak pada terbentuknya kebiasaan-kebiasaan baru yang mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia. (Frizia,2015).

Konsumtif pada umumnya merujuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok (Tambunan, 2010). Hal ini yang kemudian menjadikan tindakan konsumtif tersebut tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional. Dalam keadaan tersebut, manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada sebuah kebutuhan, serta cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata (*hedonistik*). Selain itu Jean Baudrillard mengatakan logika sosial konsumsi tidak akan pernah terfokus pada pemanfaatan nilai guna barang dan jasa oleh individu, namun akan terfokus pada produksi dan manipulasi sejumlah penanda sosial (Ritzer, 2011). Oleh karena itu konsumsi dalam pandangannya dilihat bukanlah sebuah kenikmatan atau kesenangan yang dilakukan masyarakat secara bebas dan rasional, melainkan sebagai sesuatu yang terlembagakan, dan dipaksakan kepada masyarakat hingga menyebabkan terjadinya pergeseran logika konsumsi, yaitu dari logika kebutuhan menjadi logika hasrat (Suyanto, 2013).

Pengaruh globalisasi yang telah menyebabkan munculnya perilaku konsumtif di Indonesia pada kalangan remaja dan anak muda sangat kelihatan nyata di kota-kota besar. Di Indonesia berdiri banyak Universitas Negeri maupun Swasta yang sudah bukan menjadi rahasia umum lagi bahwa keberadaan dari institusi pendidikan tersebut saat ini tidak semata-mata sebagai tempat menimba ilmu, melainkan pula sebagai tempat berlangsungnya ajang popularitas dan membentuk citra diri dalam rangka mempertahankan eksistensi guna mendapatkan pengakuan sosial yang berarti di kalangan mahasiswa. Hal tersebut kemudian telah menciptakan perubahan gaya hidup, mulai dari cara berpakaian, makanan yang dikonsumsi, barang-barang bermerk, dan lain-lain. Pada akhirnya perilaku konsumtif tersebut menjelma menjadi tren Shopaholic. Dalam realitasnya tren inipun tidak hanya dilakukan oleh Mahasiswa dengan status ekonomi keluarga menengah ke atas, namun juga berlaku pada mahasiswa dengan status ekonomi keluarga menengah ke bawah. (Frizia,2015).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas Indonesia pada tahun 2012 menunjukkan mahasiswa memiliki minat untuk berbelanja dan lebih cenderung berperilaku konsumtif dibandingkan dengan orang tua maupun pelajar SMA. Umumnya mahasiswa melakukan belanja bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup yang menjadikan seseorang menjadi boros atau dalam perilaku konsumtif disebut konsumerisme. Fenomena konsumerisme tersebutpun diperkuat dengan munculnya tren belanja online yang saat ini mewarnai pasar bisnis di Indonesia. Adapun yang menjadi sasaran utama adalah wanita muda yang berstatus sebagai mahasiswi.

Saat ini di Indonesia wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswa lebih sering membelanjakan uangnya untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu baik secara langsung maupun online. Kondisi pasar yang lebih banyak ditujukan untuk wanita menjadikan wanita cenderung lebih mudah dipengaruhi dan lebih konsumtif daripada kaum laki-laki. Tidak heran jika kemudian perilaku konsumtif sebagian besar dilakukan

oleh kaum wanita muda di Indonesia. Secara psikologis, konsumen wanita cenderung lebih emosional dalam berbelanja, sedangkan konsumen pria akan memulai menggunakan nalarnya ketika memutuskan untuk membeli sebuah barang. Hal tersebut didukung pula pada data hasil survey tahun 2014 yang dilakukan Tokopedia, yang menunjukkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi mendominasi jumlah pembelian, jumlah penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia. Adapun rata-rata dari barang yang dibelanjakan terdiri dari produk kecantikan dan kesehatan, pakaian, fashion, aksesoris, dan gadget. Tingkat konsumtifitas tersebut kemudian berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Tokopedia telah menempatkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi dengan persentase 66,28% sebagai masyarakat konsumtif dengan durasi belanja yang dapat mencapai 3 kali dalam seminggu. Sedangkan laki-laki yang mayoritasnya mahasiswa hanya berjumlah 33,72% (Tokopedia.com).

Perbedaan kecenderungan perilaku konsumtif laki-laki wanita memang cenderung sangat berbeda. Laki-laki lebih akan mudah terpengaruh pada bujukan seorang penjual yang membuatnya juga sering tertipu akibat tidak sabaran dalam memilih barang. Setelah itu, laki-laki juga cenderung memiliki perasaan tidak enak atau perasaan tidak mengahargai bila tidak membeli suatu barang jika ia telah memasuki salah satu toko di pusat perbelanjaan. Hal itulah yang kemudian menjadikan laki-laki menjadi lebih hati-hati dalam berbelanja, dan biasanya akan membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan dan perencanaannya sejak awal memutuskan untuk membeli suatu barang. Disisi lain pula laki-laki juga biasanya akan memilih satu barang saja, meskipun harga barang yang dibeli tersebut memiliki harga yang cukup mahal. Sebaliknya dikalangan wanita, wanita akan lebih muda tertarik pada warna dan bentuk suatu barang, bukan pada hal teknis kegunaannya, mudah terbawa arus bujukan penjual, menyenangi hal-hal yang romatis daripada bertindak objektif, cepat merasakan suasana pusat perbelanjaan, dan senang melakukan window shopping. Hal inilah yang menjadi alasan kuat yang membuktikan pula tingkat

konsumtifitas pada wanita khususnya mahasiswi lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki.

Masih adanya mahasiswa yang masih belum bisa memanfaatkan uangnya untuk hal-hal yang positif seperti menggunakan uangnya untuk berinvestasi ataupun mengakses pasar modal dan pasar uang, karena mahasiswa tidak memiliki tindakan atau perilaku yang tepat mengenai hal tersebut. Dari variabel perilaku, perilaku mengacu pada bagaimana seseorang berperilaku yang berkaitan dengan keuangan pribadi. Dari *domain cognitive*, pengetahuan mengacu pada apa yang kita tahu tentang masalah keuangan pribadi, bagaimana persepsi tingkat pengetahuan mahasiswa mengenai berbagai konsep keuangan pribadi (Brant A. Marsh, 2006).

Dalam arti sederhana keuangan pribadi terdiri dari 2 (dua) bagian. "Keuangan" yang berkaitan dengan keuangan, atau uang, atau juga dapat diartikan sebagai ilmu mengelola uang. "Pribadi" berarti orang, atau seseorang. Dalam konteks ini, keuangan pribadi dapat didefinisikan sebagai manajemen keuangan individu atau keluarga yang diperlukan untuk mendapatkan anggaran, tabungan, dan membelanjakan sumber uang dari waktu ke waktu, dengan mempertimbangkan berbagai resiko keuangan untuk masa depan. Perilaku keuangan pribadi adalah cara dimana individu mengelola sumber dana (uang) untuk digunakan sebagai keputusan penggunaan dana, penentuan sumber dana, serta keputusan untuk perencanaan pensiun (Gitman 2012). Dalam proses pengelolaan tersebut, maka tidak mudah untuk mengaplikasikannya karena terdapat beberapa langkah sistematis yang harus diikuti. Dengan mengetahui dasar dari manajemen keuangan, maka kita akan tahu bahwa segala sesuatu harus diawali dengan berfikir terlebih dahulu sebelum bertindak

Beberapa penelitian sebelumnya (Xiao et.al, dan Mandell dan Klein, 2009) menyimpulkan bahwa cara terbaik untuk memperbaiki perilaku di usia dewasa adalah dengan mengajarkan perilaku yang baik sejak kecil, termasuk perilaku keuangan (*financial behavior*). Sementara di Indonesia sendiri pendidikan

keuangan pribadi (*personal finance education*) masih jarang ditemui baik itu di sekolah dasar sampai bangku perkuliahan. Ada kalanya kesulitan keuangan bukan hanya disebabkan oleh rendahnya tingkat penghasilan, tetapi bisa juga disebabkan kesalahan dalam manajemen keuangan, untuk itu, dibutuhkan literasi keuangan yang memadai. Literasi keuangan dalam bentuk semua aspek keuangan pribadi bukan ditujukan untuk mempersulit atau mengekang orang dalam menikmati hidup serta menggunakan uang yang mereka miliki, tetapi justru dengan literasi keuangan, individu atau keluarga dapat menikmati hidup dengan menggunakan sumber daya keuangannya dengan tepat dalam rangka mencapai tujuan keuangan pribadinya (Warsono, 2010). Dalam kehidupan, manusia yang sebaiknya mengendalikan uang, bukan sebaliknya, kehidupan manusia dikendalikan oleh uang.

Secara luas peneliti menyatakan bahwa penelitian lebih lanjut mengenai pengelolaan uang mahasiswa di perguruan tinggi diperlukan. Hirt dan Nick dalam Ade (2011), berpendapat bahwa mahasiswa yang memiliki keinisiatifan untuk mengelola uang telah diabaikan dalam program perkuliahan. Ketika mahasiswa belajar bagaimana mengelola uang, mereka dapat merasakan kualitas diri yang menunjukkan kemampuan untuk memotivasi, bimbingan, tujuan dan tindakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan serta menjadi diri sendiri dan pada masa yang sama menyadari pentingnya hubungan dengan orang lain yang merupakan salah satu faktor perkembangan.

Mahasiswa sering memulai masa kuliah mereka dengan atau tanpa mengerti dan bertanggung jawab terhadap keuangan pribadi mereka sendiri (Cunningham 2000; Nellie Mae 2012). Menurut para peneliti senior INDEF, Aviliani (ekozone.com, 2010), kebutuhan edukasi kepada masyarakat terhadap produk-produk keuangan baik bank maupun nonbank sangat mendesak agar masyarakat tidak tertipu oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Mahasiswa semester 7 biasanya berumur sekitar 18-20 tahun dan telah mengambil sekitar 128 sks. Rata-rata mahasiswa semester 7 telah mengambil mata kuliah manajemen keuangan, analisis laporan keuangan, manajemen

keuangan dan anggaran. Penilaian atas pemahaman mereka atas perilaku keuangan pribadi dan pengetahuan keuangan dibutuhkan pemahaman dan kebiasaan mereka dalam menerapkan pengelolaan uang dan biasanya mahasiswa semester 7 lebih berpengalaman dalam mengelola uang.

Dahlia, Rabitah, dan Zuraidah (2009) meneliti mengenai literasi keuangan atas mahasiswa Malaysia, berdasarkan jenis kelamin, jurusan, dan angkatan. Hasil penelitian menyatakan terdapat perbedaan signifikan ditemukan dalam tingkatan sikap keuangan antara perempuan dan laki-laki. Sedangkan untuk jurusan, dan tingkatan semester mahasiswa tidak ditemukan perbedaan yang signifikan. Mengenai pengetahuan keuangan dalam penelitiannya tidak ada perbedaan yang signifikan berdasarkan jenis kelamin, jurusan, dan angkatan.

Boyland dan Warren (2013) menilai tentang perbedaan literasi keuangan antara mahasiswa dalam negeri dan mahasiswa internasional. Penelitian dilakukan berdasarkan jenis kelamin dan apakah mahasiswa tersebut berasal dari dalam negeri atau mahasiswa international. Dalam survei instrumen yang telah dibagi menjadi dua bagian, bagian pertama berisi 31 pertanyaan yang digunakan untuk menguji literasi keuangan yang di bagi menjadi empat kategori: kategori pendapatan, kategori pengelolaan uang, kategori tabungan, dan kategori pengeluaran. Hasil penelitian sampel untuk mahasiswa domestik dan mahasiswa internasional menunjukkan perbedaan signifikan pada pengelolaan uang dan pengeluaran. Sedangkan untuk pendapatan dan pengetahuan/kebiasaan untuk menabung tidak terlihat adanya perbedaan yang signifikan

Berdasarkan latarbelakang tersebut dan masih adanya research gap yang terjadi, penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul : **“Perbandingan Prilaku Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa Semester 7 jurusan Manajemen dan Akuntansi IIB Darmajaya”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: “Apakah terdapat perbedaan perilaku keuangan pribadi antara mahasiswa semester 7 jurusan Manajemen dan Akuntansi IIB Darmajaya”?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup Subjek dalam penelitian ini adalah perilaku keuangan pribadi.

### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Manajemen dan Akuntansi semester 7 IIB Darmajaya.

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

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini yaitu Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya Lampung.

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2017 sampai dengan selesai.

### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu**

Ruang lingkup ilmu: Pengantar Manajemen Keuangan, Manajemen Investasi, Kinerja Keuangan dan Analisis Laporan Keuangan.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pokok permasalahan diatas maka diambil tujuan dari penelitian ini adalah: “Untuk menguji apakah terdapat perbedaan perilaku keuangan pribadi antara mahasiswa semester 7 jurusan Manajemen dan Akuntansi IIB Darmajaya”.

## **1.5 Manfaat penelitian**

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

### 1. Bagi Objek yang diteliti

Hasil penelitian ini diharapkan mahasiswa mengelola keuangan pribadinya sebagai salah satu modal investasi yang dapat meningkatkan kualitas hidup mereka dimasa yang akan datang.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pegangan referensi bagi penelitian dibidang yang sama di masa yang akan datang.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada 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.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada 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.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian, jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

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

Pada bab ini menerangkan tentang hasil dan pembahasan mengenai pengaruh sosial demografi, pengetahuan keuangan, dan sikap keuangan terhadap perilaku investasi keuangan di Kampus IBI Darmajaya Lampung.

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

Pada bab ini berisi simpulan dan saran yang diharapkan memberikan manfaatnya bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**