

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsumsi merupakan sebuah kegiatan dalam perekonomian selain distribusi dan produksi. Manusia dalam melangsungkan kehidupannya tidak lepas dari kegiatan konsumsi. Bahkan dari lahir manusia sudah melakukan yang namanya konsumsi. Konsumsi adalah sebuah kegiatan yang biasanya dilakukan dengan menggunakan, memanfaatkan, atau menghabiskan suatu barang. Jika kegiatannya disebut konsumsi, maka pelakunya disebut dengan konsumen. Konsumen adalah seseorang yang menggunakan, memanfaatkan, atau menghabiskan barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Setiadi (2013:2) Mengemukakan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Pada dasarnya seseorang melakukan konsumsi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Priansa 2017:82) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu meliputi: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Setiap individu mempunyai perbedaan dalam mengkonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya, baik itu konsumsi untuk kebutuhan jasmani maupun rohani. Utami (2017:81) Membedakan konsumen menurut tujuan pembeliannya ada dua yaitu: (1) konsumen akhir yaitu konsumen yang terdiri atas individu dan rumah

tangga yang tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk dikonsumsi. (2) konsumen organisasional yaitu konsumen yang terdiri dari organisasi, pemakai industri, pedagang, dan lembaga non-profit yang tujuan pembeliannya adalah untuk memperoleh laba atau kesejahteraan anggotanya. Untuk mengetahui apa saja yang dikonsumsi konsumen dalam hal ini mahasiswa, harus mengetahui indikator dari perilaku konsumen. Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2014:72) indikator atau ukuran perilaku konsumen meliputi: preferensi/selera konsumen, kendala anggaran, dan pilihan konsumen. Sebagai mahasiswa banyak barang yang dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Sebagaimana menurut Kharismayanti (2017) Dalam penelitiannya konsumsi mahasiswa dalam waktu satu bulan meliputi: (1) Makanan dan minuman (2) Transportasi (3) Perkuliahan (4) Kost/Kontrakan (5) Komunikasi (6) Hiburan (7) *Fashion* (8) dan lainnya.

Analisis perilaku konsumen dalam hal ini yaitu mahasiswa sangat perlu diteliti, karena dengan meneliti perilaku konsumen akan mendapat manfaat yaitu: (1) Dapat memahami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan dan kekuatan faktor sosial budaya dan prinsip-prinsip ekonomis serta strategi pemasaran. (2) Kemampuan dalam menganalisis perilaku konsumen berarti keberhasilan dalam menyelami jiwa konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Sehingga sebagai mahasiswa sangat penting untuk mengkonsumsi barang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Seharusnya sebagai mahasiswa harus mengetahui seberapa banyak barang yang dikonsumsi. Sehingga diketahui pula kapan tercapainya kepuasan maksimum dari mengkonsumsi barang tersebut. Sebagaimana Sesuai dengan

pendekatan yang digunakan didalam penelitian ini yaitu pendekatan ordinal. Menurut Rahardja dan Manurung (2008:78) Pendekatan ordinal adalah pendekatan yang daya guna suatu barang tidak perlu diukur, cukup untuk diketahui dan konsumen mampu membuat urutan tinggi rendahnya daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang. Untuk menjelaskan pendapatnya teori ordinal menggunakan kurva indifferensi (*indifference curve*). Kurva indifferensi adalah kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi konsumsi dua macam barang yang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi seorang konsumen. Walaupun telah dinyatakan bahwa menurut teori ordinal kegunaan atau keputusan tidak dapat dihitung, namun untuk keperluan studi (agar menjadi lebih jelas), tidak salah bila kita mengasumsikan bahwa informasi dari kurva indifferensi dapat diterjemahkan dalam persamaan kuantitatif. Misalnya nilai kegunaan (kepuasan) sutarno dari mengonsumsi makan bakso dan makan sate perbulan ditulis sebagai berikut:

$$U = X \cdot Y$$

Dimana :U = tingkat kepuasan

X = makan bakso (mangkok perbulan)

Y = makan sate (porsi per bulan)

Untuk mencapai tingkat kepuasan tertentu, beberapa kombinasi yang mungkin dicantumkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Makan Bakso dan Makan Sate yang Memberi Tingkat Kepuasan Sama Bagi Sutarno

Makan Bakso (Mangkok per bulan)	Makan Sate (porsi per bulan)
25 kali	4 porsi
20 kali	8 porsi
10 kali	10 porsi
5 kali	20 porsi
4 kali	25 porsi

Dalam menganalisis perilaku konsumen terkait dengan kepuasan. Kepuasan diperoleh dari seberapa banyak konsumen mengkonsumsi barang, adapun barang yang dikonsumsi dalam penelitian ini yaitu Buku/modul, Alat tulis, Makanan/minuman, Fotokopi/print, Komunikasi/internet, dan Transportasi. Permasalahannya mahasiswa dihadapkan berbagai macam pilihan untuk memenuhi kebutuhannya sementara mahasiswa juga harus menggunakan pendapatannya setepat mungkin. Sehingga kekeliruan dalam memilih kombinasi barang dan tidak tepat dalam menggunakan anggaran ini bisa mengakibatkan tingkat kepuasannya tidak tercapai. Sebagai mahasiswa bila tidak tercapai tingkat kepuasannya maka efeknya berperilaku konsumsinya yang salah

Untuk diketahui salah atau tidaknya suatu konsumsi dilakukan analisis. Analisis memaksimalkan kepuasan dibutuhkan untuk mengetahui tingkat optimalisasi penggunaan barang pada tingkat anggaran yang dimiliki. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2016. Mahasiswa angkatan 2016 dianggap sebagai populasi dalam penelitian ini karena merupakan objek yang mempunyai karakteristik tertentu. Menurut Sugiono (2018:130) Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya disebut populasi.

Sebagaimana hasil observasi yang menggunakan kuesioner atau kuesioner terhadap 20 orang mahasiswa yang mewakili dari 106 orang mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2016 untuk mengetahui tingkat konsumsi dan biaya yang dikeluarkan sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Tingkat Konsumsi dan Biaya yang Dikeluarkan

No	Barang Yang dikonsumsi	Harga Satuan	Rata-rata perbulan	Minimum	Maksimum
1.	Buku/modul (Pcs)	75.000	2 Pcs	1 Pcs	4 Pcs
2.	Alat tulis (Pcs)	8.000	4 Pcs	1 Pcs	5 Pcs
3.	Makanan/minuman (Porsi)	8.000	120 porsi	2 Porsi	5 Porsi
4.	Fotokopi/print (Lembar)	180	80 Lembar	20 Lembar	60 Lembar
5.	Kost/kontrakan (Rupiah)	500.000	-	300.000	500.000
6.	Komunikasi/internet (GB)	110.000	30 GB	15 GB	35 GB
7.	Transportasi (Liter)	9.000	12 liter	1 Liter	5 Liter
8.	Fashion (Pcs)	100.000	3 Pcs	1 Pcs	5 Pcs

Sumber: Google Formulir Peneliti, 2020

Dari hasil tersebut diketahui anggaran perbulan mahasiswa bervariasi yaitu:

1. 1.180.000. 2. 1.760.000. 3. 2.150.000. 4. 2.712.000. 5. 3.220.000. Dari data ini juga menggambarkan tingkat konsumsi yang berbeda yang dilakukan oleh mahasiswa. Sesuai dengan pendekatan ordinal, dari barang yang dikonsumsi diatas, nantinya dipilih dua barang yang bisa memberikan tingkat kepuasan yang sama. Masalahnya mahasiswa belum tepat dalam menggunakan anggaran dalam memilih barang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga tidak tercapainya kepuasan maksimum dalam konsumsi barang. Dalam hal ini akan berefek

terhadap mahasiswa sebagai seorang konsumen untuk mengetahui apakah konsumsi yang dilakukan sudah mencapai kepuasan maksimum atau belum. Sehingga kondisi ini bisa menjadi acuan bagi mahasiswa untuk mencapai kepuasan maksimum dengan memilih kombinasi barang pada tingkat anggaran yang miliki. Sehingga perlu dilakukan penelitian supaya mahasiswa bisa mengoptimalkan anggaran untuk mencapai kepuasan maksimum dari memilih kombinasi barang yang tepat.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Perilaku Konsumen (Mahasiswa) Dalam Memaksimumkan Kepuasan: Pendekatan Ordinal (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diuraikan identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa belum tepat dalam menggunakan anggaran dalam memilih barang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga tidak tercapainya kepuasan maksimum dalam konsumsi barang.

1.3 Pembatasan Masalah

1. Perilaku konsumen atau perilaku mahasiswa merupakan perilaku yang ditunjukkan dari mengkonsumsi barang yang dibeli untuk diketahui tingkat kepuasannya. Yang mana akan dianalisis menggunakan pendekatan ordinal.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh barang yang dikonsumsi terhadap kepuasan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016.
2. Bagaimana pengaruh Tingkat Kombinasi barang yang dapat dibeli pada tingkat anggaran yang dimiliki oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh barang yang dikonsumsi terhadap kepuasan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016.
2. Untuk mengetahui tingkat kombinasi barang yang dapat dibeli pada tingkat anggaran yang dimiliki oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang akan diperoleh dari penelitian yang akan dilakukan ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam usaha pengembangan keilmuan khususnya, dalam bidang ekonomi mikro, Khususnya perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan kepada mahasiswa untuk mengetahui tingkat kepuasan maksimum dalam mengkonsumsi suatu barang.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan untuk peneliti baru

yang judulnya bersangkutan dengan perilaku konsumen dengan syarat menambah variabel lain yang mempengaruhinya.

1.7. Definisi Operasional

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.. Pendekatan yang dipakai dalam teori ordinal adalah *indifference curve*, yakni kurva yang menunjukkan kombinasi dua macam barang atau lebih yang dikonsumsi yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. Adapun indikator perilaku konsumsi mahasiswa adalah preferensi/selera konsumen, kendala anggaran, dan pilihan konsumen.