

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan era globalisasi yang begitu pesat ini masyarakat cenderung canggih dalam bidang teknologi dan informasi. Dengan berkembangnya teknologi saat ini pun dapat memberikan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh seseorang. Dimana semakin berkembangnya teknologi pada saat ini, maka tidak ada yang bisa filter untuk menghentikannya.

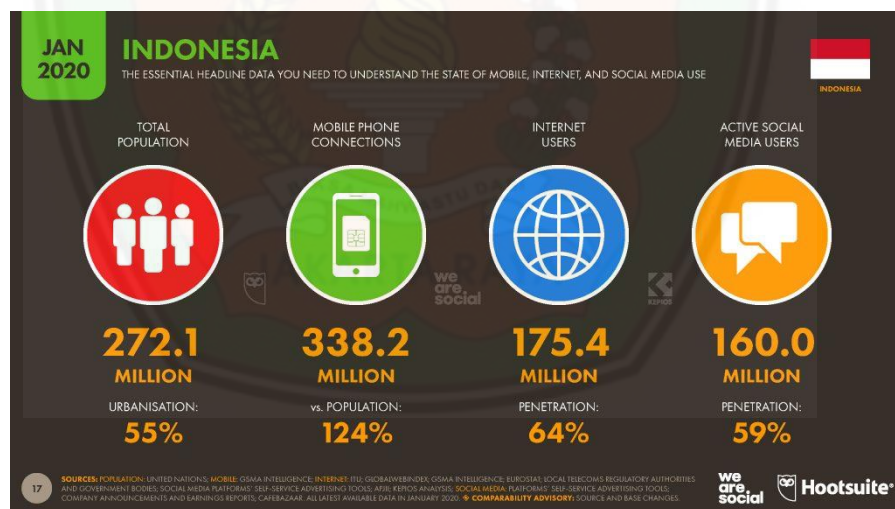
Perkembangan tersebut membuat masyarakat memiliki akses lebih dan tidak ada batasannya untuk mencari berbagai informasi terutama informasi mengenai produk elektronik, *fashion*, makanan maupun minuman yang merupakan kebutuhan sehari-hari mereka. Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan melakukan berbelanja, karena menurut sebagian masyarakat berbelanja merupakan alternatif yang baik untuk melepaskan penat dan *stress*.

Dengan tanpa adanya batasan tersebut membuat masyarakat mempunyai kebutuhan berbagai macam yang lebih kompleks dan harus dipenuhi oleh masyarakat untuk kehidupan sehari-hari mereka. Hal tersebut merupakan perilaku konsumtif (*Consumptive Behavior*) yang akan mempermudah masyarakat dalam melakukan segala sesuatu baik membeli produk maupun jasa. *Consumptive Behavior* pada dasarnya tidak melihat dari kalangan mahasiswa saja tetapi semua kalangan usia, status sosial maupun jenis kelamin.

Pada saat ini mahasiswa lebih mengapresiasi diri mereka melalui penampilan, oleh karena itu produk *fashion* menjadi produk yang sering dicari oleh kalangan mahasiswa, dengan demikian mahasiswa lebih mengonsumsi produk *fashion*, karena sebagian dari mereka ingin diterima dalam kelompoknya melalui penampilan diri mereka. Mahasiswa cenderung dianggap mengikuti perkembangan zaman dan mendapat julukan dapat meninggikan harga dirinya jika memakai dan membeli barang dengan *brand* terkenal.

Pada saat ini, tidak hanya *fashion* saja yang diminati oleh kalangan mahasiswa, tetapi *smartphone* pun menjadi teknologi yang paling diminati oleh kalangan mahasiswa dan hampir semua masyarakat atau mahasiswa memiliki *smartphone* dan biasanya mempunyai akun sosial medianya juga. Dimana *smartphone* dan media sosial itu sendiri tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi jarak jauh saja melainkan menjadi peran penting bagi masyarakat untuk dipakai sebagai media pembelajaran, mencari segala informasi, menambah ilmu pengetahuan dan lain-lainnya.

Tidak dapat dipungkiri, jika mahasiswa berteman dengan pemilik *smartphone* yang canggih, maka mahasiswa tersebut akan berusaha memiliki *smartphone* yang lebih canggih. Dimana *smartphone* dan media sosial tidak hanya digunakan oleh kalangan atas tetapi kalangan bawahpun menggunakan *smartphone* sebagai media informasinya. Bagi mahasiswa yang hadir dari kalangan keluarga menengah kebawah, maka keinginan untuk memiliki barang-barang yang mewah akan sulit terpenuhi (Tribuana, 2020).



Gambar 1. 1. Statistik Pengguna Digital dan Internet di Indonesia 2020

Sumber: (Riyanto, 2020)

Berdasarkan Gambar 1.1. dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 272,1 Juta jiwa. Pada statistik data diatas bahwa penggunaan *smartphone*, media sosial dan internet di Indonesia sangat tinggi. Terlihat sebanyak 338,2 juta masyarakat memiliki *smartphone*, bahkan dari sebagian masyarakat tersebut memiliki *smartphone* lebih dari satu. Selanjutnya, peringkat ketiga dari

data *statistic* di atas adalah pengguna internet, dimana penggunaan internet di Indonesia mencapai 175,4 juta jiwa. Tidak hanya pengguna *smartphone* dan internet, jumlah pengakses sosial media pun mencapai 160 juta jiwa. Hal tersebut menunjukkan sebagian masyarakat aktif dalam menggunakan *smartphone*, internet dan sosial media.

*Consumptive Behavior* sering kali terjadi karena adanya penggunaan media sosial yang berlebihan terutama dikalangan mahasiswa. Banyak sekali iklan dari berbagai *platform* yang menawarkan produknya dengan banyak diskon atau *flash sale*. Bahkan sekarang berbagai *platform e-commerce* menyediakan layanan gratis ongkir sehingga mahasiswa lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan data mengenai perilaku masyarakat berbelanja *online* di Indonesia selama *pandemic* Covid-19 dalam artikel (Devita, 2020) minat pembelian teknologi seperti webcam meningkat sebanyak 1572% selama *pandemic* ini guna mendukung efektifitas *video call* selama pemberlakuan *Work From Home* yang menyebabkan belajar dari rumah atau jarak jauh. Sebanyak 63% *fashion* menjadi kategori yang sangat diminati oleh masyarakat, diikuti oleh elektronik sebanyak 45%, *grocery* dan kebutuhan rumah tangga sebanyak 41%, kosmetik sebanyak 33% dan kategori terakhir yaitu produk Kesehatan sebanyak 30%.

Berdasarkan hasil survey pada artikel (Sirclo, 2020) terdapat 5 *marketplace* terbesar di Indonesia selama kuartal kedua pada tahun 2020 sebanyak 93,4 juta masyarakat menggunakan Shoppe sebagai *marketplace* untuk melakukan belanja *online*. Diikuti dengan *marketplace* lokal yaitu Tokopedia yang menjadi pilihan kedua masyarakat untuk melakukan belanja *online* sebanyak 86,1 juta masyarakat, pengguna Bukalapak sebanyak 35,2 juta masyarakat, Lazada 22 juta masyarakat dan Blibli 18,3 juta masyarakat. Tiap *platform e-commerce* ini sebenarnya memiliki pasarnya sendiri. Misalnya, Shoppe lebih dikenal dengan produk fashion dan kecantikannya.

Pada dasarnya masyarakat terutama mahasiswa lebih gampang terjerumus oleh *consumptive behavior* karena hanya ikut-ikutan, gengsi dan lebih ingin mengikuti perkembangan zaman. Oleh karena itu, masyarakat atau mahasiswa seharusnya lebih pandai mengelola keuangannya, mahasiswa dengan pola konsumtif tersebut bisa ganti dengan menabung, investasi dan membeli kebutuhan

kuliah seperti membeli alat tulis, membeli buku, transportasi dan kebutuhan kuliah lainnya. Faktor faktor yang menyebabkan masyarakat atau mahasiswa melakukan perilaku konsumtif, salah satu penyebab mahasiswa melakukan perilaku konsumtif yakni *financial literacy* dan *self control*.

Pertama, *financial literacy*. Pemahaman tentang *financial literacy* sangat penting apalagi bagi mahasiswa yang lebih dikenal dengan perilaku konsumtifnya dan tidak bisa mengatur keuangannya dengan baik. Dengan mempunyai pengetahuan mengenai *financial literacy* dapat membantu seseorang dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi mereka, sehingga orang tersebut bisa memaksimalkan nilai uang dan keuntungan yang diperoleh oleh seseorang semakin besar dan dapat meningkatkan taraf kehidupannya. Dengan adanya kemampuan literasi keuangan (*financial literacy*), mahasiswa akan lebih mengetahui mana prioritas kebutuhannya dan lebih bisa memprioritaskan pengeluarnya.

Banyak mahasiswa yang tidak mengerti mengenai literasi keuangan (*financial literacy*), salah satunya adalah pengetahuan keuangan, hal tersebut mengakibatkan banyak yang mengalami kegagalan dalam melakukan penerapannya sehingga menyebabkan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Padahal sebagai mahasiswa, saat inilah waktu yang baik dan tepat untuk memahami cara pengelolaan keuangan yang benar. Tetapi masih banyak yang mengesampingkan mengenai pengetahuan keuangan dengan menghamburkan uang bersama teman-teman maupun untuk diri sendiri, tanpa mengetahui betapa pentingnya pemahaman mengenai *financial literacy*. Karena dengan adanya *financial literacy* akan mempermudah mahasiswa dalam mengelola keuangan dan bahkan dapat mengantisipasi kemiskinan.

Kedua, *self control*. *Self control* adalah cara seseorang yang dapat menahan dan mengendalikan keinginannya. *Self control* adalah kemampuan seseorang dalam peka membaca situasi diri dan sekitar lingkungannya (Candra et al., 2021). Tetapi saat ini banyak mahasiswa kurang dalam mengendalikan dirinya yang mengakibatkan munculnya keinginan yang tidak dibutuhkan.

Perilaku konsumtif yang dialami oleh seseorang cenderung muncul karena kurangnya pengendalian diri (*self control*) dari orang tersebut. Oleh sebab itu, untuk menghindari dari perilaku konsumtif tersebut, kita harus bisa mengendalikan diri

kita sendiri agar tidak melakukan konsumtif terus menerus. Jika kita bisa mengendalikan diri kita, maka akan jauh dari hal yang merugikan kita sendiri. Ketika *self control*nya tinggi, maka *consumptive behavior* seseorang akan semakin rendah. Sebaliknya, ketika *self control* seseorang rendah maka *consumptive behavior* seseorang tersebut akan semakin tinggi.

*Financial literacy* dan *self control* merupakan faktor penentu dalam mengendalikan *consumptive behavior*, karena mulai saat ini penggunaan media sosial harus diperhatikan dan mahasiswa harus cerdas dalam melakukan pembelian barang maupun jasa secara bijak, untuk menghindari dari *consumptive behavior*.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat *research gap* yang diteliti oleh (Udayanthi et al., 2018) Literasi keuangan berpengaruh terhadap *consumptive behavior*. Sedangkan penelitian terdahulu menurut (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018) literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *consumptive behavior*.

Hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Chita et al., 2015) kontrol diri berpengaruh terhadap *consumptive behavior*. Beda halnya dengan penelitian (Anjani & Astiti, 2020) Kontrol diri tidak berpengaruh terhadap *consumptive behavior*.

Fenomena yang dapat diambil adalah pada saat ini masyarakat yang mengharuskan tetap dirumah dan aktivitas masyarakat atau mahasiswa terbatas, bahkan aktivitas belanja pun banyak dilakukan dirumah secara *online*, godaan konsumtif tersebut akan membuat mahasiswa akan lebih banyak waktu untuk membuka situs belanja *online* dan melihat sosial media yang meng-iklan kan berbagai produk, ditambah pula ada diskon, *cashback*, *buy one get one*, bonus pembelian, gratis ongkir dan lain-lain. Hal tersebut akan membuat seseorang tergiur untuk melakukan pembelian produk tersebut dan terjebak dalam perilaku konsumtif.

Masalah yang melatar belakangi penelitian ini yaitu banyak dari kalangan mahasiswa tidak mampu mendahulukan pengeluaran keuangan, lebih mengutamakan keinginannya daripada kebutuhannya, tidak mau menabung karena tuntutan keinginan pribadi yang harus dipenuhi. Pada dasarnya mahasiswa perlu cara untuk

mengubah pola konsumsi dengan lebih selektif. Oleh karena itu, banyak mahasiswa yang berperilaku konsumtif (*consumptive behavior*) dan tidak mendahulukan pengetahuan tentang *financial literacy* sehingga perlu adanya *self control* untuk mengantisipasi agar tidak menjadi seseorang yang berperilaku konsumtif.

Objek penelitian ini yaitu Mahasiswa Strata-1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, maka penulis menarik judul mengenai **“Pengaruh *Financial Literacy* dan *Self Control* Terhadap *Consumptive Behavior* Pada Mahasiswa Stata-1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya”**.

## 1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Consumptive Behavior* Pada Mahasiswa Strata-1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?
2. Apakah *Self Control* berpengaruh terhadap *Consumptive Behavior* Pada Mahasiswa Strata-1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?
3. Apakah *Financial Literacy* dan *Self Control* berpengaruh terhadap *Consumptive Behavior* Pada Mahasiswa Strata-1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Consumptive Behavior* Pada Mahasiswa Strata-1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Untuk mengetahui pengaruh *Self Control* terhadap *Consumptive Behavior* Pada Mahasiswa Strata-1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

3. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Literacy* dan *Self Control* terhadap *Consumptive Behavior* Pada Mahasiswa Strata- 1 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak baik itu secara teoritis maupun praktis antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa untuk berpedoman agar tidak melakukan *consumptive behavior* dan bisa mengontrol diri mereka dan lebih memahami mengenai *financial literacy*

2. Bagi Peneliti

Diharapkan menjadi pengetahuan baru yang akan memberikan manfaat bagi kehidupan penulis ke depannya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan sebagai sumber referensi dan sebagai pembanding untuk melakukan penelitian selanjutnya serta dapat membantu masyarakat atau mahasiswa dalam memahami akibat dari perilaku konsumtif.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Agar dalam pembahasan tidak meluas, maka penulis perlu membatasi masalah. Pembatasan masalahnya adalah para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Fakultas Psikologi yang dijadikan responden dalam penelitian ini yang dilakukan di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Permasalahan yang dibahas yaitu hanya *Financial Literacy* dan *Self Control Terhadap Consumptive Behavior*.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar mempermudah peneliti dalam penyusunan dan memahami terhadap penelitian ini peneliti menguraikan sistematika penulisan menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penelitian.

### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III          METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

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

Bab ini membahas hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V           PENUTUP**

Bab ini tentang kesimpulan dan implikasi manajerial untuk penelitian selanjutnya yang dianggap sama.