

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi pada hakikatnya diciptakan untuk membuat hidup manusia menjadi semakin mudah dan nyaman. Kemajuan teknologi yang semakin pesat saat ini membuat hampir tidak ada bidang kehidupan manusia yang bebas dari penggunaannya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Seiring berkembangnya teknologi, perkembangan di segala sektor kehidupan mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. Semua kemudahan yang didapat membawa pengaruh pada perubahan sikap dan perilaku masyarakat.

Perkembangan teknologi memberikan dampak diberbagai bidang dalam kehidupan masyarakat, khususnya pendidikan. Dengan teknologi yang canggih akan memudahkan mahasiswa atau pelajar untuk mengakses informasi secara mudah dan cepat, baik itu berupa materi perkuliahan, jurnal, *e-book*, dll. Namun kemajuan tersebut juga memberikan dampak negatif terhadap pemahaman dan penerapan perkembangan teknologi ke dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa pendidikan ekonomi. Dimana mahasiswa yang menempuh pendidikan khususnya ekonomi cenderung memiliki perilaku konsumsi yang cukup tinggi.

Terkait perilaku konsumsi, pendidikan memiliki peranan penting dalam meningkatkan pengetahuan. Di dalam Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional tahun 2003 pasal 1 ayat 1 dijelaskan: Pendidikan adalah

usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, Bangsa dan Negara.

Pendidikan merupakan suatu proses yang mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan dalam perilaku. Dengan pengetahuan yang dimilikinya, mahasiswa bisa bertindak dan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang didapatnya dari proses pembelajaran di kampus. Pembelajaran ekonomi di kampus mempunyai peranan penting dalam perilaku konsumsi mahasiswa. Dengan memahami pengetahuan atau literasi ekonomi di kampus, mahasiswa dapat lebih selektif untuk perencanaan, pengambilan keputusan, menentukan pilihan barang mana yang akan dikonsumsi dan mengutamakan mengkonsumsi barang sesuai kebutuhan serta menyesuaikan dengan kemampuan atau daya belinya.

Krishna dkk (2010:552) mengatakan Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Dalam masa perkuliahan, mahasiswa pendidikan ekonomi mendapatkan materi-materi mengenai keuangan ataupun ekonomi di kelas. Hal tersebut seharusnya dapat menambah pengetahuan literasi keuangannya agar terhindar dari masalah keuangannya. Namun, pada kenyataannya beberapa mahasiswa masih belum mampu memahami dan mengelola keuangan pribadinya dengan baik, yang akhirnya meningkatkan perilaku konsumsi. Seperti membeli barang yang tidak benar-benar dibutuhkan dan

nongkrong bersama teman-temannya yang mengakibatkan uang bulanan dari orang tua habis sebelum waktunya. Hal ini sejalan dengan penelitian Dikria & Minarti (2016:137) bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan semakin rasional dalam berkonsumsi, sehingga tingkat konsumsinya rendah.

Menurut Kiyosaki (2000:44) sebab utama kemiskinan atau masalah finansial adalah ketakutan dan kebodohan atau ketidaktahuan, bukan soal ekonomi, pemerintah atau orang kaya. Banyak orang yang menjadi korban penipuan berkedok investasi karena tergiur oleh pengembalian yang tinggi dan kurangnya pengetahuan tentang keuangan. Sepanjang tahun 2019 Satgas Waspada Investasi OJK menerima aduan penipuan sebanyak 250 entitas investasi ilegal atau bodong. Oleh karena itu literasi keuangan sangat penting untuk menunjang pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk investasi dan keuangan pribadi.

Tabel 1.1 Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Pertanyaan	Kriteria	F	Persentase %
Apakah kamu membeli produk bukan berdasarkan kebutuhan?	Selalu	9	14,51 %
	Sering	12	19,35 %
	Jarang	39	62,9 %
	Tidak Pernah	2	3,2 %
	Total	62	100 %

Hasil observasi awal data

Berdasarkan hasil observasi awal terdapat bahwa sebanyak 62,9% mahasiswa jarang membeli produk bukan berdasarkan kebutuhan. Ini sejalan dengan Lina dan Rosyid (dalam Imawati, 2013) menyatakan suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tak rasional lagi. Pada penelitian Lina dan Rosyid (1997:7) mendapati bahwa barang atau produk dapat menyampaikan informasi kepada orang lain tentang posisi sosial, kekayaan serta status kelompok tertentu, dengan demikian mereka akan mendapatkan penghargaan dari orang lain. Dampak dari perubahan pada pola konsumsi dan meningkatnya gaya hidup menuju ke arah mewah dan berlebihan menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

Tabel 1.2 Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Pertanyaan	Kriteria	F	Persentase %
Apakah uang yang diberikan orang tua dapat ditabung untuk masa depan?	Selalu	7	11,29 %
	Sering	10	16,12 %
	Jarang	42	67,74 %
	Tidak Pernah	3	4,83 %
	Total	62	100 %

Hasil observasi awal data

Berdasarkan hasil observasi awal terdapat bahwa sebanyak 67,74% mahasiswa jarang menabung uang yang diberikan orang tuanya. Artinya masih banyak mahasiswa cenderung untuk tidak menabung atau menyisihkan uang yang diberikan oleh orang tuanya, yang seharusnya dapat ditabung untuk kepentingan masa depannya.

Perilaku konsumsi mahasiswa yang meningkat ini juga diperparah oleh lingkungan pertemanannya melalui media sosial. Setiap saat mahasiswa selalu melihat informasi atau *newsfeed* pada *timeline* media sosial mereka mengenai trend saat ini, baik itu fashion, kuliner, gadget, dll. Tak jarang media sosial dijadikan ajang pameran bagi sebagian mahasiswa. Ini sesuai dengan Puntoadi (2011) yang mengatakan bahwa media sosial merupakan salah satu tempat membangun citra diri seseorang di depan orang lain. Pembangunan popularitas dan eksistensi diri inilah yang menghasilkan kepuasan tersendiri bagi kebanyakan orang. Padahal seharusnya media sosial dapat memudahkan mereka dalam mencari teman belajar, mencari informasi terkait perkuliahan, membuka usaha secara online, dll. Akan tetapi seringkali mahasiswa dengan mudahnya terpengaruh oleh visual-visual itu untuk mengikuti trend. Pada akhirnya berakibat menciptakan kesenjangan antara lingkungan pertemanannya. Agar mudah diterima dengan baik oleh kelompoknya, mahasiswa sulit mempertimbangkan antara kebutuhan atau keinginan sehingga menyebabkan perilaku konsumsi cukup tinggi.

Tabel 1.3 Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Pertanyaan	Kriteria	F	Persentase %
Apakah kamu membeli barang terpengaruh oleh iklan?	Selalu	5	8,06 %
	Sering	35	56,45 %
	Jarang	12	19,35 %
	Tidak Pernah	10	16,12 %
	Total	62	100 %

Hasil observasi awal data

Berdasarkan hasil observasi awal terdapat bahwa sebanyak 56,45% mahasiswa pernah terpengaruh oleh iklan di media sosial. Dimana mahasiswa cenderung mengikuti tokoh idolanya atau publik figur.

Terkait dengan kemajuan teknologi yang memadai saat ini, seharusnya mahasiswa mampu memanfaatkan media sosial sebagai peluang usaha atau bisnis. Karena hal-hal yang dipelajari selama perkuliahan ekonomi sudah mampu diterapkan secara langsung untuk lebih produktif. Sehingga dapat membantu menambah uang saku (pendapatan) dan mengatasi masalah keuangan mahasiswa dengan baik, tanpa harus menunggu kiriman atau pemberian dari orang tua.

Berdasarkan paparan tersebut, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Jambi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah penelitian ini antara lain sebagai berikut.

- 1) Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 FKIP Universitas Jambi?
- 2) Apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 FKIP Universitas Jambi?

- 3) Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 FKIP Universitas Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 FKIP Universitas Jambi.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 FKIP Universitas Jambi.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 FKIP Universitas Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat:

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Pendidikan Ekonomi terutama dalam rangka memberikan solusi untuk perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi.

- b. Memberikan bukti empiris kebenaran teori-teori pendapat para ahli tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengurangi perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi.

1.5 Batasan Masalah

1. Mahasiswa yang menjadi objek penelitian ini hanya mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester Angkatan 2018 Universitas Jambi.
2. Perilaku konsumsi yang diteliti adalah perilaku konsumsi mahasiswa terhadap produk makanan, minuman, fashion, gadget.
3. Literasi keuangan yang dimaksud adalah literasi keuangan mahasiswa mengenai pengetahuan keuangan dasar mahasiswa dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran keuangan mahasiswa.
4. Media sosial yang dimaksud adalah media sosial yang biasanya digunakan mahasiswa sehari-hari seperti Whatsapp, Instagram, You Tube.

1.6 Definisi Operasional

1. Perilaku konsumsi adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi, mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Adapun cara mengukur perilaku konsumsi yaitu, dengan indikator membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya, membeli produk demi

menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, dan membeli produk dengan harga mahal akan meningkatkan percaya diri.

2. Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam merencanakan, mengatur, mengelola, dan pengambilan keputusan dalam keuangan dari pendapatan hingga pengeluaran. Adapun cara mengukur literasi keuangan yaitu, dengan indikator pengetahuan keuangan dasar, simpanan dan pinjaman, dan investasi.
3. Media sosial adalah media aplikasi berbasis internet yang mana pengguna (*User*) berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya Adapun cara mengukur penggunaan media sosial yaitu, dengan indikator perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi.