

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mahasiswa secara harafiah adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi otomatis dapat disebut sebagai mahasiswa (Takwin, 2008). Menyangkut status sebagai seorang Mahasiswa merupakan impian dari begitu banyak remaja yang telah menyelesaikan Sekolah Menengah Atas (SMA). Akan tetapi, berstatus sebagai seorang mahasiswa tentunya bukan hanya kebanggaan yang dirasakan namun juga banyak konsekuensi yang harus dihadapi oleh mahasiswa. Mahasiswa sebagai masyarakat kampus mempunyai tugas utama yaitu belajar seperti membuat tugas, membaca buku, membuat makalah, presentasi, diskusi, hadir ke seminar dan kegiatan-kegiatan lainnya yang bercorak kekampusan (Siallagan, 2011).

Mahasiswa merupakan kelompok konsumen remaja (Lisma& Haryono, 2016). Pada masa remaja, individu mulai mencari identitas diri sehingga sangat mudah dipengaruhi oleh berbagai hal disekelilingnya, baik itu positif maupun yang negatif. Remaja tidak terlepas dari karakteristik individu yang mudah terbuju oleh hal-hal yang menyenangkan dan memiliki tingkat konformitas yang tinggi, alasan tersebut menjadi pelaku utama dalam gaya hidup konsumtif. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Loudon dan Bitta (dalam Suminar dan Meyuntari, 2016), remaja merupakan individu yang mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan serta tidak berpikir hemat.

Menurut Don Slater, Konsumsi adalah bagaimana manusia dan aktor sosial dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Berhubungan dengan sesuatu yang dapat memuaskan mereka dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menikmati, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, memperhatikan dan lain sebagainya. Konsumsi dapat diartikan sebagai bagian dari pendapatan nasional yang dikeluarkan untuk membeli barang-barang konsumsi. Konsumsi merupakan pengeluaran masyarakat untuk membeli barang-barang keperluan atau kebutuhan konsumsi (Asfia Murni, 2006;49).

Konsumsi merupakan kebutuhan mutlak yang dilakukan oleh setiap masyarakat termasuk mahasiswa. Jika dihubungkan dengan konsumsi, mahasiswa bukan hanya mempunyai tugas untuk belajar akan tetapi mahasiswa juga merupakan segelintir remaja yang memiliki porsi konsumsi yang cukup tinggi. Pengeluaran konsumsi mahasiswa pada umumnya sama dengan pengeluaran yang dikeluarkan oleh rumah tangga yaitu memenuhi kebutuhan sehari-hari (Faidah, 2016).

Dalam penelitian Ulfa Lutfiah et al (2015) Pola konsumsi adalah perilaku individu dalam memanfaatkan, menghabiskan nilai guna barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya yang didasarkan pada tindakan rasional. Pola konsumsi yang akan peneliti ambil adalah pola konsumsi makanan dan juga non makanan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pola konsumsi yakni faktor-faktor yang berasal dari faktor ekonomi dan juga faktor non

ekonomi. Faktor ekonomi terdiri dari pendapatan, tingkat harga, selera dan lain sebagainya. Sedangkan faktor-faktor non ekonomi seperti faktor psikologi, lingkungan dan budaya. Dalam penelitian yang peneliti lakukan saat ini, peneliti tidak akan mengambil semua faktor yang mempengaruhi pola konsumsi sebagai variabel melainkan peneliti hanya akan mengambil dua faktor ekonomi dan satu faktor non ekonomi sebagai variabel yang mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa.

Faktor ekonomi yang mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa yaitu pendapatan (uang saku) dan tingkat harga. Di mana pendapatan (uang saku) merupakan sejumlah uang yang diberikan oleh orang tua kepada anak-anak mereka guna memenuhi segala keperluan sekolah mereka. Menurut Widya (2007), uang saku adalah uang yang tidak sama dengan uang jajan. Uang saku dipergunakan untuk jajan, menabung dan berderma. Tingkat harga adalah rate yaitu angka yang menunjukkan nilai, harga, kecepatan perkembangan dan produksi berdasarkan satuan ukur tertentu, biaya premi, asuransi ataupun beban biaya (Kotler dan Armstrong, 2012). Sedangkan faktor non ekonomi yang mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa yaitu lingkungan sosial. Di mana menurut Wikipedia, lingkungan sosial merupakan tempat berlangsungnya aktifitas sehari-hari. Lingkungan sosial menjadi faktor penentu terhadap perubahan-perubahan perilaku yang terjadi pada setiap individu atau kelompok. Lingkungan keluarga, teman sebaya, serta lingkungan tempat tinggal akan membentuk perilaku dalam diri setiap individu. Lingkungan sosial yang baik akan membentuk

pribadi yang baik, karena perilaku dan kepribadian seseorang cerminan dari lingkungan sosial yang ia tempati.

Era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi yang semakin canggih sudah menjadi gaya hidup karena membuat manusia menjadi lebih modern dan memenuhi kebutuhan hidup menjadi lebih mudah. Salah satu manfaat terpenting media internet adalah dalam bidang yang dapat memenuhi kebutuhan manusia dandiakui atau tidak, perlahan-lahan telah mulai mengubah pola gaya hidup dan pola pemikiran masyarakat (Miranda, 2017).

Tingginya penggunaan internet ini turut mengundang perkembangan atau fenomena baru di bidang-bidang lainnya, salah satunya adalah bidang ekonomi khususnya *E-commerce*. Awal mula sistem penjualan online dikenal dengan istilah *e-commerce* kepanjangan dari *electronic commerce* (Miranda, 2017). *E-commerce* menyebabkan remaja urban berperilaku konsumsi, mereka akan membeli sesuatu yang seharusnya memang tidak dibutuhkan.

Seiring perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat semakin serba instan dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya sehingga masyarakat seringkali mencari sesuatu yang praktis dan serba instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat. Setiap perusahaan menawarkan keunggulan kepada konsumen supaya dapat terus bertahan. Semakin menarik, mudah, dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen, maka keuntungan bagi perusahaan semakin besar. Oleh karena itu, sistem penjualan suatu perusahaan merupakan hal yang penting untuk

diperhatikan perusahaan karena sistem penjualan perusahaan tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi.

Penerapan teknologi komunikasi informasi yang bisa digunakan untuk menunjang sistem penjualan adalah *E-commerce*. *E-commerce* adalah penjualan yang dilakukan melalui media elektronik. Menurut Surawiguna (2010) mendeskripsikan ecommerce sebagai salah satu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa baik. *E-commerce* membawa peluang bisnis yang besar (seperti penjualan produk dan penyediaan layanan online) dan pertumbuhan dan pendapatan (Rohm dan Swaminathan, 2004). Oleh karena itu, perusahaan saat ini berlomba-lomba menyediakan layanan online baik sebagai pengganti atau sebagai tambahan untuk layanan offlinenya yang tradisional (Pujari, 2004). Namun, meski dengan meningkatnya jumlah pelanggan untuk belanja online, *e-commerce* terbukti lebih rumit dibandingkan cara tradisional dalam berbisnis (Santouridis et al., 2012). Meningkatkan kualitas layanan *e-commerce* dianggap sebagai salah satu faktor kunci menuju kesuksesan atau kegagalan (Yang, 2001) dalam rantai pasokan *e-retailing*.

Menurut Lai (2014), kecepatan perkembangan teknologi, komunikasi, dan informasi dan *e-commerce* memungkinkan konsumen untuk membeli produk dan jasa secara online. Pada saat yang sama, pertumbuhan yang pesat dari toko online telah mendorong persaingan hebat diantara penjualan *e-commerce* yang semakin melihat pengalaman pelanggan sebagai sesuatu penting (Lai, 2014). *E-commerce*

menjadi alternatif bisnis di era modern yang sejalan dengan kondisi pasar yang semakin dinamis dan persaingan yang kompetitif, mengakibatkan perubahan pada perilaku konsumen.

Batasan untuk penelitian saat ini yaitu peneliti akan mencari pengaruh antara pola konsumsi mahasiswa dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan uji statistik, sedangkan peneliti hanya akan mencari tau hubungan antara pola konsumsi mahasiswa dengan *e-commerce* secara statistik deskriptif dan jawaban berdasarkan kuesioner.

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan FEB
UNWIRA Tahun 2017-2021

No.	Tahun	Jumlah
1.	2017	422
2.	2018	530
3.	2019	558
4.	2020	527
5.	2021	479

Sumber : PDDikti

Berdasarkan tabel 1.1 di atas maka diketahui bahwa jumlah mahasiswa program studi ekonomi pembangunan FEB UNWIRA dari tahun 2017-2021 fluktuatif. Jumlah mahasiswa terbanyak di tahun 2019 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan lagi.

Dengan data awal di atas dan juga latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa**

Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Dan Pemanfaatan *E-Commerce* Sebagai Media Berbelanja”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan dan parsial, pendapatan (uang saku), tingkat harga dan lingkungan berpengaruh terhadap pola konsumsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan FEB UNWIRA ?
2. Bagaimana pemanfaatan *e-commerce* sebagai media berbelanja mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan FEB UNWIRA ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial pendapatan (uang saku), tingkat harga dan lingkungan terhadap pola konsumsi mahasiswa program studi Ekonomi Pembangunan FEB UNWIRA
2. Untuk mengetahui pemanfaatan *e-commerce* sebagai media berbelanja mahasiswa program studi ekonomi pembangunan FEB Unwira

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang peneliti lakukan saat ini diharapkan memberi tambahan referensi dalam ilmu pengetahuan dan menjadi rujukan penelitian selanjutnya terlebih khusus masalah yang terkait dengan pola konsumsi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai syarat untuk bisa menyelesaikan tugas akhir yang kemudian akan diuji untuk bisa mendapat gelar Sarjana.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi mahasiswa terkait pola konsumsi dan relevansinya dengan *e-commerce*.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan untuk bisa menjadi bahan referensi untuk mengetahui tentang pola konsumsi dan relevansinya dengan *e-commerce*.