

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHA MAHASISWA INSTITUT NASIONAL FLORES NAGEKEO

German Yohanes Sola
Program Studi Ilmu Pertanian, Institut Nasional Flores
e-mail : germanchy@gmail.com

Abstract

Consumer behavior are all activities related to human action in consuming goods without consideration of the needs is based on considerations but rather on self-gratification or desire. Consumer behavior is influenced by factors of financial literacy, self-concept and culture. This study aims to determine the effect of financial literacy, self-concept and culture of both partially and simultaneously. the consumer behavior in students of Institut Nasional Flores . The population in this study 319 students, a sample of 178 students. Questionnaire data collection techniques, data analysis techniques using multiple regression analysis. The results showed that financial literacy negatively affect consumer behavior. While the concept of self and culture positive and significant impact on consumer behavior. Financial literacy, self-concept, and culture together influence on consumer behavior.

Keywords: Consumer Behavior

Abstrak

Perkembangan zaman modern memberi dampak terhadap kehidupan manusia. Dimana dengan adanya perkembangan modernisasi tersebut, telah banyak merubah kehidupan manusia. Perubahan tersebut terlebih pada pola hidup masyarakat pada saat ini. Menurut Chaney (2008) pola hidup yang dianggap mengkhawatirkan adalah, pola hidup konsumtif yang meninggalkan pola hidup produktif. Konsumsi ditunjukkan melalui perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok melalui kegiatan konsumsi”. Kegiatan konsumsi yang berlebihan merupakan gambaran perilaku manusia yang konsumtif. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor literasi keuangan, konsep diri dan budaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, konsep diri dan budaya baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Institut Nasional Flores . Populasi dalam penelitian ini 319 Mahasiswa, sampel sebanyak 178 Mahasiswa. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner, teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan konsep diri dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan, konsep diri, dan budaya secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif

Pendahuluan

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia dalam melakukan konsumsi yang tiada batas, atau membeli sesuatu barang secara berlebihan dan tak terencana dengan baik. Menurut Imawati, dkk (2013) Perkembangan industri yang pesat membuat penyediaan barang masyarakat berlimpah. Dengan begitu masyarakat mudah tertarik untuk mengonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada, hal ini apabila tidak dikontrol maka bukan tidak mungkin pola konsumsi akan menjadi budaya dan meningkat. Bagi para pelaku bisnis dan importir, perilaku konsumtif ini seperti tambang emas yang tidak habis digali. Hal ini menjadi lebih buruk ketika mewabah di negara – negara dunia ketiga, negara – negara yang baru berkembang seperti Indonesia. Ini ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan semacam *shopping mall*, industri mode, kawasan hunian mewah, kesukaan terhadap merk asing, makanan serba instan (*fast food*), telepon seluler dan lain sebagainya. Dengan demikian, masyarakat akan terkondisikan untuk bergantung terhadap semua fasilitas yang disediakan. Ini menjadi lebih buruk ketika perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa saja, tetapi juga terjadi pada remaja.

Perilaku konsumtif yang berlebihan banyak dijumpai pada usia remaja. Pernyataan ini didukung dengan pendapat Sumartono (2008:16) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan

jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Perilaku konsumtif irasional pada Mahasiswa yaitu perilaku mengonsumsi jajan (makan dan minum), *shopping*, isi pulsa, jalan-jalan dan kebutuhan tak terduga lainnya. Hal ini didukung dengan pendapat dari Andhika (2009) yang menyatakan bahwa “kebiasaan mengonsumsi jajan, *shopping*, nonton bioskop dan lain-lain sangat populer dikalangan anak-anak sekolah. Kebiasaan tersebut sangat sulit untuk dihilangkan”. Mahasiswa cenderung menghabiskan uang saku yang diberikan orang tua untuk mengonsumsi jajan, *shopping* dan membeli pulsa hp.

Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo, walaupun sudah mendapatkan pengetahuan keuangan yang sudah diajarkan oleh orang tua, sekolah dan lingkungan sekitarnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Mahasiswa Institut Nasional Flores tetap menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis tentang besaran uang saku yang diterima oleh Mahasiswa Institut Nasional Flores dari orang tua yang digunakan untuk konsumsi. Berdasarkan hasil observasi awal pada Mahasiswa di Institut Nasional Flores ditemukan bahwa uang saku Mahasiswa lebih banyak digunakan untuk konsumsi jajan, *shopping*, jalan-jalan, dan lain-lain, dari pada digunakan untuk ditabung (simpanan). Dari 15 responden yang diobservasi, jumlah responden yang menghabiskan uang saku untuk jajan, *shopping* dan jalan-jalan, yaitu ada 12 responden atau 80%. Sedangkan yang memanfaatkan uang untuk ditabung hanya 3 responden atau 20% dari jumlah

keseluruhan responden yang diobservasi. Hal ini menunjukkan terjadinya kesenjangan antara harapan dan kenyataan atau *phenomena gap*. Dimana berdasarkan teori “General Theory” dari John Maynard Keynes menyatakan bahwa manusia sudah pasti secara alamiah berdasarkan rata-rata, untuk meningkatkan konsumsi ketika pendapatan mereka naik, tetapi tidak sebanyak kenaikan pendapatan mereka. “Artinya ketika orang-orang menerima dolar ekstra (uang) ia biasanya digunakan mengkonsumsi sebagian dan menabung sebagian” (Mankiw, 2007:446). Namun kenyataan yang terjadi, Mahasiswa lebih banyak menghabiskan atau membelanjakan uang untuk hal-hal yang bersifat pemuas keinginan seperti shopping, main game dan jalan-jalan dari pada untuk menabung. Berdasarkan *phenomena gap* ini, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif Mahasiswa di Institut Nasional Flores .

Berdasarkan masalah yang diuraikan diatas maka penulis dapat merumuskan masalah (1) adakah pengaruh literasi keuangan, konsep diri dan budaya secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo? (2) adakah pengaruh literasi keuangan, konsep diri dan budaya secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo?. Berdasarkan permasalahan penelitian maka tujuan penelitiannya adalah (1) untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh literasi keuangan, konsep diri dan budaya secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa

Institut Nasional Flores . (2) untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh literasi keuangan, konsep diri dan budaya secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Institut Nasional Flores . Sedangkan manfaat teoritisnya diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang pengetahuan ekonomi pada Mahasiswa Institut Nasional Flores di Kabupaten Nagekeo. Sementara itu manfaat praktisnya memberikan sumbangan bagi Dosen Institut Nasional Flores untuk melakukan pembelajaran pada Kompetensi Dasar tentang (memahami perilaku konsumen serta peranannya dalam kegiatan ekonomi) yang berpedoman pada sikap dan perilaku Mahasiswa dalam upaya untuk mengurangi perilaku konsumerisme pada Mahasiswa Institut Nasional Flores .

Metode Penelitian

Desain penelitian ini tergolong ke dalam suatu penelitian kausal. Hasil dari penelitian ini lebih banyak menggunakan angka-angka sehingga pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari (1) variabel literasi keuangan dengan indikator (a) pengelolaan, (b) pengetahuan, dan (c) keterampilan. (2) variabel konsep diri dengan indikator (a) *Actual self-concept* (b) *Ideal self-concept* (c) *Private self-concept* (d) *Social self-concept*. (3) variabel budaya dengan

indikator (a) nilai, (b) norma, dan (c) kebiasaan. Variabel terikat yaitu perilaku konsumtif dengan indikator (a) mendapatkan (b) mengkonsumsi. Metode pengumpulan data dengan menggunakan angket atau kuisioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa SMK PGRI Bajawa jurusan Akuntansi, Tata Niaga dan Pariwisata di Kabupaten Ngada sebanyak 319 orang dan tersebar dari setiap kelas yaitu X, XI, dan XII. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 178 orang, didapat dengan menggunakan rumus Slovin yaitu

$$n \geq \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

N = ukuran populasi

n = ukuran sampel

e = tingkat kesalahan dalam meraih anggota sample yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 5%).

$$n = \frac{319}{1 + 319 \times (0,05)^2}$$

$$= 178$$

Hasil Dan Pembahasan

Hasil analisis deskriptif dapat disajikan dalam tabel 4.1:

Tabel 4.1. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimu m	Maksimu m	Mean	Std. Deviatio n
Literasi Keuanga n	17 8	36.00	60.00	46.677 3	4.89303
Konsep Diri	17 8	57.00	105.00	81.890 1	5.82594
Budaya	17 8	61.00	91.00	76.507 1	5.63242
Perilaku Konsumti f	17 8	34.00	53.00	42.985 8	3.17796

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini (N) adalah 178 responden yang terdiri dari 4 variabel. Variabel literasi keuangan dengan jumlah 16 pernyataan memiliki nilai terendah (minimum) adalah 36 dan nilai tertinggi (maximum) adalah 60, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 46,68 dengan standar deviasi (tingkat sebaran data) sebesar 4,89 yang jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean. Artinya nilai mean merupakan representasi yang baik dari keseluruhan data. Variabel konsep diri dengan jumlah 22 pernyataan memiliki nilai terendah (minimum) adalah 57 dan nilai tertinggi (maximum) adalah 105, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 81,89 dengan standar deviasi (tingkat sebaran data) sebesar 5,82 yang jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean. Artinya nilai mean merupakan representasi yang baik dari keseluruhan data. Variabel budaya dengan jumlah 19 pernyataan memiliki nilai terendah (minimum) adalah 61 dan nilai tertinggi (maximum) adalah 91, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 76,50 dengan standar deviasi (tingkat sebaran data) sebesar 5,63 yang jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean. Artinya nilai mean merupakan representasi yang baik dari keseluruhan data. Variabel perilaku konsumtif budaya dengan jumlah 12 pernyataan memiliki nilai terendah (minimum) adalah 34 dan nilai tertinggi (maximum) adalah 53, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 42,98 dengan standar deviasi (tingkat sebaran data) sebesar 3,18 yang jauh

lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean.

Uji asumsi klasik yang dikaji dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolenieritas dan uji heterokedasitas.

1. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Berdasarkan teori statistika model linier hanya residu dari variabel dependent Y yang wajib diuji normalitasnya, sedangkan variabel independent diasumsikan bukan fungsi distribusi (Ghozali, 2013:105). Hasil output pengujian normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai sig 0,419 = 0,419% \geq 0,05, maka H_0 diterima. Artinya variabel perilaku konsumtif berdistribusi normal.

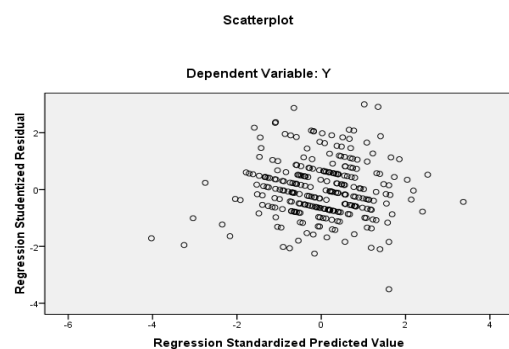
2. Uji multikolenieritas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013:105). Hasil perhitungan menggunakan program SPSS 16, diperoleh hasil untuk setiap variabel bebas mempunyai nilai tolerance $>$ 0,1 dan nilai VIF $<$ 10 yaitu X_1 nilai tolerance = 0,932 dan VIF = 1,072, X_2 nilai tolerance = 0,933 dan VIF = 1,072, dan X_3 nilai tolerance = 0,872 dan VIF = 1,146. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas

antar variabel bebas dalam model regresi ini.

3. Uji heterokedasitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas. Penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik. Untuk menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y (Ghozali, 2013:105). Berikut hasil pengolahan menggunakan program SPSS 16:



Gambar 4.6. Diagram Scatter plot

Pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 16 diperoleh hasil yaitu: (1). Koefisien $X_1 = -0,084$

artinya jika variabel Literasi Keuangan meningkat sebesar 1 satuan sementara variabel lain tetap, maka perilaku konsumtif menurun -0,084 point. (2). Koefisien $X_2 = 0,094$ artinya jika variabel konsep diri meningkat sebesar 1 satuan sementara variabel lain tetap, maka perilaku konsumtif meningkat 0,094 point. (3). Koefisien $X_3 = 0,085$ artinya jika variabel budaya meningkat sebesar 1 satuan sementara variabel lain tetap, maka perilaku konsumtif meningkat 0,085 point.

Hasil uji simultan diperoleh nilai $F = 9,668$ dan $\text{sig} = 0,000 < 5\%$. Ini berarti variabel independen Literasi Keuangan, konsep diri dan budaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dengan kata lain variabel-variabel independen Literasi Keuangan, konsep diri dan budaya benar-benar berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil Koefisien Determinasi Ganda (R^2) diperoleh nilai Adjusted $R^2 = 0,086 = 8,6\%$. Hal ini berarti besarnya pengaruh Literasi Keuangan, konsep diri, dan budaya terhadap perilaku konsumtif adalah 8,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Hasil uji parsial (uji t) dengan menggunakan SPSS pada variabel (X_1) Literasi Keuangan diperoleh nilai t_{hitung} bertanda negatif yaitu sebesar 2,181 dan $\text{sig} = 0,030 = 3\% < 5\%$ jadi H_0 ditolak. Ini berarti variabel Literasi Keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada variabel (X_2) Konsep diri diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} = 2,921$ dan $\text{sig} = 0,004 = 0,4\% < 5\%$ jadi H_0 ditolak. Ini berarti variabel Konsep diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada variabel (X_3) budaya diperoleh nilai t_{hitung}

$= 2,457$ dan $\text{sig} = 0,015 = 1,5\% < 5\%$ jadi H_0 ditolak. Ini berarti variabel budaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji koefisien determinasi parsial (r^2) diketahui besarnya pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif adalah $(-0,133)^2 = 1,77\%$. Besarnya pengaruh Konsep diri terhadap perilaku konsumtif adalah $0,173^2 = 2,99\%$. Besarnya pengaruh budaya terhadap perilaku konsumtif adalah $0,146^2 = 2,13\%$.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri, dan Budaya Terhadap Perilaku konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan secara simultan literasi keuangan, konsep diri dan budaya secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada Mahasiswa Institut Nasional Flores . Besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut secara simultan adalah 8,6%. Secara umum konsumen akan bertindak secara rasional dalam melakukan aktivitas ekonomi guna memperoleh keuntungan maksimum dari barang atau jasa (Kanuk, 2010:6).

2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku konsumtif

Literasi keuangan secara parsial berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo. Besarnya pengaruh literasi keungan terhadap perilaku konsumen adalah 1,77%.

3. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo.

Besarnya pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumen adalah 2,99%. konsep diri adalah persepsi seseorang terhadap dirinya yang meliputi kesehatan fisik, karakteristik lainnya seperti kekuatan, kejujuran, dan rasa humor dalam kaitannya dengan yang lain, dan bahkan diperluas meliputi kepemilikan barang-barang tertentu dan hasil karyanya Sumarwan (2014:62).

4. Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumsi

Hasil penelitian menunjukkan budaya berpengaruh terhadap perilaku konsumen Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo. Besarnya pengaruh budaya dengan perilaku konsumtif adalah 2,13%. Adanya pengaruh budaya terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo membuktikan kebenaran teori *anthropological theory*. *Anthropological Theory* menjelaskan memandang bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Pada konteks yang lebih luas lingkungan sosial yang mempengaruhi perilaku seseorang didalamnya termasuk kebudayaan, subkultur, dan kelas sosial. Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen Menurut Bilson (2004:6).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo. Artinya jika literasi keuangan meningkat sebesar 1 satuan, sementara variabel lain tetap,

maka perilaku konsumtif menurun. Konsep Diri berpengaruh positif terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo. Artinya jika konsep diri meningkat sebesar 1 satuan, sementara variabel lain tetap, maka perilaku konsumtif meningkat. Budaya berpengaruh positif terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo. Artinya jika budaya meningkat sebesar 1 satuan, sementara variabel lain tetap, maka perilaku konsumtif meningkat. Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya secara simultan berpengaruh positif terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Institut Nasional Flores Nagekeo.

Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk dapat memecahkan masalah dari perilaku Mahasiswa yang cenderung konsumtif maka, peneliti memberikan saran sebagai berikut: Indikator paling rendah dari variabel literasi keuangan adalah indikator pengetahuan. Oleh karena itu sekolah sebaiknya mengajarkan kebiasaan-kebiasaan yang produktif dalam membelanjakan uangnya sebagai upaya untuk memperbaiki perilaku konsumtif Mahasiswa. Indikator paling rendah dari variabel konsep diri adalah indikator *ideal self-concept*. Oleh karena itu sebaiknya orang tua harus mampu menanamkan rasa percaya diri dan menanamkan rasa menghargai diri dengan apapun yang dimiliki oleh anak, agar tidak mudah terpengaruh oleh perilaku konsumtif anak-anak lain. Indikator paling rendah dari variabel budaya adalah indikator kebiasaan. Oleh karena itu orang tua sebaiknya mengajarkan kebiasaan-kebiasaan yang baik pada anak, agar mereka mampu

memutuskan mana barang dan jasa yang perlu dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan dan mana yang perlu dihindari. Indikator paling rendah dari variabel perilaku konsumtif adalah indikator mendapatkan. Oleh karena itu orang tua sebaiknya mengarahkan agar anak lebih mengutamakan mencari informasi atau usaha untuk mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan dan menjauhi barang dan jasa yang bersifat pemenuhan keinginan. Agar mampu menekan perilaku konsumtif anak.

Iklan Televisi. Bandung: Penerbit Alfabeta
Sumarwan. 2014. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Daftar Pustaka

- Andhika. E. P. 2020. “*Gambaran Kebiasaan Jajan Mahasiswa Di Sekolah*”. *Artikel Penelitian*. Semarang : UNDIP (tidak dipublikasikan).
- Bilson. S. 2020. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali. I. 2020. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21 (Update PLS Regresi)*.
- Imawati, dkk. 2020. “*Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMK PGRI Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013*”. *Jupe UNS*. Vol. 2 No. 1 Hal. 48-58.
- Mankiw. N. G. 2021. “*Makro Economic, Seventh Edition, United States Of America* : Worth Publishers.
- Mawo, dkk. 2021. “*Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada SMK Regina Parcis Bajawa Tahun Ajaran 2020/2021*”.
- Schiffman. L. & Kanuk. L. L. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. INDEKS.
- Sumartono. (2008). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong imbas pesan*