

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pada masa sekarang telah membawa perubahan dalam kehidupan sehari-hari (Jayanti & Irwansyah, 2024). Perubahan dapat terjadi salah satunya pada aspek kegiatan ekonomi masyarakat. Proses produksi, distribusi, dan konsumsi dapat dijalankan semakin mudah karena adanya dukungan teknologi digital. Salah satu kegiatan ekonomi yang mengalami perubahan akibat perkembangan teknologi adalah pada aspek konsumsi. Pada dasarnya, manusia mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas; ketika satu kebutuhan telah terpenuhi, akan muncul kebutuhan lainnya (Sari,dkk., 2023).

Kegiatan konsumsi yang dilakukan terus-menerus tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai “tindakan membeli barang atau jasa secara tidak wajar, didorong oleh kesenangan sereta keinginan semata tanpa memperhatikan kebutuhan primer, fungsi barang tersebut, dan nilai dari barang tersebut” (Sa'idah & Fitriyati, 2022). Perilaku konsumtif ini dalam jangka panjang akan menimbulkan dampak negative pada individu seperti pemborosan, kurang percaya diri karena tidak mengikuti tren, dan ketidak seimbangan keuangan.

Perilaku konsumtif dapat dijelaskan dengan *Theory of planned behavior* yang dikembangkan oleh Icek Azjen pada tahun 1985, dalam teori ini, perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat individu, sehingga semakin besar niat yang dimiliki maka semakin besar pula kemungkinan perilaku tersebut terjadi. Teori ini relevan dengan

perilaku konsumtif, niat yang dimiliki oleh individu akan mempengaruhi perilaku mereka. Perilaku konsumtif sering sekali di dorong oleh faktor eksternal dan internal. Teori ini menyampaikan 3 faktor yang memengaruhi perilaku individu, diantaranya *attitudes toward behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norms* (norma subjektif) dan *perceived behavioral control* (control terhadap perilaku) (Ajzen, 1991).

Fenomena perilaku konsumtif bukan sekedar terbatas pada kalangan masyarakat umum, tetapi juga sangat menonjol pada kalangan mahasiswa, Survei IKK Bank Indonesia menunjukkan bahwa kelompok yang berumur 20-30 tahun menunjukkan IKK yang tinggi yaitu sebesar 131,4 (Bank Indonesia, 2023). Mahasiswa termasuk dalam kelompok tersebut, sehingga angka IKK menunjukkan optimisme konsumen yang dapat mendorong peningkatan pengeluaran. Hal ini terlihat dari kebiasaan mahasiswa yang mengikuti tren fashion, berbelanja online, mengunjungi tempat nongkrong, serta berlibur ke destinasi populer (Chairiah & Siregar, 2022).

Perilaku konsumtif diindikasikan juga berlaku pada mahasiswa rantau, yaitu mahasiswa yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi diluar daerah asalnya yang membuat harus meninggalkan keluarga atau orang tua serta menetap sementara di tempat tinggal seperti kos, kontrakan dan asrama selama menempuh pendidikan (Yoga, dkk 2025) Selain itu menurut (Ulandari, dkk 2025) mahasiswa rantau diartikan sebagai mahasiswa yang berasal dari luar kota serta menetap melalui hunian seperti asrama, rumah kos atau tempat tinggal sewa lainnya selama proses pendidikannya berlangsung. Dalam hal ini mahasiswa akan cenderung bersikap konsumtif karena mahasiswa tidak dapat melakukan pertimbangan yang

baik sebelum menggunakan atau membelanjakan uangnya.(Dewi & Arya Dharmayasa, 2023).

Gaya hidup merupakan faktor internal yang dianggap dapat membentuk perilaku yakni sikap atau *attitudes toward behavior*. Dalam konteks perilaku konsumtif adanya perkembangan teknologi membawa dampak perubahan pada gaya hidup masyarakat (Br Sembiring & Suwendra, 2024) selain itu gaya hidup pada dasarnya merupakan bagaimana manusia itu hidup dimana menyangkut segala aspek dari tingkah laku individu yang dipengaruhi oleh gaya hidup (Gumilang & Rudi Irwansyah, 2024). Gaya hidup adalah segala sesuatu yang mendukung suatu kebutuhan menjadi kebutuhan tambahan atau pelengkap (Abdullah & Suja'i, 2022). Gaya hidup yang tinggi akan dapat meningkatkan kebutuhan konsumsi sehingga dapat berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif. Gaya hidup menjadi bagian dari kebutuhan mahasiswa, selama pengeluaran tersebut benar-benar ditujukan guna memenuhi kebutuhan pokok ataupun kebutuhan primer yang esensial (Sari, dkk., 2023).

Gaya hidup yang tinggi akan membuat kebutuhan dalam kehidupan mahasiswa meningkat sehingga akan terus melakukan kegiatan konsumsi yang tidak terkontrol. Penelitian Sari dkk, (2023) menemukan “gaya hidup berpengaruh besar terhadap perilaku konsumen”. Didukung (Perdana Oskar, dkk, 2022) bahwasannya “gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam belanja online melalui platform TikTok”.

Lingkungan sosial juga dapat mempengaruhi perilaku hidup boros mahasiswa khususnya rekan sebaya juga bagaian dari lingkungan sosial. Teman sebaya merupakan faktor pembentuk perilaku individu yang termasuk kedalam *subjective*

norms, dimana teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa untuk melakukan atau tidaknya suatu perilaku. Perilaku konsumtif yang terjadi dikalangan mahasiswa tidak terlepas dari pengaruh interaksi mereka dengan kelompoknya. Apabila dalam peretemanan terdapat seseorang yang berperilaku konsumtif maka secara tidak langsung dapat mempengaruhi yang lainnya.

Penelitian Fitriani (2020) dan Muttaqin, dkk.,(2022) menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup boros. Namun Fifa (2023) menemukan hasil berbeda bahwa pengaruh teman sebaya bersifat negatif.

Di era modern, literasi keuangan menjadi keterampilan penting yang perlu dimiliki setiap individu (Meitriana dkk., 2021). Pengetahuan ini penting sebagai dasar bagi masyarakat dalam mengambil keputusan keuangan secara bijak sesuai kebutuhan agar memperoleh manfaat yang optimal (Indrayani, 2020). Individu yang mempunyai pemahaman akan pentingnya pengetahuan keuangan akan dapat membantu dalam mempersiapkan keuangan untuk dirinya sendiri (Ayu Ketut Wiraswaryani, I Nyoman Sujana, 2021). Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan melalui perencanaan, penganggaran, dan pengambilan keputusan rasional. Dalam TPB, literasi keuangan termasuk *perceived behavioral control* karena mencerminkan kemampuan mengendalikan perilaku. Menurut OJK, literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri dalam mengelola keuangan, sehingga individu dengan literasi tinggi lebih mampu menyesuaikan pengeluaran dengan kondisi keuangan.

Dengan mempunyai control serta perencanaan keuangan yang baik individu

akan lebih merasa aman dalam melakukan pembelian termasuk pembelian yang bersifat non-prioritas. Menurut Survei Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional OJK, tingkat literasi keuangan mahasiswa masih berada di bawah rata-rata nasional, sehingga banyak mahasiswa belum memiliki pemahaman yang baik dalam mengelola keuangan. Oktaviani, dkk., (2023) menemukan bahwasannya literasi keuangan memengaruhi gaya konsumtif, sedangkan Chairiah & Siregar (2022) beranggapan pengaruhnya bersifat negatif.

Untuk melihat fenomena ini maka telah dilakukan studi pendahuluan terhadap Mahasiswa rantau di Kota Singaraja dengan menyebarkan koesioner secara online. Kuesioner telah diisi oleh 36 mahasiswa rantau di Kota Singaraja. Berdasarkan hasil survei, sebagian besar mahasiswa menerima uang saku Rp1.000.000-Rp2.000.000 sebesar 52,8%, diikuti kurang dari Rp1.000.000 sebesar 38,9%, dan Rp2.000.000-Rp3.000.000 sebesar 8,3%.

Pola penggunaan uang yang dilakukan oleh Mahasiswa rantau di Kota Singaraja menunjukkan indikasi yang mengarah pada perilaku konsumtif. Hal ini terlihat jelas pada prioritas pengeluaran hiburan (jalan-jalan, nongkrong, belanja fashion atau skincare) lebih mendominasi dimana mayoritas, yaitu 47,2% mahasiswa menghabiskan lebih dari Rp 100.000 per minggu untuk hiburan. Angka ini kontras dengan pengeluaran yang dilakukan untuk keperluan belajar, dimana mayoritas mahasiswa, yaitu 61,1% mengeluarkan Rp 20.000 hingga 50.000 perminggu. Perbedaan pengeluaran yang dilakukan mengindikasikan bahwa Mahasiswa rantau di Kota Singaraja melakukan perilaku konsumtif.

Lebih lanjut adapun hasil dari studi pendahuluannya menunjukkan 77,8% mahasiswa membeli produk hanya karena kemasannya menarik, unik dan lucu.

Kemudian 69,4% mahasiswa melakukan impulsive buying yaitu perilaku atau tindakan yang dilakukan dan muncul pada individu sebagai konsumen secara tiba-tiba ketika melakukan pembelian tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu (MH & Harmon, 2017), serta sebanyak 88,9% mahasiswa membeli barang melalui pertimbangan harga bukan manfaatnya.

Mahasiswa juga melakukan pembelian barang atau jasa karena mengikuti tren yaitu sebanyak 80,6%, hal ini menunjukkan mahasiswa membeli barang atau jasa hanya untuk mengikuti tren agar tidak tertinggal perkembangan zaman. Sebanyak 69,4% mahasiswa menyatakan teman sebaya memengaruhi pembelian nonkebutuhan, menunjukkan adanya pengaruh lingkungan sosial terhadap pola konsumsi mahasiswa. Kemudian sebanyak 66,7% mahasiswa belum mengelola keuangan mereka karena kurangnya pemahaman mengenai cara pengaturan keuangan yang baik.

Urgensi adanya penelitian ini untuk mengetahui fenomena perilaku konsumtif yang terjadi dikalangan Mahasiswa rantau di Kota Singaraja. Dimana mahasiswa sering kali menghadapi masalah ketika mengatur keuangan mereka dengan mandiri sehingga dapat memunculkan masalah finansial. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif sekaligus membantu mahasiswa dalam menerapkan pengelolaan keuangan yang lebih bijak.

Peneliti memilih Mahasiswa rantau di Kota Singaraja sebagai subjek yang akan diteliti karena pada umumnya Mahasiswa rantau di Kota Singaraja tinggal jauh dari orang tua dengan menetap ditempat hunian seperti kos, ataupun kontrakan sehingga mereka harus mengelola keuangan mereka secara mandiri selain itu

Mahasiswa rantau di Kota Singaraja akan melakukan adaptasi dengan lingkungan baru termasuk budaya, gaya dalam hidup mereka serta pola dalam mengkonsumsi dari mereka sehingga hal ini dapat membawa perubahan dalam pola konsumsi mereka.

Berdasarkan fenomena diatas maka diadakannya penelitian mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Rantau Di Kota Singaraja”.

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu pada pemaparan latar belakang, maka identifikasi masalah sebagai berikut.

1. Mahasiswa melakukan konsumsi karena kemasan produknya menarik, unik, dan lucu.
2. Mahasiswa melakukan *impulsive buying*, yaitu berbelanja tanpa rencana dan manfaat produk berkepanjangan.
3. Mahasiswa melakukan kegiatan konsumsi karena mengikuti tren yang ada.
4. Mahasiswa dalam membeli barang atas pertimbangan harga bukan karena manfaatnya
5. Mahasiswa belum mampu mengelola keuangan mereka dengan baik
6. Teman sebaya mempengaruhi kegiatan konsumsi mahasiswa.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan agar penelitian lebih terfokus pada permasalahan yang dikaji. Peneliti hanya akan meneliti mengenai “Pengaruh

Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Rantau Di Kota Singaraja”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah dapat dirumuskan berikut.

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa rantau di Kota Singaraja?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa rantau di Kota Singaraja?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa rantau di Kota Singaraja?
4. Bagaimana pengaruh literasi keuangan, teman sebaya, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa rantau di Kota Singaraja?

1.5 Tujuan penelitian

Melihat dari latar belakang dan rumusan masalah di atas maka dapat di rumuskan tujuan penelitian ini sebagai berikut

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa rantau di Kota Singaraja.
2. Pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa rantau di Kota Singaraja.
3. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa rantau di Kota Singaraja.

4. Pengaruh literasi keuangan, lingkungan teman sebaya, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa rantau di Kota Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan wawasan tentang pengaruh literasi keuangan, teman sebaya, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian terkait.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai Latihan serta disiplin ilmu yang telah didapatkan selama menempuh perkuliahan dan dapat menambah pemahaman mengenai cara melakukan kegiatan konsumsi yang baik agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif.

b) Bagi mahasiswa yang diteliti

Adanya penelitian ini diharapkan mahasiswa dapat menganalisis serta memahami betapa pentingnya pemahaman mengenai literasi keuangan agar dapat membantu bersikap dalam kegiatan mengonsumsi barang atau jasa.

c) Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya serta bahan perbandingan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, teman sebaya, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa rantau di Kota Singaraja.