

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Pada banyak kasus, perilaku konsumtif ini tidak berdasarkan pada kebutuhan, tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan. Pergeseran perilaku konsumen tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi dan menghilangkan stress. Selain itu memberikan pengetahuan baru tentang perkembangan *trend* dan model baru serta untuk menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya (Imawati, 2013).

Perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut (Engel, 2008). Pada satu sisi, konsumsi memang bersifat mutlak. Keberlangsungan hidup manusia tidak bisa terlepas dari asupan pangan yang mereka nikmati. Peningkatan intensitas kebutuhan komoditas konsumsi secara rasio memang berkorelasi positif dengan pertumbuhan jumlah manusia (Jumiati, 2009).

Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk. Lebih lanjut, perilaku konsumtif juga diartikan sebagai tindakan memakai

suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, seseorang membeli produk bukan karena produk yang dipakai telah habis, melainkan karena adanya iming-iming hadiah yang ditawarkan atau bahkan produk tersebut sedang *trend*.

Mahasiswa mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, dimana mereka mencari dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal. Suatu fenomena yang banyak melanda mahasiswa saat ini yaitu dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Haryani, 2015).

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unimor, terdapat 40 responden yang berpotensi melakukan kegiatan yang konsumtif berdasarkan kriteria pembelian yang dilakukan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unimor. Berikut adalah hasil observasi yang telah dikumpulkan peneliti pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1

Hasil Observasi Potensi Perilaku Konsumtif melalui Pembelian oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unimor Periode: 2023

No	Kriteria Pembelian	Jenis Pembelian berdasarkan		Jumlah	Prosentase
		kebutuhan	keinginan		
1.	<i>Fashion</i>	5	5	10	25%
2.	<i>Game</i>	-	13	13	32,5%
3.	Biaya Transportasi	9	-	9	22,5%
4.	Makan/Minum	5	3	8	20%
Total		19	21	40	100%

Sumber: Data Diolah, Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1 hasil observasi diatas dapat diketahui bahwa dari 40 responden, sebanyak 25% melakukan pembelian dengan kriteria *fashion*, 32,5% melakukan *top up game*, 22,5% dengan biaya transportasi, dan 20% dengan pembelian makan/minum. Hasil prosentase di atas menunjukkan banyaknya mahasiswa yang masih berperilaku konsumtif dengan mementingkan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan, seperti yang diungkapkan oleh Sumartono (2002) Perilaku konsumtif adalah perilaku yang dilakukan oleh konsumen dengan mengkonsumsi barang atau jasa untuk mencapai kesenangan dan kepuasan yang maksimal serta mengedepankan faktor keinginan semata.

Perilaku konsumtif memiliki berbagai faktor pendorong, yakni Gaya Hidup dan Penggunaan *E-money*. Hawkins (dalam Hasibuan, 2010: 15)

mengatakan bahwa gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya hidup juga sering kali dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam memilih sesuatu. Sedangkan menurut Gidden (dalam Arbaini, 2017) mengatakan bahwa gaya hidup merupakan konsep refleksi seperti ketika ada pertanyaan “bagaimana saya hidup?”, “siapa saya?”, harus di jawab dalam keputusan dari hari ke hari tentang bagaimana perilaku, apa yang dipakai dan apa yang dimakan dan menempatkan dengan cara lain, dalam tatanan post tradisional menjadi sebuah proyek refleksi. Gaya hidup adalah refleksi pola konsumsi pilihan individu tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kanserina (2015) mengenai perilaku konsumtif, menemukan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang terhadap perilaku konsumtif sebanyak 12,8% dan signifikan, dimana semakin mewah gaya hidup individu maka semakin naik pula perilaku konsumtifnya dan apabila gaya hidup seseorang rendah maka semakin menurun perilaku konsumtifnya. Melina & Saftia (2018) juga melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif yang menemukan hasil pada variabel gaya hidup memiliki pengaruh bagi perilaku konsumtif sebanyak 38,5% dan signifikan, dimana saat gaya hidup naik perilaku konsumtifnya juga naik.

Berdasarkan hasil pengamatan, Gaya Hidup Mahasiswa-mahasiswi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki perilaku konsumtif yang cukup tinggi. Kebanyakan mahasiswa tidak bisa memuaskan hasratnya dalam mengkonsumsi dan tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Hal ini dapat

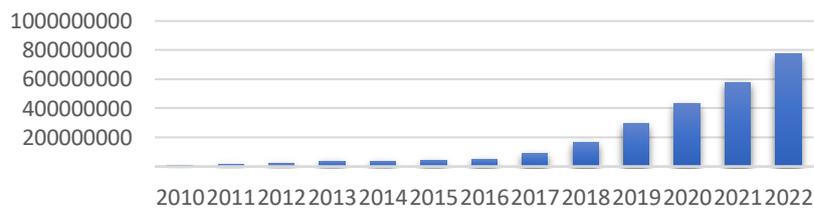
dibuktikan dari kebiasaan mahasiswa yang suka membeli barang mewah, mementingkan gengsi, dan suka mengikuti *trend*. Mahasiswa yang memiliki latar belakang kondisi ekonomi yang memadai sehingga jika melihat barang yang dia sukai maka akan langsung dibeli tanpa memikirkan manfaat dari barang tersebut meskipun harganya mahal.

Selain itu, salah satu faktor pendorong terjadinya perilaku konsumtif adalah penggunaan *e-money*. Menurut Sihombing (2017) dalam (Dewi et al., 2021) No. 11/12//PBI/2009 tentang uang elektronik (penggunaan uang elektronik) yang diterbitkan oleh Bank Indonesia menyatakan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan berdasarkan nilai dana yang sebelumnya disetorkan oleh pemegangnya. penggunaan surat berharga penerbit, yaitu Menyimpan nilainya secara elektronik pada media seperti server atau chip, sebagai alat pembayaran bagi bukan pedagang yang menerbitkan uang elektronik dan nilai uang elektronik. Simpanan oleh pemilik dan dikelola oleh penerbit bukanlah titipan dalam pengertian hukum perbankan.

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), uang elektronik yang beredar telah mencapai 772,57 juta unit pada November 2022. Jumlah tersebut meningkat 34,28% dari posisi akhir 2021. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa pada Juni 2022. Artinya, rata-rata setiap penduduk memiliki 2,8 unit uang elektronik pada tahun lalu. Jumlah uang elektronik yang beredar menunjukkan tren naik sejak 2010 seperti terlihat pada

grafik. Pada 2010, uang elektronik baru mencapai 7,9 juta unit. Jumlah tersebut telah melonjak lebih dari 9.000% hingga November 2022.

Gambar 1.1
Peredaran Uang Elektronik di Indonesia periode 2010-2022



Sumber: databoks, 2023

Berdasarkan media penyimpanannya, uang elektronik terbagi menjadi dua. Pertama, *e-money* berdasarkan *chip* sebanyak 89,09 juta unit. Kedua, berdasarkan server sebanyak 683,47 juta unit. Adapun uang elektronik yang terdaftar mencapai 188,9 juta unit dan yang tidak terdaftar sebanyak 583,66 juta unit. Nilai transaksi uang elektronik sepanjang periode Januari-November 2022 mencapai Rp 1,03 kuadriliun. Nilai tersebut melonjak 46,44% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Fenomena penggunaan uang elektronik meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan tabel grafik di atas, pada periode 2010-2016 penggunaan uang elektronik belum terlalu banyak diminati. Namun, pada periode 2017-2022 penggunaan uang elektronik meningkat dengan sangat pesat, hal ini disebabkan karena kemajuan teknologi.

Munculnya sistem transaksi pembayaran dengan uang elektronik membuat masyarakat terutama kalangan muda terlebih lagi mahasiswa lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya di antaranya untuk pembelian buku dan keperluan

kuliah lainnya (Bank Indonesia, 2011; Abidin, 2015; Khairi & Gunawan, 2019). Hal ini disebabkan karena dengan menggunakan uang elektronik transaksi belanja menjadi lebih efisien, cepat, aman, dan nyaman. Adanya peningkatan penggunaan uang elektronik oleh mahasiswa dapat memengaruhi perilaku mahasiswa menjadi lebih konsumtif (Rofiqoh et al., 2020; Mujahidin, 2020; Daliyah & Patrikha, 2020).

Penggunaan *e-money* menjadi perbincangan hangat di kalangan mahasiswa Universitas Timor Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Hadirnya *e-money* dianggap mempermudah dalam bertransaksi. Sehingga banyak Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut ikut menggunakan *e-money*. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa dari 40 responden, 38 orang sering menggunakan *e-money* dalam berbelanja. Kemudahan dalam menggunakan *e-money* membuat mahasiswa lebih sering berbelanja dan menghabiskan uang untuk keinginan tertentu.

Mahasiswa dan internet dalam penggunaannya tidak dapat terpisahkan, Partisipasi mahasiswa dalam penggunaan internet menyebabkan mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan oleh internet terutama dalam hal belanja. Umumnya mahasiswa melakukan belanja *online* atau *online shopping* bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Menurut Jean Baudrillard (2011) Masyarakat consumer adalah terciptanya masyarakat yang didalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi yaitu dari logika kebutuhan menuju logika hasrat. Perilaku

konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan (Setiaji, 1995). Perilaku konsumtif ini dilakukan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal serta meningkatkan gengsi demi memperlihatkan status sosial semata. Seperti dalam hal belanja, biasanya seseorang hanya membeli barang yang memang diperlukan dan dibutuhkan saja, akan tetapi saat ini cenderung membeli barang yang diinginkan bahkan bisa dikatakan tidak dibutuhkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Timor”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Gaya Hidup (X_1) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor?
2. Apakah Penggunaan *E-money* (X_2) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor?
3. Apakah Gaya Hidup (X_1) dan Penggunaan *E-money* (X_2) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor (Y)?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui apakah Gaya Hidup (X_1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor
2. Untuk mengetahui Apakah Penggunaan *E-money* (X_2) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor
3. Untuk mengetahui Apakah Gaya Hidup (X_1) dan Penggunaan *E-money* (X_2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah sumber pengetahuan mengenai perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh gaya hidup dan uang elektronik
 - b. Sumber informasi bagi penelitian sejenis pada masa yang akan datang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dalam memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumtif
 - b. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan untuk menambah referensi dan bahan perbandingan yang ingin melaksanakan penelitian sejenis.