

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Salah satu kecerdasan yang wajib dipunyai oleh manusia modern merupakan kecerdasan finansial, adalah kecerdasan dalam mengelola peninggalan individu. Dalam masa globalisasi semacam dikala ini hendak mendesak suatu kenaikan ekonomi dalam sesuatu negeri, contoh dari kenaikan ekonomi ini merupakan dengan mulai berkembangnya dunia perindustrian dan bersamaan dengan pertumbuhan kemajuan teknologi yang terus menjadi kilat berakibat terhadap kemudahan dalam seluruh suatu. Salah satu kemudahan yang dialami salah satunya dalam perihal berbelanja, dimana saat ini berbelanja tidak butuh berjumpa secara tatap muka dalam sesuatu tempat namun saat ini telah dapat dicoba secara online. Dimana jual beli tersebut dicoba dalam satu jaringan internet adalah e-commerce dengan terdapatnya e-commerce tersebut itu dapat mempermudah seorang untuk bisa berbelanja secara online, dengan berbelanja online hendak pengaruhi pola sikap konsumtif seorang.

Orang hendak dengan gampang memandang suatu yang ditawarkan secara online yang hendak memunculkan hasrat untuk membeli tanpa memikirkan manfaat dari benda tersebut ataupun dengan kata lain membeli bersumber pada kemauan bukan kebutuhan. Dengan kata lain orang tersebut tidak cuma hanya berkonsumsi untuk penuhi kebutuhannya saja hendak namun mereka komsumsi bersumber pada kemauan dari pada kebutuhannya, sehingga seorang komsumsi suatu benda yang sesungguhnya kurang diperlukan ataupun kurang berguna. Aktivitas tersebut bisa dikategorikan sebagai perilaku konsumtif dimana pemenuhan kemauan lebih berarti dibanding kebutuhannya perilaku konsumtif merupakan perilaku orang yang mempengaruhi faktor sosiologi didalam kehidupannya yang dituntut untuk komsumsi secara kelewatan serta tidak terencana.

Manusia merupakan makhluk ekonomi yang dituntut untuk penuhi kebutuhan demi kelangsungan hidup, salah satunya merupakan dengan komsumsi benda serta jasa (Septiana, 2015). Perilaku konsumtif adalah perilaku ataupun aktivitas yang di jalani oleh tiap individu yang bisa dipengaruhi oleh sebagian faktor-faktor sosiologi yang berasal dari orang itu sendiri yang bisa menimbulkan

individu tersebut melaksanakan mengkonsumsi secara kelewatan ataupun boros, dengan membeli benda yang di mau bukan yang di butuhkan (Aprilia serta Hartanto, 2014). Sederet acara belanja online yang diselenggarakan platform perdagangan elektronik (e-commerce) masih di minati warga. Vice president of marketing bukalapak Erick Wicaksono berujar promo dalam rangka memperingati momen belanja online 11 November ataupun 11.11 sudah menggapai peningkatan Gross Merchandise value (GMV) ataupun nilai total transaksi sampai 100% dibanding periode sama tahun kemudian. Bersumber pada data formal yang di terima (tempo, 2020) Shopee sudah mencatat dini yang kokoh pada promo 11.11 big sale.(TEMPO. CO, Jakarta 2020)

**Berdasarkan prasurvei data pada 109 mahasiswa pada tanggal 15 januari 2021 data yang didapat adalah sebagai berikut :**

**Tabel 1. Data prasurvei mahasiswa Akuntansi FEB UM Metro**

No	KETERANGAN	Jawaban	
		IYA	TIDAK
1	Mahasiswa yang memiliki aplikasi e-commerce di smart phone.	78,9%	21,1%
2	Mahasiswa yang membeli atau berbelanja online pada promo 11.11 atau 12.12	51,4%	48,6%
3	Mahasiswa yang memilih untuk membeli pakaian atau aksesoris didistro/butik.	23,9%	76,1%
4	Mahasiswa pernah mencari atau mengikuti literasi keuangan dimedia sosial.	12,8%	87,2%

**Sumber : mahasiswa Akuntansi FEB UM Metro**

Prasurvei yang dicoba kepada mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas muhammadiyah metro sebanyak 109 responden yang telah mengisi kuesioner tersebut dari pernyataan diatas meyakinkan jika tingkatan konsumtif berbelanja online mahasiswa akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro sangatlah besar. Mengenai ini dapat dilihat dari banyaknya aplikasi e-commerce yang ada dismart phone mahasiswa sebesar 78,9% kebalikannya mahasiswa yang tidak memiliki aplikasi e-commerce dekat 21,1% data ini menunjukan jika secara tidak langsung para mahasiswa sudah pernah maupun sering melakukan pembelian secara online ditambah lagi dengan adanya promo 11.11 maupun 12.12 yang diselenggarakan platform perdagangan elektronik (e-commerce) semacam shopee, lazada, dsb. Mengenai itu

menaikkan atensi mahasiswa untuk berperilaku konsumtif terlihat dari data diatas dekat 51,4% yang meyakini jika para mahasiswa pernah melakukan pembelian pada disaat promo itu berlangsung.

Namun sangat disayangkan sebab dari tingkatan konsumtif yang besar tidak dibarengi dengan literasi keuangan yang baik dari mahasiswa, bisa dilihat dari informasi diatas yang membuktikan kalau mahasiswa Akuntansi kurang menguasai tentang literasi keuangan yang menyebabkan para mahasiswa itu berperilaku konsumtif, dari informasi diatas tingkatan literasi keuangan mahasiswa terletak pada 12,8% yang melaporkan kalau para mahasiswa kurang dalam literasi keuangannya. Dengan terdapatnya kemudahan dalam berbelanja di- commerce para warga juga lebih memilah untuk berbelanja online daripada berbelanja langsung ke pusat perbelanjaan semacam butik maupun distro, dilihat dari informasi diatas yang melaporkan kalau pembelian dipusat pertokoan semacam distro ataupun butik untuk dikala ini kurang diminati digolongan mahasiswa dekat 23,9%. Perihal ini menunjukkan kalau pada dikala ini mahasiswa lebih cenderung memilah berbelanja secara online dibanding pusat perbelanjaan ataupun pertokoan.

Mempunyai pengetahuan serta melaksanakan perencanaan keuangan adalah proses menggapai tujuan hidup adalah masa depan yang sejahtera serta senang melalui penyusunan keuangan. Tanpa terdapatnya perencanaan keuangan hingga hidup yang untuk sebagian besar anggota warga telah susah hendak jadi semakin susah. Serta dengan mempraktikkan teknik pengelolaan keuangan yang benar, hingga orang diharapkan dapat memperoleh manfaat yang optimal dari pengetahuan tersebut supaya warga tidak cuma mau penuhi hasrat yang di idamkan saja melainkan yang dibutuhkannya pula. Aktivitas yang dicoba tersebut dapat di kategorikan sebagai perilaku konsumtif dimana perilaku konsumtif adalah sikap membeli benda tanpa terdapatnya pertimbangan yang kokoh serta lebih mengedepankan kemauan dibanding kebutuhan. seorang yang telah terjerumus didalam perilaku konsumtif rela melaksanakan seluruh perihal untuk apa yang mereka mau, pengetahuan serta keahlian di dalam mengelola keuangan merupakan aspek utama dalam membenarkan ketidakpastian pada waktu depan, konsep pengelolaan keuangan didukung terdapatnya keahlian. Fator lain yang berasal dari luar orang itu sendiri merupakan dengan bergabung bersama orang-orang yang bertabiat kelewatan dalam melaksanakan konsumsinya, kelompok orang-orang tersebut diucap dengan konformitas hedonis. Konformitas adalah kecendrungan orang supaya bisa merubah persepsi, opini, serta perilaku orang supaya bisa cocok ataupun sama dengan norma- norma yang terdapat pada klompok tertentu. Perihal itu dicoba supaya orang tersebut memperoleh pengakuan sosial serta harmonisasi menjadikan mahasiswa untuk melakukan konformitas dilingkungan tempat mahasiswa tersebut berteman.

Pulung (2018), Tribuana (2020) melaporkan kalau literasi keuangan mempengaruhi signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, hendak namun pada penelitian Dewi, dkk (2017), Dikra, dkk (2016), Nurachma, Arif (2017) melaporkan kalau literasi keuangan tidak mempengaruhi signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, perihal ini dikarenakan bagi Dikra dkk,( 2016) Mahasiswa yang mempunyai literasi keuangan yang baik hendak terus menjadi rasional dalam berkonsumsi sehingga tingkatan konsumsinya rendah, perihal ini sejalan dengan hasil penelitian (Imawati dkk2013) kalau kala financial literach bertambah hingga perilaku konsumtif hendak menyusut.

Pengendalian diri mempengaruhi negatif terhadap sikap konsumtif mahasiswa. Perihal ini pula sejalan dengan hasil penelitian tadinya dari Harnum (2012) ada ikatan negatif yang signifikan antara teknik kontrol diri dengan kecenderungan sikap konsumtif. Mahasiswa yang mempunyai pengendalian diri yang rendah hendak mempunyai sikap konsumtif. Perihal ini dapat terjalin sebab mahasiswa tersebut gampang terbawa-bawa oleh hal-hal yang mendorongnya untuk berkonsumsi. Contohnya, mahasiswa yang sangat tergantung dengan temannya hendak melaksanakan kegiatan yang dicoba pula oleh temannya, tercantum kegiatan membeli. Mahasiswa cenderung melaksanakan penyesuaian diri secara kelewatan cuma untuk mendapatkan pengakuan secara sosial. Demi pengakuan sosial, mahasiswa dapat berperilaku konsumtif, adalah membeli sesuatu benda ataupun jasa bukan sebab dengan kebutuhan, tetapi bersumber pada sebab kemauan ataupun penuh rasa puas. Perihal tersebut diperkuat dari penelitian (Sari, 2009) berkata kalau anak muda gampang terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan sahabat, tidak realistis, serta cenderung boros dalam memakai uangnya. Mahasiswa yang mempunyai pengendalian diri yang baik bisa bebas dari sikap konsumtif, perihal ini terjalin sebab mahasiswa tersebut bisa mengendalikan sikap, kognitif serta keputusannya.

Untuk pengamat Eva dan Amir (2017) memberi tahu jika adanya pengaruh positif yang signifikan antara konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif, karena terus jadi besar konformitas sampai hendak terus jadi besar pula perilaku konsumtif, dimana orang-orang melakukan konformitas karna ingin disukai oleh khalayak ramai sampai ini meyakinkan orang-orang yang berperilaku konsumtif. Namun pada pengamat yang lain yakni pada pengamat Eva dan Tatik (2015) meyakinkan jika besar rendahnya konformitas tidak berhubungan maupun tidak pengaruhi terhadap perilaku konsumtif karena adanya perbandingan pengaruh dari sebagian studi tersebut sampai pengamat hendak meyakinkan apakah literasi keuangan dan konformitas hedonis pengaruhi secara positif atautkah pengaruhi secara negatif terhadap perilaku konsumtif.

Bedasarkan uraian dan fenomena diatas, sampai penulis tertarik untuk mengambil sesuatu judul “ pengaruh financial literacy, pengendalian diri, serta konfonitas hedonis

terhadap sikap konsumtif berbelanja online (study permasalahan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi serta Bisnis universitas muhammadiyah metro)”

### **B. Rumusan Masalah**

Dalam bermacam penjelasan latar balik tersebut bisa di definisikan permasalahan dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah Literasi Keuangan mempengaruhi terhadap sikap konsumtif berbelanja online mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi serta Bisnis UM Metro?
2. Apakah pengendalian diri mempengaruhi terhadap sikap konsumtif berbelanja online mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi serta Bisnis UM Metro?
3. Apakah konformitas hedonis mempengaruhi terhadap sikap konsumtif berbelanja online mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi serta Bisnis UM Metro?

### **C. Tujuan Penelitian**

Bersumber pada rumusan permasalahan diatas, tujuan penelitian ini merupakan untuk:

1. Untuk mengenali Pengaruh Literasi Keuangan terhadap sikap konsumtif berbelanja online mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi serta Bisnis UM Metro.
2. Untuk mengenali Pengaruh pengendalian diri terhadap sikap konsumtif berbelanja online mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi serta Bisnis UM Metro.
3. mengenali Pengaruh konformitas hedonis terhadap sikap konsumtif berbelanja online mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi serta Bisnis UM Metro.

### **D. Tujuan Penelitian**

Ada pula tujuan dari penelitian ini merupakan:

#### **1. Untuk akademik**

Penelitian ini hendak jadi bonus rujukan serta bonus kerangka acuan untuk penelitian berikutnya sehingga bisa diharapkan untuk meningkatkan mutu di bidang pembelajaran.

#### **2. Untuk praktisi**

- a. Untuk penulis, penelitian ini bisa membagikan edukasi serta pengalaman untuk penulis serta pembaca.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa membagikan masukan kepada mahasiswa dalam melaksanakan pemenuhan kebutuhan supaya senantiasa mencermati manfaat serta manfaat dari sesuatu produk, membelanjakan uangnya cocok kebutuhan, dan bisa mengendalikan keuangan dengan baik serta benar, sehingga tidak menuju pada sikap konsumtif. Dan diharapkan bisa berguna untuk praktisi yang bergerak dalam dunia

ekonomi serta bisnis supaya mendapatkan pengetahuan serta masukan menimpa sikap konsumtif.

### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Supaya penelitian ini tidak menyimpang jauh serta kasus yang diteliti serta untuk menjauhi pengertian yang salah hingga pepenelitian menghalangi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian ini merupakan:
  - a. Literasi Keuangan, Pengendalian diri, serta Konformitas hedonis.
  - b. Prilaku konsumtif berbelanja online.
2. Subyek penelitian ini merupakan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi serta Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Waktu penelitian dicoba pada tahun 2021.
4. Posisi penelitian merupakan Fakultas Ekonomi serta Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.