

BAB I

PENDAHULUAN

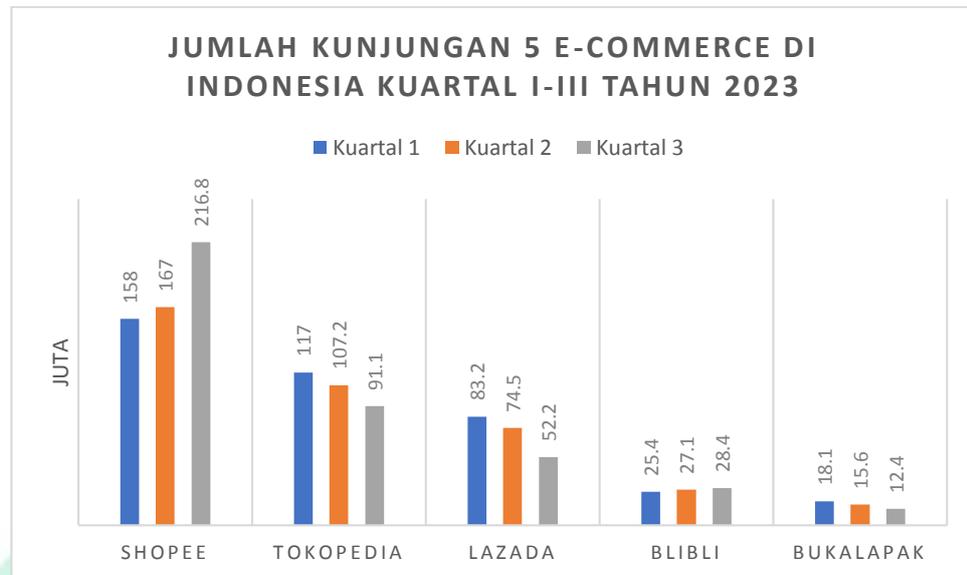
A. Latar Belakang

Era globalisasi bisa dikatakan merupakan penyebaran kebiasaan yang global, yang mencakup hubungan sosial di seluruh dunia termasuk Indonesia yang termasuk dalam kategori negara berkembang. Dilihat dari kemudahan, perkembangan teknologi ditawarkan dalam mengakses sebuah informasi. Salah satu bentuk perkembangan teknologi pada saat ini adalah internet yang telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat sebagian besar. Dengan hadirnya internet dan canggihnya alat komunikasi, semua informasi bisa diperoleh dengan cepat dan mudah seiring diikuti dengan perkembangan zaman. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023 (Sadya, 2023).

Kemajuan teknologi dapat mempengaruhi kehidupan Masyarakat. Di mana teknologi yang semakin maju, semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi dengan mudah dan cepat, dengan menyediakan layanan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi khususnya dalam konsumsi. Konsumsi masyarakat Indonesia tidak lagi hanya ditujukan untuk memuaskan suatu kebutuhan, tetapi sebagai sarana pemenuhan keinginan.

Di era modernisasi, transaksi jual beli tidak hanya dilakukan dengan mekanisme konvensional, namun juga dapat dilakukan melalui media internet. Adanya toko online juga merupakan salah satu implementasi teknologi dalam meningkatkan bisnis atau sarana jual beli produk dengan menggunakan electronic commerce (e-commerce) (Subagyono & Dwiridotjahjono, 2021). Indonesia sendiri ada banyak situs E-commerce yang menawarkan produk baik barang maupun jasa, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Lazada dan lain sebagainya. Situs E-Commerce di Indonesia menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen dimanapun dan siapapun dapat membuka toko

online untuk melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia (Prabanigtyas, 2022).



Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Situs E-commerce

(Sumber: *Databoks.katadata.co.id*)

Berdasarkan pada Gambar 1.1 data 5 situs E-commerce kategori marketplace dengan pengunjung terbanyak di Indonesia kuartal III 2023 adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Pengunjung shopee lebih banyak dibandingkan dengan e-commerce lainnya yaitu 216.8 juta atau 216%. Selanjutnya disusul oleh Tokopedia sebesar 91,1 juta atau 91 persen. Kemudian disusul dengan Lazada 52,2 juta atau 52 persen. Lalu disusul oleh Blibli 28,4 juta atau 28 persen. Dan yang terakhir disusul oleh Bukalapak 12,4 juta atau 12 persen.

Jika dilihat dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengunjung Shopee lebih banyak 125% dibandingkan dengan Tokopedia. Selanjutnya pengunjung Shopee lebih banyak 164% dibandingkan dengan Lazada. Kemudian pengunjung Shopee lebih banyak 190% dibandingkan dengan Blibli. Dan yang terakhir pengunjung Shopee lebih banyak 190% dibandingkan dengan Bukalapak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Shopee lebih unggul dibandingkan dengan e-commerce lainnya.

Shopee adalah aplikasi marketplace online untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee telah mengalami peningkatan pengguna dan

unduhan Shopee dalam waktu yang relatif singkat sejak diluncurkan pada tahun 2015. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman baru berbelanja. Shopee unggul dalam mempermudah promosi barang dan interaksi (antara penjual dan pembeli) dengan adanya fitur video produk dan fitur tawar menawar. Shopee juga memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman (Yugra Aprilia, 2023).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada Gambar 1.1 terlihat bahwa masyarakat Indonesia lebih tertarik dan percaya dengan transaksi jual beli menggunakan aplikasi Shopee. Shopee menawarkan berbagai produk tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan tetapi juga sebagai dorongan untuk memuaskan keinginan. Situasi seperti ini, secara tidak langsung dapat memicu individu untuk melakukan pembelian barang secara terus-menerus dan berlebihan yang akibatnya dapat menimbulkan perilaku konsumtif seseorang (Rahmawati & Rejeki, 2021).

Sebelumnya peneliti telah melakukan pra survei, peneliti mendapatkan 90 responden dari mahasiswa/i IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Berdasarkan hasil pra survei menunjukkan bahwa dari 90 responden dengan presentase 93,3% menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja.

Perkembangan teknologi internet yang begitu pesat membawa dampak yang signifikan terhadap pola perilaku konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa yang menggunakan aplikasi Shopee. Shopee adalah e-commerce yang populer yang menawarkan berbagai produk dengan harga yang menarik, diskon, promosi, dan kemudahan bertransaksi, menjadikannya pilihan utama bagi mahasiswa untuk melakukan pembelian online. Kemajuan teknologi yang modern ini sangat mempengaruhi tingkat daya komunikatif masyarakat. Sehingga pola perilaku konsumtif masyarakat saat ini telah berubah, yang mana seharusnya mengutamakan pemenuhan kebutuhan pokok (primer) sekarang beralih pada pemenuhan kebutuhan sekunder dan pemenuhan kebutuhan tersier (Manalu, 2023).

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku seseorang dalam membeli suatu produk yang tidak didasarkan pada pertimbangan dan tidak melihat faktor kebutuhan. Berkembangnya perilaku konsumtif didasari dorongan dalam diri atas ketidakmampuan untuk mencapai kepuasan yang diinginkan tanpa memikirkan kebutuhan primer (Priananda & Noviandari, 2020). Jika seseorang membeli sesuatu di luar kebutuhan rasionalnya, itu akan menunjukkan sikap konsumtif. Menurut Alamanda perilaku konsumtif cenderung menimbulkan biaya yang lebih tinggi dikarenakan pembelian yang secara tidak terencana akibat dari pemenuhan keinginan yang tidak terbatas (Komalasari, 2022).

Fenomena perilaku konsumtif yang mempengaruhi kehidupan orang saat ini. Menurut Marshall menyatakan konsumen tidak merasakan kepuasan secara maksimum dan melakukan pembelian terus menerus jika barangnya dirasa tidak puas. Jika seseorang terus-menerus konsumtif, maka munculnya batas antara kebutuhan primer dan kebutuhan tersier. Hal ini yang bisa mengakibatkan masyarakat berubah dari segi gaya hidup dan kemampuan finansial yang menurun, karena kemungkinan bimbang antara untuk memenuhi kebutuhan yang harus dipenuhi lebih dulu atau kebutuhan tersier yang bisa disebut keinginan semata untuk menunjukkan penerimaan sosial (Khoirunnas & Hidir, 2017).

Perilaku konsumtif adalah sikap seseorang yang cenderung menunjukkan sikap yang berlebihan dalam berbelanja suatu produk dan menggunakannya secara tidak wajar atau dengan kata lain membeli suatu produk dengan mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan (Ritonga et al., 2021). Perilaku konsumtif ini merupakan suatu fenomena yang banyak melanda mahasiswa yang sebenarnya belum cukup memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya (Sutriati et al., 2018). Mahasiswa umumnya berusia pada rentang 17-22 tahun. Rentang usia tersebut masuk pada kategori masa remaja. Menurut Chita masa remaja adalah masa transisi dan penggalan mengenai gambaran diri, remaja menghadapi proses penciptaan suatu karakter, remaja mulai menggali dan berupaya untuk menggapai pola yang sinkron dengan standar, hal ini menyebabkan mereka sangat mudah terbawa oleh berbagai hal di lingkungannya (Rahmawati et al., 2022).

Fenomena konsumtif yang sering terjadi dikalangan mahasiswa yaitu membelanjakan uangnya ke hal yang kurang penting seperti membeli trend pakaian kekinian dan nongkrong di cafe-cafe hingga lupa menyisihkan uangnya untuk ditabung untuk mengantisipasi kebutuhan yang tak terduga dan keperluan yang lebih penting lainnya, yang mengarah pada perilaku konsumtif atau perilaku boros. Dalam penelitian Hidayah dan Wibowo (2018) juga menyebutkan bahwa ketika mahasiswa sedang berbelanja mereka menghabiskan uangnya untuk membeli produk seperti pakaian dan hiburan yang menyebabkan pemborosan sebab mengutamakan keinginan daripada kebutuhan.

Menurut Koher dalam Santosa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dapat dibedakan menjadi faktor yang berasal dari dalam individu (faktor internal) seperti motivasi, kepribadian, proses, sikap dan gaya hidup. Sedangkan faktor dari luar individu (faktor eksternal) seperti kebudayaan, kelas sosial, keluarga, dan kelompok referensi (Arika, 2022). Menurut Perdana (2022) beberapa faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang diantaranya gaya hidup, kepribadian, status sosial ekonomi orang tua, usia, pekerjaan, tingkat pendapatan, e-commerce, kelompok teman sebaya dan literasi keuangan.

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan agar terhindar dari berbagai macam kesulitan dan mengarahkan untuk kehidupan yang lebih baik di masa depan (Tribuana, 2020). Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan jumlah responden 14.634 dari 34 provinsi di Indonesia, rentan usia responden antara 15 tahun hingga 79 tahun. Hasil dari SNLIK 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan Masyarakat Indonesia mencapai 49,68% di mana mengalami peningkatan signifikan dibandingkan di tahun 2019 yang hanya sebesar 38,03%. Meskipun mengalami kenaikan sebesar 11,65%, namun Tingkat literasi keuangan masyarakat masih dibawah angka 50% (OJK, 2022).

Literasi keuangan menjadi penting karena berkaitan dengan pengelolaan keuangan terutama mahasiswa yang cenderung tinggi perilaku konsumtif yang tinggi. Rendahnya literasi keuangan seseorang dapat menyebabkan berbagai

pengaruh ataupun masalah dalam pengelolaan keuangan (Nurfita, 2023). Seseorang yang memiliki literasi keuangan rendah akan cenderung tidak bisa mengelola keuangannya dengan baik dan lebih memilih menggunakan uangnya untuk hal yang tidak berguna, seperti berbelanja terlalu banyak atau berlebihan sehingga tidak menyisihkan uang untuk menabung. Hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dany & Susanti (2022) hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kontrol diri tindakan yang sangat penting ketika sebelum memutuskan suatu hal untuk mengambil keputusan dalam berperilaku (Manalu, 2023). Kontrol diri adalah tindakan yang mampu mengendalikan diri dan mengontrol keputusan konsumen yang melakukan transaksi pembelian harus mempertimbangkannya lebih dulu sebelum membeli barang agar dapat menghindari perilaku konsumtif. Seringkali mahasiswa melakukan transaksi pembelian tidak didasari pertimbangan, hal ini biasanya dikarenakan oleh iming-iming adanya diskon dan lainnya (Annafila & Zuhroh, 2022).

Mahasiswa cenderung membelanjakan uangnya tanpa memperhitungkan pemasukan yang didapat, sehingga perlu adanya kontrol diri dalam diri setiap mahasiswa agar terhindar dari sesuatu yang merugikan termasuk perilaku konsumtif yang tidak terkendali (Aini et al., 2023). Seseorang yang mempunyai kontrol diri yang tinggi maka bisa menurunkan sikap perilaku konsumtif, dan sebaliknya jika seseorang mempunyai kontrol diri yang rendah maka dapat meningkatkan pola perilaku konsumtif (Annafila & Zuhroh, 2022). Hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mengga (2023) menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah & Estisia Pratiwi (2023) hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel kontrol diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Lingkungan Teman sebaya ialah kumpulan anak-anak remaja dengan tingkat kedewasaan yang sama dan hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompoknya. Dampak dari kelompok teman sebaya lebih dominan dibanding dampak dari keluarga sebab mereka menghabiskan waktu lebih banyak menghabiskan waktu buat beraktivitas atau berada pada luar rumah bersama teman sebayanya, yang dapat mengubah sikap, pembicaraan, penampilan, dan perilaku mereka (Nurfita, 2023).

Lingkungan teman sebaya memiliki dampak negatif dan positif bagi tiap individu, lingkungan teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku seseorang salah satunya dalam menentukan produk yang dikonsumsi. Teman sebaya memiliki peran yang cukup besar dalam pembentukan sikap seseorang. Karena adanya kecenderungan agar dapat diterima di lingkungan teman sebayanya sehingga para remaja mudah dipengaruhi oleh kelompoknya dibanding sumber-sumber lainnya. Hal ini mengakibatkan mahasiswa lebih memprioritaskan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta perkembangan di lingkungan sekitar supaya setara dengan lingkungan teman-teman yang sebaya (Aini et al., 2023). Hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh dilakukan oleh Aini (2023) menunjukkan bahwa lingkungan teman sebaya keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pohan et al., 2021) hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel lingkungan teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan permasalahan dan riset gap yang telah dijabarkan diatas, Perilaku konsumtif sangat mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa karena mahasiswa dikalangan remaja dewasa pada waktu inilah usia yang mereka miliki, dapat berkumpul dan bersosialisasi dengan teman sebayanya di bangku perkuliahan. Mahasiswa memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi dibanding yang lainnya karena mereka lebih sering menggunakan barang yang ingin dipakai dibandingkan dengan barang yang mereka butuhkan, mahasiswa umumnya lebih tertarik dan rentan terpengaruh untuk membeli produk jika ada diskon baik di mall maupun di *marketplace*, dan mahasiswa juga selalu membeli pakaian yang sedang trend saat ini. Salah satunya mahasiswa IAIN Syekh

Nurjati Cirebon yang memiliki latarbelakang ekonomi yang kental, walaupun memiliki latar belakang tersebut tidak menuntut kemungkinan mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon berperilaku konsumtif. Maka hal itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktof-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna Shopee IAIN Syekh Nurjati Cirebon**”

B. Perumusan Masalah

a. Identifikasi Masalah

1. Hadirnya e-commerce, seperti Shopee yang menawarkan berbagai produk dan diskon secara tidak langsung mendorong masyarakat termasuk mahasiswa untuk terus-menerus membeli barang yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif.
2. Fenomena perilaku konsumtif yang banyak menimpa masyarakat, termasuk kalangan pelajar dan mahasiswa yang sebenarnya tidak mempunyai kemampuan dalam hal keuangan yang relatif untuk memenuhi kebutuhan mereka.
3. Rendahnya literasi keuangan membuat tidak bisa mengolah keuangannya secara baik dan mereka lebih suka uang digunakan untuk suatu terbilang tidak penting dan tidak menyisihkan uang untuk menabung.
4. Masyarakat serta mahasiswa seringkali melakukan transaksi pembelian tanpa mempertimbangkannya dulu, sebab umumnya karena adanya iming-iming diskon atau lainnya.
5. Pengaruh dan dampak dari teman sebaya lebih dominan dibanding dampak dari keluarga sebab mereka menghabiskan waktu lebih banyak ketika melakukan aktivitas atau berada pada luar rumah bersama teman sebayanya.

b. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah Batasan penelitian ini berkonsentrasi pada variabel literasi keuangan, kontrol diri dan lingkungan teman sebaya

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon pengguna Shopee.

c. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang sudah dipaparkan diatas penelitian ini terdapat rumusan masalah yaitu:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee?
2. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee?
3. Apakah lingkungan teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee?
4. Apakah literasi keuangan, kontrol diri dan lingkungan teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar lingkungan teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar literasi keuangan, kontrol diri dan lingkungan teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna Shopee.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan dan wawasan mahasiswa tentang literasi keuangan, kontrol diri, dan pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mahasiswa pengguna Shopee. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan berfungsi sebagai sarana untuk mengembangkan teori tentang apa yang dipelajari di perkuliahan terutama terkait dengan perilaku konsumtif.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

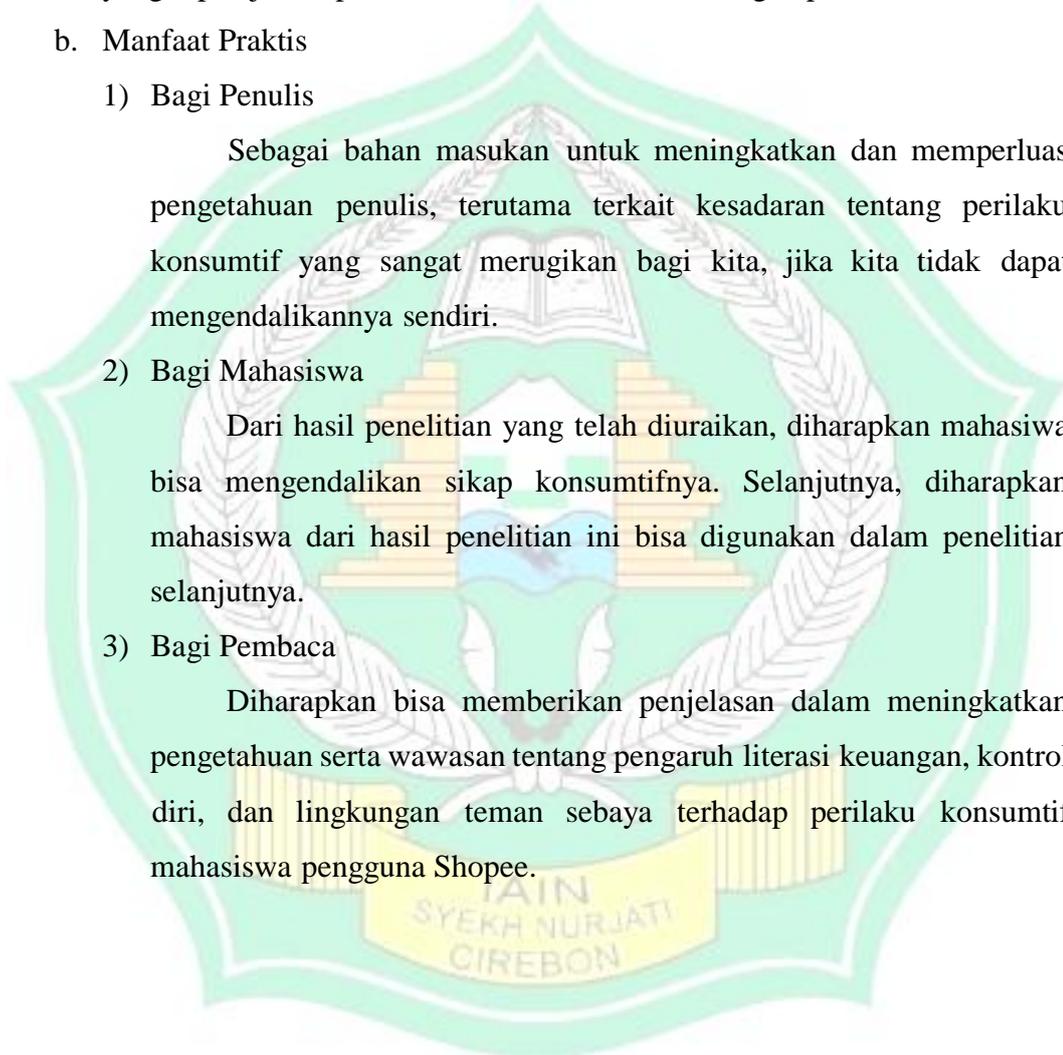
Sebagai bahan masukan untuk meningkatkan dan memperluas pengetahuan penulis, terutama terkait kesadaran tentang perilaku konsumtif yang sangat merugikan bagi kita, jika kita tidak dapat mengendalikannya sendiri.

2) Bagi Mahasiswa

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan, diharapkan mahasiswa bisa mengendalikan sikap konsumtifnya. Selanjutnya, diharapkan mahasiswa dari hasil penelitian ini bisa digunakan dalam penelitian selanjutnya.

3) Bagi Pembaca

Diharapkan bisa memberikan penjelasan dalam meningkatkan pengetahuan serta wawasan tentang pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee.



D. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan terdiri dari lima bab. Masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang kajian terdahulu, kajian teori, kerangka pikir, hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, uji instrument penelitian, analisis data, dan sistematis penulisan.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang gambar umum penelitian, penyajian data, dan pembahasan

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan, dan saran.