

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di masa globalisasi seperti saat ini, dengan maraknya berbagai macam teknologi canggih dapat membantu juga mempermudah segala urusan manusia salah satunya mengenai urusan kebutuhan.¹ Kebutuhan manusia tidak akan ada batasnya selama masih menjadi makhluk hidup. Ketika satu kebutuhan terpenuhi maka akan timbul kebutuhan-kebutuhan lainnya² yang juga berdampak dengan adanya perubahan pada gaya hidup masyarakat dalam berkonsumsi. Konsumsi ialah kegiatan pokok dalam kehidupan makhluk hidup untuk mengurangi dan menghabiskan kegunaan dari barang atau jasa dengan tujuan supaya memenuhi kebutuhannya.³

Akan tetapi, perkembangan zaman yang kian pesat menjadikan masyarakat melakukan konsumsi bukan lagi berdasarkan atas kebutuhan tetapi juga sebagai pemuas keinginan diri yang menyebabkan pemborosan atau disebut dengan konsumerisme.⁴ Konsumerisme dapat terjadi pada siapapun. Tak terkecuali di kalangan mahasiswa yang dikenal sebagai remaja yang kurang perhitungan dalam melakukan kegiatan konsumsi. Dalam memilih suatu produk, remaja atau mahasiswa cenderung kurang bisa selektif membedakan sesuatu yang termasuk kebutuhan dan mana sesuatu yang termasuk dalam keinginan semata. Hal ini dipengaruhi juga

¹ Masnida Khairat, Nur 'Aisyiah Yusri, dan Shanti Yuliana, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi," *Jurnal Psikologi Islam* 10, no. 2 (Desember 2018): 130.

² Subhan Purwadinata dan Ridolof Wenand Batilmurik, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Kajian Teoritis dan Praktis)* (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2020), 3,

https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Ilmu_Ekonomi_Kajian_Teoritis_d/69MJEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0.

³ Aldila Septiana, "Tinjauan Perilaku Konsumtif Masyarakat Pesisir Dalam Islam (Studi Kasus pada Masyarakat Pesisir Desa Bandaran, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan)," *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* Vol 6, No 2 (Agustus 2019): 95, <https://doi.org/10.21107/>.

⁴ Arif Rahmat, Asyari, dan Hesi Eka Puteri, "Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Journal of Economic Studies* Vol. 4, No. 1 (2020): 40.

dengan sifat remaja atau mahasiswa yang masih labil. Apalagi dengan banyaknya *trend* dan *mode* dari produk tertentu, rasa ingin tau akan suatu produk, dan untuk mendapatkan pengakuan sosial, mahasiswa cenderung melakukan konsumsi yang tidak rasional.⁵ Dilihat juga dengan banyaknya penyedia barang yang berlimpah, tentu semakin mempengaruhi masyarakat untuk merasa tertarik mengkonsumsi jenis-jenis barang yang tersedia. Apabila persoalan tersebut tidak dapat dikendalikan maka pola hidup konsumtif akan menjadi budaya dan terus meningkat seiring kemajuan zaman.⁶

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak berdasarkan pada suatu pertimbangan yang bersifat rasional, namun lebih kepada keinginan yang terdapat dalam diri seseorang dimana keinginan tersebut sudah mencapai pada taraf yang termasuk tidak rasional lagi. Seseorang yang sudah lekat dengan perilaku konsumtif cenderung tidak memperhatikan kegunaan dan fungsi ketika mengkonsumsi barang, tetapi lebih memperhatikan *prestise* yang melekat pada barang tersebut. Sehingga orang tersebut mengkonsumsi barang dengan boros yang lebih mementing keinginan tanpa memperhatikan skala prioritas yang biasa disebut dengan gaya hidup mewah.⁷

Untuk itu, masyarakat dan mahasiswa yang juga termasuk para pelaku ekonomi harus berpikir responsif yang berarti memiliki kemampuan dalam membuat suatu keputusan-keputusan ekonomi yang cerdas agar dapat memilih berbagai macam pemuas kebutuhan yang diinginkan dengan bijak dan optimal supaya dapat terhindar dari perilaku konsumtif, salah

⁵ Anindita Trinura Novitasari dan Aldila Septiana, "Pengaruh Pendidikan Ekonomi Dalam Lingkungan Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Siswa, Jurnal Ekonomi dan Pendidikan) Volume 4 Nomor 1 Januari 2021 hal 65," *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 4, no. 1 (1 Januari 2021): 65.

⁶ Theodorus Mawo, Partono Thomas, dan St Sunarto, "Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa," *Journal of Economic Education* 6, 1 (2017): 61.

⁷ Nur Fitriyani, Presetyo Budi Widodo, dan Nailul Fauziah, "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang" *Jurnal Psikologi Undip* Vol. 12 No.1 (1 April 2013): 56.

satunya adalah dengan memiliki pemahaman tentang ekonomi atau literasi ekonomi.⁸

Literasi ekonomi adalah suatu cara yang digunakan merubah perilaku yang kurang cerdas menjadi perilaku cerdas sebagai contoh yaitu memanfaatkan pemasukan untuk menabung, atau berinvestasi, dan juga memenuhi kebutuhan hidup dengan bijak dari pada menggunakan pendapatan untuk melakukan kegiatan konsumsi barang yang berlebihan.⁹ Literasi ekonomi yang direfleksikan dalam ekonomi mahasiswa termasuk dalam kegiatan konsumsi dimana dalam prinsipnya, setiap konsumen yang melakukan kegiatan konsumsi harus selalu bersikap rasional begitu pula pada mahasiswa yang termasuk dalam lapisan konsumen.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah *hedonic consumption tendency* atau kecenderungan mengkonsumsi secara berlebihan merupakan sebuah pengalaman konsumsi yang ada hubungannya dengan perasaan dan fantasi kesenangan semata yang dapat mempengaruhi emosi seorang konsumen. Sifat hedonis terkadang melekat pada diri individu. Hal ini terbukti dengan terjebaknya individu dalam pola hidup hedonis. Pola hidup seperti itu orientasinya hidup hanya untuk kesenangan dan kenikmatan agar terhindar dari perasaan yang menyakitkan. Aktivitas kesenangan tersebut dapat didapat dengan suka mengkonsumsi barang-barang yang kurang dibutuhkan.¹⁰ Sifat seperti ini juga cenderung terjadi dalam diri mahasiswa. Yang mana mahasiswa merupakan remaja tahap akhir yang mencari identitas jati diri mereka sehingga mereka menunjukkan sesuatu hal yang baru dari diri mereka mulai dari gaya hidup, gaya berpakaian maupun cara berperilaku. Mereka cenderung memiliki rasa ingin tahu yang

⁸ Angra Melina dan Saftia Wulandari, "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP YPM BANGKO," *Scientific Journal of Economic Education* 2 (April 2018): 142.

⁹ Dias Kanserina, "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja Indonesia* 5 Nomor: 1 (2015): 3.

¹⁰ Estalita Kelly, "Gaya Hidup Hedonis dan Impulsif Buying pada Kalangan Remaja Putri," *Jurnal Sketsa Bisnis* 2, no. 1 (2015): 3.

kuat sehingga termotivasi untuk mencoba hal-hal baru yang menyebabkan mereka memiliki kecenderungan konsumsi *hedonic* terlebih dalam hal *trend fashion*.¹¹

Trend fashion merupakan faktor lain yang diduga bisa mempengaruhi perilaku konsumtif. Perkembangan bisnis ritel yang semakin pesat menjadikan *trend fashion* kian meningkat. Hal ini dapat dinyatakan dengan banyaknya permintaan dari pasar terhadap *trend fashion* yang sedang berkembang.¹² Aspek *trend fashion* yang sudah menjamur di masyarakat menjadikan penyebab dari pembelian yang tidak direncanakan. Keterlibatan *trend fashion* mengacu pada kategori jenis barang seperti tas, baju dan sepatu.¹³ Perkembangan *trend fashion* sendiri, memberikan dampak bagi perilaku mahasiswa. Fashion yang dipakai oleh mahasiswa dapat mencerminkan gaya hidup mahasiswa tersebut. Dimana dalam menunjukkan eksistensinya, mahasiswa cenderung memakai *trend fashion* yang menarik dan kekinian. Akibatnya mahasiswa lebih mementingkan kebutuhan *trend fashion* yang termasuk kebutuhan sekunder. Hal ini dapat memicu mahasiswa kedalam perilaku konsumtif.¹⁴

Mahasiswa merupakan remaja tingkat akhir yang termasuk dalam makhluk ekonomi yang rasional dalam mengkonsumsi barang, dimana keinginan bisa timbul karena melihat iklan di tv atau media sosial, mencontoh teman yang mengikuti *trend* supaya tidak dianggap tertinggal oleh zaman sehingga mahasiswa saling bersaing menunjukkan hal terbaru dari mereka serta sifat mahasiswa yang ingin diakui keberadaannya di masyarakat atau lingkungan sekitarnya sehingga mereka

¹¹ Estalita Kelly, "Gaya Hidup Hedonis dan Impulsif Buying pada Kalangan Remaja Putri," 4.

¹² Ida Ayu Diksita Kinasih, "Peran Emosi Positif Memediasi Pengaruh Fashion Involment dan Hedonic Consumption Tendency terhadap Impulse Buying," *E-Jurnal Manajemen Unud* 7, no. 6 (2018): 3259, <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i06.p15>.

¹³ I Gde Made Ray Anom Dananjaya dan Gede Suparna, "Hedonic Consumption Tendency Dan Impulse Buying Pelanggan Produk Fashion Di Mall Bali Galeria," *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol 5, No. 4, (2016): 2253.

¹⁴ Dola Asmita dan Erianjoni Erianjoni, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Mengikuti Trnd Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswa Sosiologi FIS UNP)," *Jurnal Perspektif Kajian Sosiologi dan Pendidikan* Vol 2 No. 2 (2019): 95, <http://dx.doi.org/10.24036/perspektif.v2i2.66>.

berusaha menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Akibatnya terjadi tindak konsumsi yang berlebihan dan pemborosan pemicu dari perilaku konsumtif.¹⁵

Fenomena tersebut juga terjadi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus yang mana menurut pengamatan peneliti, mereka cenderung mengikuti arus model kekinian mulai dari bidang kecantikan, atribut kuliah, merk handphone dan yang paling utama adalah di bidang *trend fashion*. Secara tidak langsung terkadang mereka mengesampingkan nilai kegunaan dan nilai nominal atau harga hanya untuk mengikuti arus trend terbaru yang sedang viral. Dengan latar belakang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang sudah mendapatkan pengetahuan literasi ekonomi melalui mata kuliah, seharusnya dapat menjadi acuan mahasiswa dalam mengontrol konsumsi barang dengan bijak dan lebih mempertimbangkan kebutuhan pendidikan serta kemampuan *financial* dari pada keinginan semata yang berujung konsumsi berlebih dan pemborosan sehingga dapat memicu perilaku konsumtif.

Hal ini juga dikatakan oleh salah satu mahasiswa, ketika dalam berbelanja tidak selalu melihat dari sisi kebutuhan. Tetapi ketika dirasa barang tersebut cocok dan menarik maka dia akan membelinya. Meskipun tidak tahu barang tersebut penting atau tidak. Juga dalam perkembangan suatu *trend* selalu ingin tahu dan mengikuti trend tersebut. Apalagi mengenai *trend fashion* yang dirasa sesuatu yang penting dalam menunjang penampilan di kampus. Selain dalam hal berpenampilan, juga senang nongki-nongki bersama teman-teman dengan alasan melepas penat tugas kuliah, melupakan masalah yang sedang dihadapi. Dengan nongki-nongki maka pengeluaran mahasiswa pun semakin bertambah, apalagi pada mahasiswa yang uang bulanannya hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan primer saja. Hal tersebut juga termasuk dalam perilaku konsumtif.¹⁶

¹⁵ Angra Melina dan Saftia Wulandari, "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM BANGKO," 142.

¹⁶ Fidiya Nur Anisa, Wawancara Mahasiswa FEBI, 19 Januari 2022, Wawancara 1, transkrip.

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh Mahasiswa FEBI yang lain, dengan mempunyai uang bulanan yang lebih, cenderung tidak memikirkan dari sisi kebutuhan. Jika dirasa produk tersebut menarik maka akan dibeli tanpa sadar butuh atau tidak. Karena hal tersebut menurutnya dapat membuat pikiran *fresh* dan juga sebagai pemuas keinginan diri dari suatu produk. Menurutnya dengan bersenang-senang nongki-nongki bersama teman-teman membuatnya merasa lebih baik dan dapat terhindar dari perasaan sakit juga dapat melupakan persoalan yang sedang dihadapinya.¹⁷

Terdapat penelitian terdahulu yang melatarbelakangi penulis dalam melakukan penelitian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dias Kanserina pada tahun 2015 menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.¹⁸ Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Eva Oktafikasari dkk pada tahun 2017 menunjukkan bahwa konformitas hedonis dan literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.¹⁹ Dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Dola Asmita dkk pada tahun 2019 menunjukkan bahwa *trend fashion* memberikan dampak yang besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.²⁰

Berdasarkan riset-riset terdahulu ada beberapa celah yang memberikan peluang bagi peneliti, bahwasannya aspek literasi ekonomi, *hedonic consumption tendency* dan *trend fashion* belum pernah digunakan untuk penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI Semester 8 IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022.

¹⁷ Nafa Akhmaru, Wawancara Mahasiswa FEBI, 21 Januari 2022, Wawancara 2, transkrip.

¹⁸ Dias Kanserina, "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015."

¹⁹ Eva Oktafikasari dan Amir Mahmud, "Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif," 2017, 14.

²⁰ Dola Asmita dan Erianjoni, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Mengikuti *Trend Fashion* Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswa Sosiologi FIS UNP)."

Yang mana kampus yang seharusnya dijadikan sebagai tempat menuntut ilmu pengetahuan, bersosialisasi, bertukar pikiran antar mahasiswa justru dijadikan sebagai tempat pameran akan penampilan dan juga gaya hidup. Sehingga mahasiswa cenderung mengabaikan tujuan utama mereka yaitu menuntut ilmu tetapi lebih kepada mementingkan gaya hidup yang memicu perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh **Literasi Ekonomi, *Hedonic Consumption Tendency*, dan *Trend Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI Semester VIII IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022**”

B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang masalah yang telah diuraikan, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini. Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI Semester VIII IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022?
2. Apakah *hedonic consumption tendency* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI Semester VIII IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022?
3. Apakah *trend fashion* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI Semester VIII IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk dari rumusan masalah tersebut, penelitian ini memiliki beberapa tujuan, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI Semester VIII IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022
2. Untuk mengetahui pengaruh *hedonic consumption tendency* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI Semester VIII IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022

3. Untuk mengetahui pengaruh *trend fashion* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI Semester VIII IAIN Kudus Tahun Akademik 2021/2022

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini disusun supaya dapat memberikan kebaikan atau kegunaannya. Berikut ini adalah manfaat yang didapat pada penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan wawasan serta acuan dalam bidang ekonomi, terutama mengenai literasi ekonomi, *hedonic consumption tendency*, dan *trend fashion* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Manfaat praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan mahasiswa ketika melakukan kegiatan konsumsi agar lebih mengedepankan kebutuhan prioritas dari pada keinginan semata serta dapat menjadi rujukan pada penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Pada saat melakukan penyusunan penelitian ini, dalam penulisan skripsi supaya diperoleh penelitian yang ilmiah dan sistematis maka digunakan sistematika penulisan yang dimaksudkan guna memperoleh gambaran atau garis besar mengenai masing-masing bagian. Berikut ini adalah bagian-bagian sistematika penulisan yang ada pada penelitian ini:

1. Bagian Pembukaan

Bagian pembukaan berisikan judul, persetujuan pembimbing skripsi, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, halaman motto, halaman persembahan, halaman pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar serta daftar tabel.

2. Bagian Isi

Bagian isi, berisikan mengenai lima bab, dan diantara bab satu dengan bab yang lainnya saling berkaitan karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Kelima bab tersebut adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi mengenai pengertian literasi ekonomi, *hedonic consumption tendency*, *trend fashion*, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi mengenai garis besar dari gambaran umum objek penelitian, deskripsi jawaban responden, teknik analisis data serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Berisi terkait kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian serta memuat mengenai saran yang membangun dan sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

3. Bagian Akhir

Berisikan mengenai daftar pustaka, lampiran dari olah analisis data, daftar riwayat hidup penulis dan juga dokumentasi yang mendukung dari penelitian.