

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia dalam hidupnya sangatlah beragam baik itu kebutuhan primer ataupun sekunder, dalam kehidupan sehari-hari setiap individu secara keseluruhan pasti akan melakukan kegiatan konsumsi (Rahmat et al., 2020). Konsumsi merupakan proses kegiatan dalam mengambil keputusan untuk memilih, menggunakan dan mengkonsumsi produk serta faktor yang mendorong keputusan memilih dan penggunaan produk tersebut (Vebiyanti & Hadi, 2022). Dalam konsep dan pemahaman mengenai kebutuhan, manusia seharusnya dapat memprioritaskan kebutuhan primer, Namun, berbagai tuntutan dan faktor lain seringkali menyebabkan manusia lebih mengutamakan hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan sekunder (tidak wajib) dan kebutuhan tersier untuk gaya hidup, inilah yang mengakibatkan perubahan perilaku dari konsumsi menjadi perilaku konsumtif (Fadhilah et al., 2024).

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang lebih mementingkan gaya hidup dan kepuasan semata daripada kebutuhan. Manusia cenderung memiliki sikap atau perilaku seperti itu baik karena suatu produk belum pernah digunakan, seseorang telah menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain atau membeli suatu produk karena diskon yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut (Fatmawatie, 2022). Perilaku konsumtif yaitu perilaku individu yang tidak dilandasi oleh pemikiran dan pertimbangan rasional, melainkan dipengaruhi oleh unsur materialistik, hasrat yang tidak terkontrol untuk memiliki barang mewah secara berlebihan, serta pandangan bahwa barang yang paling mahal adalah simbol pemenuhan hasrat kesenangan semata (Wahyuni et al., 2019).

Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan kehidupan yang mewah, berlebihan, dan pola hidup yang didorong karena suatu keinginan, selain itu untuk mencari kesenangan dan mengikuti trend yang sedang berkembang (Dewi et al., 2021). Seseorang yang mengkonsumsi suatu barang berdasarkan mengikuti keinginannya dan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan wajib nya, maka hal ini akan mendorong seseorang untuk

berperilaku konsumtif atau cenderung boros (Vebiyanti & Hadi, 2022). Dalam era globalisasi ekonomi seperti sekarang, sangatlah penting bagi setiap individu untuk dapat mengelola ekonominya sendiri dengan baik (Aurora Lubis et al., 2022). Apabila perilaku konsumtif terus menerus terjadi maka akan mengakibatkan kondisi keuangan menjadi tidak terkontrol selain itu akan menimbulkan tindakan pemborosan dan mengakibatkan penumpukan barang karena pembelian yang dilakukan secara berlebihan atau terus menerus (Wahyuni et al., 2019)

Fenomena perilaku konsumtif banyak terjadi dikalangan mahasiswa, Didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian (Rahmat et al., 2020 ; Dewi et al., 2021 ; Luas et al., 2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa berperilaku konsumtif, karena pada masa remaja menginjak dewasa seseorang masih mencari jati diri. Pada masa remaja individu akan cenderung menyukai berbagai hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal tersebut dikarenakan remaja berupaya untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas dirinya (Yahya, 2021). Perilaku konsumsi mahasiswa bisa berubah menjadi perilaku konsumtif, perubahan ini terjadi karena dipengaruhi oleh perkembangan - teknologi yang semakin canggih dan informasi yang semakin cepat, membuat kebutuhan mahasiswa menjadi lebih kompleks. Dengan kebutuhan yang semakin kompleks membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif (Fadhilah et al., 2024). Perilaku konsumtif yang biasa terjadi dilingkungan mahasiswa yaitu untuk menjaga penampilan dengan membeli barang berlebihan, berupa pakaian, tas, asesoris dan sejenisnya. (Luas et al., 2023)

Mahasiswa seringkali termotivasi oleh faktor-faktor tertentu untuk memperoleh produk yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan mereka yang mudah tertarik pada barang-barang yang sedang tren atau merek-merek terkenal (Fatmawati, 2020). Selain itu, banyak perusahaan yang menargetkan mahasiswa atau generasi muda sebagai pasar utama mereka. Dukungan dari kemajuan teknologi juga mempermudah mahasiswa untuk mengikuti perkembangan tren terbaru dan mendapatkan barang-barang tersebut. Akibatnya, mereka cenderung lebih cepat menghabiskan uangnya, tidak hanya untuk kebutuhan sehari-hari, tetapi juga untuk barang-barang yang diinginkan yang sedang populer yang

bisa dibeli di *e-commerce* (Zulfialdi & Sulhan, 2023).

Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan berbelanja, terlebih saat ini dengan masifnya penggunaan internet semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses berbagai *e-commerce* yang tersedia (G Firmansyah & A Susanti, 2023). Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi sebesar 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Berdasarkan survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis oleh APJII, tingkat penetrasi internet mencapai 79,5%. Jika dibandingkan dengan periode sebelumnya, terjadi peningkatan sebesar 1,4%. Mayoritas pengguna internet adalah Generasi Z (kelahiran 1997-2012) yang mencapai 34,40%. Sementara itu, pengguna dari Generasi Milenial (kelahiran 1981-1996) menyumbang sebanyak 30,62%. (APJII, 2024).

Perkembangan teknologi digital di Indonesia mendorong transformasi diberbagai aspek kehidupan yang sebelum nya berlangsung secara konvensional, beralih menuju proses digitalisasi, perkembangan teknologi saat ini mencakup kemajuan dalam teknologi internet (Ihsan et al., 2022). Contohnya adalah *E-Commerce*, *E-commerce* merupakan suatu proses transaksi jual beli melalui sistem elektronik berupa web. Indikator *e-commerce* terdiri dari perdagangan via internet dan intranet, perdagangan melalui fasilitas web internet, dan perdagangan melalui sistem pertukaran data (Perdana Oskar et al., 2022).

*E-commerce* mencakup jual beli jasa atau barang secara *online* dengan memanfaatkan jaringan internet. Kemudahan dalam berbelanja secara *Online* yang memungkinkan individu untuk memperoleh barang yang diinginkan tanpa harus mengunjungi toko fisik, tentu hal ini sangat memiliki dampak yang cukup besar pada generasi-generasi muda tak terkecuali adalah para mahasiswa (Sufyati HS & Alvi Lestari, 2022). Daya tarik inilah yang menjadikan layanan tersebut sangat diminati oleh mahasiswa saat ini. Berbagai situs *e-commerce* seperti "Traveloka, Shopee, Lazada, Tokopedia, dan BliBli" menyediakan produk dengan diskon menarik, dan

dipengaruhi oleh kekuatan para influencer, menyebabkan mereka membentuk kebiasaan berbelanja yang berisiko langsung terhadap perilaku konsumtif (Irawati & Kasemetan, 2023).

**Gambar 1.1** Prediksi angka pengguna *E-Commerce*



*Sumber : Tempo.co (2024)*

Berdasarkan laporan Statista mengenai pengguna *e-commerce* di Indonesia, diperkirakan bahwa jumlah pengguna *e-commerce* akan mencapai 189,6 juta pada tahun 2024. Sejak tahun 2017, terdapat 70,8 juta pengguna *e-commerce*, dan angka ini terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Pada tahun 2018, jumlah pengguna telah meningkat menjadi 87,5 juta. Selanjutnya, pada tahun 2020, jumlah tersebut mencapai 129,9 juta pengguna. Pada tahun 2021, diperkirakan akan meningkat menjadi 148,9 juta, diikuti oleh 166,1 juta pengguna pada tahun 2022, dan 180,6 juta pengguna pada tahun 2023. ( Statista 2023).

**Tabel 1.1 Hasil *Pra-Survey***

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Iya	Tidak
1.	Apakah anda pernah membeli barang atau produk hanya karena mengikuti trend?	19 ( 90,5%)	2 ( 9,5%)
2.	Apakah anda pernah membeli barang atau produk bukan karena kebutuhan anda namun karena promo yang ditawarkan	17 ( 81% )	4 ( 19% )
3.	Apakah anda pernah membeli produk yang fungsi dan kegunaanya sama dengan produk yang sudah anda miliki?	17 ( 81% )	4 ( 19% )

*Sumber : Data diolah (2024)*

Penulis telah melakukan *pra-survey* kepada 21 mahasiswa S1 di Universitas Jambi yang pernah menggunakan *E-commerce* untuk bertransaksi atau membeli barang online. Dari hasil *pra-survey* diatas menunjukkan bahwa mahasiswa S1 Universitas Jambi terindikasi memiliki perilaku konsumtif, dikarenakan 19 responden atau 90,5% dari total 21 responden pernah membeli produk hanya karena mengikuti trend saja, 17 responden atau 81% dari 21 responden pernah membeli barang dikarenakan sedang ada promo pada barang tersebut bukan karena barang tersebut sedang dibutuhkan, dan 17 responden atau 81% dari 21 responden pernah membeli produk yang fungsinya sama dengan produk yang sudah dimiliki,

*E-commerce* tak terlepas dari mahasiswa termasuk juga mahasiswa S1 yang ada di Universitas Jambi. Mereka umumnya selalu ingin bergaya hidup *up to date*, dan untuk pemenuhan itu, mereka meluangkan banyak waktunya dengan gadget mereka untuk melihat barang-barang apa saja yang terbaru dan tersedia di situs belanja online (Hasibuan et al., 2023). Salah satu cara yang dapat digunakan mahasiswa untuk mengurangi dampak negative dari perilaku konsumtif dengan adanya *e-commerce* adalah dengan memiliki pengetahuan keuangan yang baik atau yang disebut dengan literasi keuangan (Deviyanti, 2018)

Literasi keuangan merupakan kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan pada akhirnya mencapai individu kesejahteraan finansial (OECD, 2018). Literasi keuangan berperan penting dalam bidang keuangan untuk menghasilkan keputusan keuangan yang tepat (Perdana Oskar et al., 2022). konsep literasi keuangan lebih berfokus kepadapeningkatan dari layanan keuangan dan peningkatan pada akses keuangan (Utama & Suryani, 2023) . Pemuda yang sadar literasi keuangan atau cerdas secara finansial dapat memahami perencanaan keuangan, sehingga dapat mengambil keputusan keuangan untuk mencapai tujuan keuangan mereka ( Wediawati et al., 2022). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Program for International Student Assessment (PISA), mengatakan bahwa tingkat literasi Indonesia berada pada peringkat ke-62 dari 70 negara, atau di artikan bahwa berada pada 10 negara terbawah yang memiliki tingkat literasi keuangan terendah (OECD, 2019) .

Pentingnya mahasiswa menguasai literasi keuangan yaitu mereka menjadi lebih maksimum dalam mengolah uang mereka, bukan hanya untuk memenuhi keinginan mereka saja (Rohmanto & Susanti, 2021). Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang memadai dapat dikatakan memiliki kecerdasan finansial, yang dewasa ini menjadi salah satu kecerdasan majemuk yang harus dimiliki oleh lulusan di perguruan tinggi. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan rendah cenderung berpendapat negatif tentang keuangan dan membuat keputusan yang salah. Rendahnya literasi keuangan di kalangan mahasiswa, dapat berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (Adipradana A, 2021)

Terdapat beberapa penelitian yang membahas topik mengenai literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, seperti pada penelitian (Rahmawati & Putri, 2023 ; Abdullah et, 2021). yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya semakin baik literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa maka akan semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Sedangkan pada penelitian(Aini et al., 2023 ; (Keuangan et al., 2020). memilikin hasil yang berbeda yaitu literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif yang arti nya tingkat literasi keuangan mahasiswa yang

tinggi juga akan membuat tingginya tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Dan pada penelitian Yahya, (2021) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Artinya mahasiswa yang memiliki pengetahuan baik mengenai pengetahuan umum keuangan, pengelolaan uang, tabungan dan investasi serta risiko yang dihadapi namun pengetahuan tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam keseharian

Selain literasi keuangan, gaya hidup juga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, seperti pada penelitian (Anggraini & Hastuti, 2023 ; Afifah & Yudiantoro, 2022 ) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang artinya Apabila gaya hidup meningkat maka perilaku konsumtif mahasiswa juga meningkat, begitu sebaliknya jika gaya hidup mahasiswa menurun maka perilaku konsumtif juga menurun. Dan pada penelitian (Thamrin & Achiruddin, 2021) menunjukkan bahwa gaya hidup dan perilaku konsumtif saling berhubungan. Sehingga research gap ini menimbulkan celah riset untuk dilakukannya riset lanjutan terkait literasi keuangan dan gaya hidup.

Menurut Sumarwan, (2020) Gaya hidup merupakan cara mengenali bagaimana seseorang memilih untuk menjalani hidupnya baik dengan perilaku, waktu, minat, opini maupun berbagai macam pengelolaan diri seperti kegiatan yang diinginkan seseorang, terutama dalam bagaimana seseorang tersebut mengelola keuangan pribadinya. Ada beberapa macam jenis gaya hidup ,dan pada penelitian ini berfokus kepada gaya hidup hedonis mahasiswa. Gaya hidup hedonisme yang terjadi di kalangan mahasiswa, tercermin dari perilaku sehari-hari, antara lain kebiasaan mereka yang selalu ingin bersenang-senang seperti keinginan membeli barang mewah, serta membeli dan membayar secara kredit walaupun dia masih bergantung pada orang tua (Jenny et al., 2021). Mahasiswa yang memiliki pemahaman dan kontrol diri yang baik tidak akan terjebak dalam "lubang" gaya hidup. Bergaul dan bersosialisasi dalam lingkungan yang sederhana dapat meminimalkan risiko untuk mengikuti gaya hidup yang melebihi kapasitas pribadi(Dwi Iga Luhsasi, 2021)

Mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa, diharapkan memiliki pemikiran yang intelektual dan berkontribusi pada kemajuan bangsa melalui ilmu yang mereka pelajari. Oleh karena itu, peneliti memilih mahasiswa S1 Universitas Jambi sebagai objek penelitian kali ini. Diharapkan mahasiswa dapat mencapai tingkat literasi keuangan yang tinggi dan mengendalikan gaya hidup dalam penggunaan *E-commerce*, sehingga mereka mampu mengatur perilaku konsumtif dengan baik.

**Tabel 1.2 Jumlah Mahasiswa S1 disetiap fakultas di Universitas Jambi**

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1.	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	8.706
2.	Hukum	3.579
3.	Ekonomi dan Bisnis	4.063
4.	Pertanian	4.718
5.	Peternakan	1.494
6.	Sains dan Teknologi	3.754
7.	Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	2.911
	Jumlah	29. 225

*Sumber : Dashboard Unja (2024)*

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat jumlah mahasiswa S1 di setiap Fakultas yang ada di Universitas Jambi dengan total 29. 225 mahasiswa. Dimana mahasiswa terbanyak terdapat pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) dengan jumlah 8.706 mahasiswa. dan pada Fakultas Peternakan dengan jumlah mahasiswa paling sedikit yaitu 1.494 .

Berdasarkan uraian-uraian yang telah disampaikan, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini diberi judul “ **Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa S1 Pengguna *E-commerce* Di Universitas Jambi** “

## **1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa S1 pengguna *E-commerce* di Universitas Jambi?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa S1 pengguna *E-commerce* di Universitas Jambi?

## **2. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk menguji dan menghasilkan bukti empiris mengenai :

1. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 pengguna *E-commerce* di Universitas Jambi .
2. Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 pengguna *E-commerce* di Universitas Jambi.

## **3. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengetahuan mahasiswa di bidang keuangan khususnya perilaku konsumtif yang di hubungkan dengan literasi keuangan dan gaya hidup di kalangan mahasiswa S-1 Universitas Jambi. Peneliti ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjunya untuk melakukan penelitian serupa dalam lingkup yang berbeda.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a) Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dan bisa digunakan sebagai landasan untuk mengkaji secara ilmiah tentang pengaruh

literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 pengguna *e-commerce* di Univeritas Jambi.

b) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan untuk menentukan dasar kebijaksanaan dalam upaya memperbaiki perilaku konsumtif mahasiswa S1 di Univeritas Jambi.

c) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, pengetahuan, informasi, guna penelitian selanjut nya yang memerlukan pengembangan lebih lanjut mengenai literasi keunagan, gaya hidup, yang mempengaruhi perialku konsumtif.

d) Bagi pihak yang terkait

Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan referensi bagi Otoritas Jasa Keuangan atau lembaga lain nya dalam upaya memperbaiki dan meningkatkan literasi keuangan mahasiswa