

**PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA BIDIKMISI PRODI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS  
HASANUDDIN**

**SKRIPSI**

**MUH. SYAHRIR  
E031181017**



**SKRIPSI DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT GUNA  
MEMPEROLEH DERAJAT KESARJANAAN PADA DEPARTEMEN  
SOSIOLOGI**

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA BIDIKMISI PRODI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS HASANUDDIN**

Disusun dan Diajukan Oleh

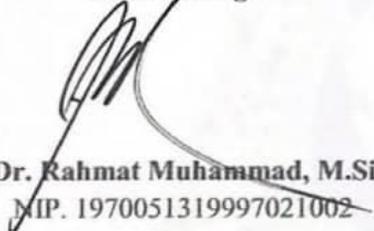
**MUH. SYAHRIR**

E031181017

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

**Menyetujui**

**Pembimbing I**

  
**Dr. Rahmat Muhammad, M.Si**  
NIP. 1970051319997021002

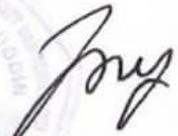
**Pembimbing II**

  
**Arini Enar Lestari AR, S.Pd M.Sos**  
NIP . 199201302018032001

**Mengetahui,**

**Ketua Departemen Sosiologi**

**FISIP UNHAS**

  
**Prof. Dr. Hasbi Marissangan M.Si, Ph.D**  
NIP. 196308271991031003

## HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Oleh:

NAMA : MUH. SYAHRIR  
NIM : E031181017  
JUDUL : Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bidikmisi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

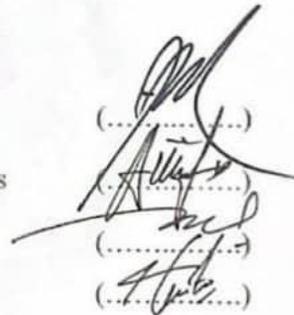
Pada:

Hari/Tanggal: Kamis, 19 Januari 2023

Tempat: Ruang Rapat Departemen Sosiologi FISIP Universitas Hasanuddin

### Tim Evaluasi Skripsi

Ketua : Dr. Rahmat Muhammad, M.Si  
Sekretaris : Arini Enar Lestari AR, S.Pd, M.Sos  
Anggota : Sultan, S. Sos, M.Si  
Hariashari Rahim, S.Sos.,M.Si.



(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : MUH. SYAHRIR  
NIM : E031181017  
JUDUL : Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bidikmisi Prodi Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Menyatakan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar. 19 Januari 2023



Muh. Syahrir

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Bismillahirrahmanirrahim....**

Segala Puji dan Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa

*Skripsi Ini Penulis Persembahkan Untuk Seluruh Insan yang Membutuhkan-nya*

*Untuk Kedua Orang Tua **Jusdi Dan Nuraeni**, Saudara, Sahabat Dan Teman-Teman*

**Tetap Semangat dan Jangan Putus Asa**

**ALLAH tidak Membebani suatu jiwa melebihi apa yang dapat**

**Ditanggungnya (Al-Qur'an 2: 286)**

**---Nasib telah ditulis dengan tinta cinta dan disegel dengan rahmat-nya---**

## KATA PENGANTAR

Segala puji kepada Allah SWT, karena atas kuasa dan Ridha-Nya lah Skripsi penelitian ini terselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa kita ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga kelak kita mendapat syafaat di hari akhir. Dengan selesainya Skripsi penelitian yang berjudul “*Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bidikmisi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*” yang bertujuan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana di Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Skripsi ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

Kepada **Dr. Rahmat Muhammad, M. Si** selaku pembimbing I dan penasehat akademik, terimakasih atas kepercayaan dan bimbingannya selama ini yang tanpa lelah membimbing dan mengarahkan bagaimana menulis dan menyusun skripsi yang baik dan benar. **Arini Enar Lestari AR, S.Pd., M.Sos** selaku pembimbing II terimakasih untuk setiap waktu yang telah diberikan pada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini, tanpa lelah membimbing dan mengarahkan bagaimana menulis dan menyusun skripsi dengan benar. Tidak lupa ucapan terimakasih juga kepada **Sultan, S.Sos, M. Si** dan **Hariashari Rahim, S.Sos, M.Si** selaku penguji dimulai dari seminar proposal hingga ujian skripsi. Ucapan terima kasih juga sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc** selaku Rektor Universitas Hasanuddin dan mantan Rektor Universitas Hasanuddin **Prof. Dr. Hj. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A** sekaligus Guru Besar Departemen Sosiologi FISIP Unhas Makassar.
2. **Dr. Phil. Sukri, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
3. **Prof. Hasbi Marissangan M.Si., Ph.D** selaku Ketua Departemen Sosiologi dan **Dr. M. Ramli AT, M.Si** selaku Sekretaris Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
4. **Bapak dan Ibu Dosen** yang telah mendidik penulis dalam menempuh studi S1 di Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu.
5. Seluruh **staf akademik Fakultas Ilmu Sosiasl dan Ilmu Politik**, terkhusus **staf akademik Departemen Sosiologi** yang telah memberikan bantuan jasa dalam pengadministrasian selama penulis menempuh studi di Universitas Hasanuddin. Kepada Bapak **Pasmudir, S.Hum.**, Bapak **Hidayat Doe, S.IP., M.Si** dan Ibu **Rosnaini, S.E.**, terima kasih atas bantuan dan kemudahannya dalam menyusun berkas yang diperlukan dalam skripsi ini.
6. Kepada Kedua Orang Tua Penulis **Jusdi** dan **Nuraeni** Atas Doa, Inspirasi, Dorongan, Serta Dukungan Yang Telah di Berikan. Dan saudara kerabat Penulis yang turut memberi dukungan selama ini.

7. Terima kasih kepada seluruh **Responden** (Mahasiswa Sosiologi Penerima Bidikmisi 2018 dan 2019) yang telah memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Saudara & saudari **Positivis18** terimakasih atas kerjasama yang dibentuk selama pengaderan sampai saat ini, suka dan duka bersama, semoga sehat dan sukses selalu dimanapun berada.
9. **Kemasos FISIP Unhas** terimakasih atas ruang berproses dan kesempatan dalam mengembangkan diri serta didikan yang luar biasa yang diberikan selama ini, *Bersatu Dalam Kebenaran*.
10. **Ukm Ibnu khaldun FISIP Unhas** yang telah menjadi rumah untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai keagamaan dan kebersamaan Ukhwah Islamiyah.
11. **Mahasiswa sosiologi angkatan 2018** terimakasih telah menjadi parnert belajar dikelas maupun diluar kelas.

12. Teman-teman yang telah membantu dengan bantuan sekecil apapun yang tidak sempat ditulis namanya satu persatu, berkat doa dan dukungannya penulis ucapkan banyak terimakasih.

Makassar, 19 Januari 2023



Muh. Syahrir

## ABSTRAK

**MUH. SYAHRIR E031181017 “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bidikmisi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin”. Dibimbing oleh Dr. Rahmat Muhammad, M.Si sebagai pembimbing satu dan Arini Enar Lestari AR, S.Pd., M.Sos sebagai pembimbing dua.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori David Chaney *life style*. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan tipe deskriptif. Dasar penelitian yaitu survey dan teknik penentuan sampel menggunakan Sampel Sensus. Sampel sensus atau sampel jenuh merupakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan semua anggota populasi sebagai sampel (Martono, 2019). Sampel dalam Penelitian ini sebanyak 30 orang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa bidikmisi prodi sosiologi menunjukkan atau masih berperilaku konsumtif hal ini dibuktikan dengan data kuesioner dengan persentase 21,37% yang berbelanja berdasarkan keinginan. Mahasiswa yang berperilaku konsumtif muda terpengaruh dari luar seperti ajakan teman, melihat iklan di media sosial, dan lain sebagainya. Adapun strategi penggunaan dana bidikmisi, kebanyakan dari responden dalam hal ini mahasiswa bidikmisi menggunakan dana bidikmisi sesuai kebutuhan seperti kebutuhan pokok, kebutuhan kuliah, kebutuhan diluar kampus, fashion dan lain sebagainya

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Bidikmisi.

## **ABSTRACT**

***MUH. SYAHRIR E031181017 "Consumptive Behavior of Bidikmisi Students in Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Hasanuddin". Supervised by Dr. Rahmat Muhammad, M.Si as supervisor one and Arini Enar Lestari AR, S.Pd., M.Sos as supervisor two.***

*This study aims to determine the consumptive behavior of bidikmisi students in the Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University. The theory used in this research is David Chaney's life style theory. The research method used is a quantitative research method with a descriptive type. The basis of the research is surveys and sampling techniques using Census Samples. A census sample or saturated sample is a sample determination technique using all members of the population as samples (Martono, 2019). The sample in this study was 30 people.*

*The results of this study indicate that Bidikmisi students in the Sociology Study Program show or are still behaving consumptively. This is evidenced by questionnaire data with a percentage of 21.37% who shop based on desire. Students who behave consumptively young are influenced from outside such as inviting friends, seeing advertisements on social media, and so on. As for the strategy for using Bidikmisi funds, most of the respondents, in this case Bidikmisi students, use Bidikmisi funds according to their needs, such as basic needs, college needs, off-campus needs, fashion and so on.*

*Keywords: Consumptive Behavior, Bidikmisi.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	12
B. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	19
C. Perilaku Konsumtif Mahasiswa .....	21
D. Penelitian Terdahulu .....	22
E. Kerangka Pikir.....	24
F. Definisi Operasional.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	28
B. Pendekatan dan Strategi Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel.....	31

D. Teknik Pengumpulan Data .....	33
E. Teknik Analisis Data .....	34
F. Penyajian Data.....	35
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Kondisi Umum Universitas Hasanuddin .....	37
1. Sejarah Universitas Hasanuddin.....	37
2. Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik .....	38
3. Sejarah Departemen Sosiologi.....	41
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Karakteristik Responden.....	44
B. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Bidikmisi .....	51
C. Strategi Penggunaan Dana Mahasiswa Penerima Bidikmisi .....	77
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>
A. Lampiran Kuesioner .....	104
B. Lampiran <i>Coding</i> Kuesioner.....	110
C. Lampiran Hasil Analisis Data.....	112
D. Lampiran Dokumentasi Penelitian .....	115
E. Surat Izin Penelitian PTSP Provinsi Sulawesi Selatan .....	116
F. Surat Izin Penelitian Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Hasanuddin.....	117
G. Surat Keterangan Selesai Penelitian .....	118
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pikir .....	26
<b>Gambar 4.1</b> Dok. Universitas Hasanuddin .....	37
<b>Gambar 4.2</b> Dok. Fisip Unhas.....	39

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Data Mahasiswa Penerima Bidikmisi .....	8
<b>Tabel 2.1</b> Hasil Penelitian Terdahulu .....	22
<b>Tabel 3.1</b> Rancangan Jadwal Penelitian .....	29
<b>Tabel 3.2</b> Data Mahasiswa Penerima Bidikmisi .....	32
<b>Tabel 5.1</b> Jumlah Mahasiswa Bidikmisi Prodi Sosiologi .....	44
<b>Tabel 5.2</b> Jenis Kelamin Responden.....	45
<b>Tabel 5.3</b> Usia Responden .....	45
<b>Tabel 5.4</b> Agama dan Kepercayaan Responden .....	46
<b>Tabel 5.5</b> Alamat Tinggal Responden .....	47
<b>Tabel 5.6</b> Transportasi Responden.....	48
<b>Tabel 5.7</b> Pekerjaan Orang Tua .....	48
<b>Tabel 5.8</b> Penghasilan Orang Tua Responden .....	49
<b>Tabel 5.9</b> Uang Saku Responden.....	50
<b>Tabel 5.10</b> Pengeluaran Kebutuhan Pokok Responden.....	79
<b>Tabel 5.11</b> Rangkuman Keseluruhan Data Rumusan Masalah 1 dan 2.....	101

## DAFTAR DIAGRAM

<b>Diagram 5.1.1</b> Penampilan sehari-hari .....	52
<b>Diagram 5.1.2</b> Penampilan Saat Ke Kampus .....	53
<b>Diagram 5.1.3</b> Memperhatikan Penampilan Saat Berkumpul Teman Diluar Kampus.....	54
<b>Diagram 5.1.4</b> Memperhatikan Penampilan Saat Acara Keluarga.....	54
<b>Diagram 5.1.5</b> Memperhatikan Perpaduan Warna Baju dan Celana.....	55
<b>Diagram 5.1.6</b> Memperhatikan Penampilan Perpaduan Warna Tas dan Sepatu.....	56
<b>Diagram 5.1.7</b> Busana Untuk Acara Diluar Perkuliahan .....	56
<b>Diagram 5.1.8</b> Mempersiapkan Busana Setiap Malam untuk Esok Hari .....	57
<b>Diagram 5.1.9</b> Belanja Busana Karena Suka Meski Tidak Sering Dipakai .....	58
<b>Diagram 5.1.10</b> Belanja Busana Dengan Harga Mahal.....	59
<b>Diagram 5.1.11</b> Mementingkan Belanja Busana Daripada Kebutuhan Kuliah.....	59
<b>Diagram 5.1.12</b> Mengetahui Persepsi Orang Lain Tentang <i>Fashion</i> Yang Digunakan.....	60
<b>Diagram 5.1.13</b> Mengubah Penampilan Ketika ada Masukan Dari Teman .....	61
<b>Diagram 5.1.14</b> Percaya Diri Dengan Penampilan Yang Digunakan .....	61
<b>Diagram 5.1.15</b> Percaya Diri Menggunakan <i>Fashion</i> Merk Terkenal.....	62
<b>Diagram 5.1.16</b> Penampilan Selalu Dipuji Oleh Teman <i>Circle</i> .....	62
<b>Diagram 5.1.17</b> Mengikuti Mode <i>Fashion</i> Perkembangan Zaman .....	63
<b>Diagram 5.1.18</b> Menggunakan Dana Bidikmisi Untuk keperluan <i>Fashion</i> .....	63
<b>Diagram 5.2.1</b> Membeli Barang Berdasarkan Kebutuhan .....	65
<b>Diagram 5.2.2</b> Membeli Barang Berdasarkan Keinginan .....	65
<b>Diagram 5.2.3</b> Membeli Barang Berdasarkan Iklan Yang Dilihat .....	66
<b>Diagram 5.2.4</b> Terpengaruh Membeli Barang Karena Diskon dan Promo .....	67
<b>Diagram 5.2.5</b> Terpengaruh Membeli Barang Karena Deskripsi Sales .....	67
<b>Diagram 5.2.6</b> Membeli Barang Karena Sedang <i>Trending</i> .....	68
<b>Diagram 5.2.7</b> Membeli Barang Karena Kualitasnya Bagus .....	69
<b>Diagram 5.2.8</b> Membeli Barang Karena <i>Circle</i> Memiliki Barang Tersebut .....	69

<b>Diagram 5.2.9</b> Senang Mentraktir Teman Makan menggunakan Dana Bidikmisi .....	70
<b>Diagram 5.3.1</b> Membeli Barang Atas Rekomendasi Teman .....	71
<b>Diagram 5.3.2</b> Mengikuti Akun Selebgram Yang Sering Endorse .....	72
<b>Diagram 5.3.3</b> Senang Melihat Selebgram Mempromosikan Barang Dimedsos.....	73
<b>Diagram 5.3.4</b> Membeli Barang Setelah Melihat Endorse dari Selebgram .....	73
<b>Diagram 5.3.5</b> Terinspirasi Dari Gaya Berbusana Selebriti Maupun Selebgram .....	74
<b>Diagram 5.3.6</b> Meniru Cara Berbusana Selebriti atau Selebgram .....	75
<b>Diagram 5.3.7</b> Membeli Barang Tiruan Untuk Menyamai Gaya Selebriti .....	76
<b>Diagram 5.3.8</b> Senang Ketika Ikut Mempromosikan Barang Yang Digunakan Selebgram .....	77
<b>Diagram 5.4.1</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Lauk Pauk .....	80
<b>Diagram 5.4.2</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Biaya Transportasi .....	81
<b>Diagram 5.4.3</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Biaya Kost dan Kontrakan.....	82
<b>Diagram 5.5.1</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Biaya Buku, Fotocopy, Print, Dll .....	83
<b>Diagram 5.5.2</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Biaya Turlap Perkuliahan .....	84
<b>Diagram 5.5.3</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Biaya Komunikasi .....	85
<b>Diagram 5.6.1</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Biaya Rekreasi .....	86
<b>Diagram 5.7.1</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Pakaian, Tas, Sepatu .....	88
<b>Diagram 5.7.2</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Biaya Kosmetik .....	89
<b>Diagram 5.7.3</b> Alokasi Dana Bidikmisi Untuk Biaya Aksesoris .....	90

# **BABI**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Gaya hidup selalu mengalami perubahan seiring perkembangan zaman. Gaya hidup saat ini telah menjadi suatu identitas individu maupun kelompok. Hal ini sudah terjadi diseluruh bangsa tak terkecuali bangsa Indonesia. Faktor pendukung gaya hidup ditanggung langsung oleh teknologi. Berbagai informasi dari jarak jauh dapat diperoleh dengan mudah. Hal ini di dukung dengan adanya teknologi-teknologi yang diciptakan untuk memudahkan manusia dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari.

Di Indonesia, konsep mengenai gaya hidup terlahir di era 1990-an. Gaya hidup lahir diakibatkan oleh adanya globalisasi dibidang industri media. Masyarakat Indonesia yang tergolong sebagai masyarakat konsumen di era tersebut lambat laun akan mulai tumbuh seiring pertumbuhan ekonomi global. Hal ini dapat ditandai dengan semakin menjamurnya pusat perbelanjaan, industri dibidang *fashion*, kecantikan, kuliner, dengan semakin disukainya produk asing, banyaknya makanan cepat saji, dan beberapa faktor lainnya yang merupakan efek dari gaya hidup yang diakibatkan dari iklan, media sosial, televisi, dan lain-lain.

Manusia dalam hidup bermasyarakat, akan saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain. Kebutuhan itulah yang mendasari timbulnya suatu proses interaksi sosial. Soekanto (2009: 55) menyatakan

bahwa interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan-hubungan antar perorangan maupun kelompok.

Manusia selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan tidak pernah berakhir. Kebutuhan manusia yang beragam ini menurut intensitasnya yang dibagi menjadi tiga macam, kebutuhan primer, sekunder, dan tersier.

Kebutuhan yang beragam dari setiap manusia yang masih menjadi dasar adalah kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, kebutuhan masyarakat semakin meningkat sehingga mengakibatkan masyarakat kesulitan dalam hal menentukan mana kebutuhan primer dan mana kebutuhan sekunder untuk kehidupannya.

Dalam pemenuhan kebutuhan untuk dikonsumsi, manusia tidak lepas dari tiga macam komponen primer, sekunder, dan tersier. Seperti dijelaskan oleh Douglas dan Isherwood (dalam Featherstone, 2008), kelas-kelas konsumsi dibagi berdasarkan konsumsi tiga kelompok benda, yaitu: kelompok benda baku yang terkait dengan sektor produksi primer berupa makanan, minuman, *fast food*, dan lain-lain. Menurut Suryana (2008) dari sekian banyak kebutuhan, kebutuhan akan pangan, sandang, dan papan masih menjadi pokok yang mesti selalu menempati urutan atas dalam hal permintaan kebutuhan masyarakat.

Kebutuhan primer yaitu kebutuhan pokok yang mutlak dipenuhi oleh semua manusia yaitu pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Kebutuhan

primer ini merupakan hal yang paling penting untuk dipenuhi guna melanjutkan keberlangsungan hidup. Kebutuhan primer terdiri atas sandang, pangan, dan papan. Sandang berarti pakaian manusia. Pakaian menjadi kebutuhan primer pertama karena dalam kehidupan masyarakat kita mengenakan pakaian. Kebutuhan ini menjadi sangat penting. Selanjutnya yaitu pangan yang merupakan sumber makanan bagi manusia dan merupakan kebutuhan utama.

Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup manusia. Sebagai manusia yang memiliki budaya dan hidup di dalam masyarakat, sangat diperlukan berbagai hal yang lebih baik mengenai mutu, jumlah, dan jenisnya. Contoh-contoh kebutuhan sekunder yang lain adalah pendidikan, dan hiburan.

Kebutuhan tersier merupakan kebutuhan yang sering sebagian orang disebut kebutuhan akan sesuatu yang bersifat mewah. Kebutuhan tersier ini merupakan kebutuhan yang dipenuhi terakhir. Tujuan dari pemenuhan kebutuhan tersier ialah untuk kesenangan pribadi dan kebutuhan ini bisa juga disamakan dengan keinginan karena tidak semua orang bisa memenuhi kebutuhannya.

Kebutuhan manusia yang beraneka ragam dalam kehidupan bersama serta keinginan agar semua kebutuhannya dapat terpenuhi. Seperti macam-macam alat kebutuhan manusia yang terdiri barang dan jasa sangat terbatas jumlahnya, mengharuskan manusia untuk melakukan kegiatan konsumsi.

James F. Engel dalam (Mangkunegara, 2002: 03) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Konsumtif adalah perilaku membeli atau memakai barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi berdasarkan pada keinginan irasional. Menurut Yayasan Lembaga Konsumen (YLK) tahun 2015, konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas. Meskipun definisi konsep perilaku konsumtif sangat variatif, tetapi pada intinya perilaku konsumtif adalah membeli atau menggunakan barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Artinya segala usaha, jerih payah, dan pekerjaan yang dilakukan adalah untuk mencukupi kebutuhan hidupnya secara langsung.

Konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Hal ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Tanpa pertimbangan yang matang seseorang akan mudah melakukan pengeluaran demi memenuhi keinginannya yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri.

Seharusnya konsumsi dianggap sebagai maksud dan tujuan esensial daripada produksi. Dengan kata lain, produksi adalah alat bagi perilaku konsumtif. Menurut Kotler, perilaku konsumtif merupakan kepuasan yang artinya perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsinya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadahi.

Perilaku konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001: 1). Menurut Aprilia & Hartoyo (2013: 73) perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor faktor sosiologis didalam kehidupannya yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Sedangkan menurut Paraswati (1997) (dalam, Aprilia & Hartoyo, 2013: 73) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perbuatan secara sadar tanpa diikuti adanya perencanaan pembelian dan tidak adanya pertimbangan tingkat urgensinya atau mendasar tidaknya pembelian tersebut sebagai pemenuhan keinginan semata yang didorong oleh interaksi sosial individu tersebut.

Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Melihat gaya hidup masyarakat Indonesia yang konsumtif, cara-cara tersebut dapat berjalan

dengan efektif dengan semakin banyaknya keinginan dan kebutuhan yang harus dipenuhi. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang didunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan dari seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya (Sunarto, 2004:90).

Perilaku atau gaya hidup konsumtif pada dasarnya sering terjadi dikalangan remaja (Mahasiswa). Pada umumnya, fenomena gaya hidup konsumtif mahasiswa adalah perilaku yang mencerminkan “serba instan” atau perilaku yang tidak mengindahkan proses, bahkan tidak peduli dengan proses.

Konsumtif juga sering dilawankan dengan perilaku produktif. Bahkan konsumtif cenderung mengarah pada gaya hidup boros. Pada umumnya mahasiswa senang mengeluarkan uang demi mendapatkan barang yang sedang populer dan tidak mau ketinggalan zaman. Mahasiswa juga mudah termakan iklan yang banyak bermunculan diberbagai media. Padahal, mereka tidak begitu mementingkan barang tersebut. Karena, semua barang tersebut hampir tidak ada kaitannya dengan prestasi mahasiswa.

Kebutuhan dasar mahasiswa secara umum terdapat berbagai macam diantaranya, kebutuhan fisiologis, teridentifikasi berbagai kebutuhan yaitu kebutuhan ruang kelas, kebutuhan perpustakaan, kebutuhan akses wifi, kebutuhan kantin, dan kebutuhan lahan parkir. Pada kebutuhan rasa aman teridentifikasi berbagai kebutuhan yaitu akreditasi program studi, kebutuhan sistem pendidikan yang akuntabel dan transparan, kebutuhan suasana kelas

yang ramah dan pelayanan kesehatan dikampus. Kebutuhan sosial teridentifikasi berbagai kebutuhan yaitu kebutuhan unit kegiatan mahasiswa, kebutuhan dalam kegiatan antar perguruan tinggi. Kebutuhan penghargaan teridentifikasi berbagai kebutuhan yaitu penghargaan untuk mahasiswa berprestasi, pengembangan potensi mahasiswa secara optimal.

Kebutuhan mahasiswa bukan sekedar pembayaran UKT (uang kuliah tunggal) dan financial semata, tetapi juga kebutuhan lain untuk menunjang penampilan dan gengsinya, seperti untuk membeli baju, aksesoris, modal pergaulan, menonton bioskop, dan makan di luar. Semua itu berpotensi membentuk gaya hidup konsumtif.

Di Perguruan Tinggi Negeri, banyak beasiswa yang bisa diperoleh oleh mahasiswa. Salah satu beasiswa yang banyak peminat atau yang banyak mendapatkannya adalah beasiswa bidikmisi. Beasiswa bidikmisi adalah bantuan biaya pendidikan yang diberikan pemerintah melalui Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mulai tahun 2010 kepada mahasiswa yang memiliki potensi akademik memadai dan kurang mampu secara ekonomi. Universitas Hasanuddin sebagai salah satu Perguruan Tinggi yang berada di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan juga mendapat bantuan Bidikmisi.

Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mulai tahun 2010 telah

meluncurkan Program Bantuan Biaya Pendidikan bagi 19.675 mahasiswa yang pada tahun 2011 sebanyak 30.000 mahasiswa. Program tersebut untuk mahasiswa baru yang memiliki potensi akademik yang memadai dan kurang mampu secara ekonomi untuk menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi pada program studi unggulan yang disebut Program Bidikmisi.

Sesuai Permendiknas No 34 tahun 2010, mulai tahun 2011 pola penerimaan mahasiswa baru dilakukan secara nasional dan secara mandiri. Oleh karena itu seleksi penerimaan Program Bidikmisi diintegrasikan dengan SNMPTN, UMPN, dan jalur seleksi secara mandiri oleh masing-masing PTN (Panduan Bidikmisi 2012).

Di Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar, mahasiswa yang masih terdaftar sebagai penerima Bidikmisi pada tahun 2020-2021 yaitu dalam tabel berikut:

**Tabel 1.1 Data Mahasiswa Penerima Bidikmisi**

<b>No.</b>	<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah</b>
1.	2018	12 Orang
2.	2019	18 Orang
<b>Jumlah Keseluruhan</b>		<b>30 Orang</b>

*Sumber: Data Primer 2022.*

Besaran biaya hidup beasiswa bidikmisi adalah sebesar Rp 6.600.000,00 dalam setiap Semester yang terdiri atas dua komponen pembiayaan:

1. Bantuan biaya penyelenggaraan pendidikan sebesar Rp 2.400.000,00 per-semester per-mahasiswa.
2. Bantuan biaya hidup yang dibayarkan ke rekening mahasiswa sebesar Rp 4.200.000,00 per-semester yang ditetapkan dengan SK Rektor/Direktur/Ketua.

Pada Perguruan Tinggi Negeri, bantuan biaya penyelenggaraan pendidikan dibayarkan ke rekening PT dan bantuan biaya hidup dibayarkan ke rekening mahasiswa. Penerima Bidikmisi tidak dibebankan biaya pendidikan apapun kecuali biaya pendidikan lainnya yang tidak wajib seperti biaya kerja lapangan, biaya penunjang pendidikan yang bersifat komunal seperti jas almamater, buku, dan biaya wisuda.

Berdasarkan nominal yang diterima oleh mahasiswa, beasiswa bidikmisi mampu memenuhi kebutuhan perkuliahan mahasiswa penerima. Namun, pada skema bantuan biaya hidup yang langsung diterima oleh rekening pribadi mahasiswa yang bersangkutan, tidak ada aturan dari pihak bidikmisi dalam hal penggunaan maupun pertanggung jawabannya. Oleh karena itu, biaya hidup yang diterima oleh mahasiswa, dapat digunakan sebebas mungkin oleh mahasiswa penerima.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh penulis, sebagian besar orang tua mahasiswa penerima tidak mengetahui bagaimana mahasiswa

tersebut menggunakan bantuan biaya hidup yang diterima. Mahasiswa dapat menggunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok, maupun belanja sehari-hari. Namun, adapula sebagian mahasiswa menggunakan dana beasiswa yang diterima untuk keperluan diluar kebutuhan pokok, seperti jalan-jalan, dan membeli barang-barang yang sedang *Trend*.

Berdasarkan uraian yang telah dibahas diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bidikmisi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka rumusan pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin?
2. Bagaimana strategi penggunaan dana mahasiswa bidikmisi prodi sosiologi Universitas Hasanuddin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diperoleh diatas, maka adapun tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perilaku hidup konsumtif mahasiswa penerima bidikmisi prodi Sosiologi Universitas Hasanuddin

2. Untuk mengetahui strategi penggunaan dana mahasiswa penerima bidikmisi prodi Sosiologi Universitas Hasanuddin.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

##### **1. Manfaat akademis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, rujukan serta acuan dalam bidang ilmu ekonomi, ilmu sosial, dan lain-lain. Khususnya yang berkaitan dengan konsumtif terutama dalam hal gaya hidup, serta pemahaman literasi keuangan, terkhusus pada mahasiswa bidikmisi. Tujuan spesifiknya untuk melihat bagaimana pola yang terjadi di tengah kemajuan teknologi di era globalisasi ini. konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu pengetahuan dasar bagi masyarakat dalam membina perilaku yang mengedepankan kebutuhan bukan keinginan yang menjadi prioritas utama sehingga terhindar dari perilaku konsumtif.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. David Chaney (Life Style)**

Dalam teori ini, David Chaney menjelaskan bahwa gaya hidup (life style) adalah suatu tindakan atau pola yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, dengan bentuk khusus pengelompokkan status modern juga membantu dalam mendefinisikan sikap, nilai-nilai, dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial dari masyarakat yang mengikuti dalam golongan masyarakat modern.

Menurut Chaney, kegiatan konsumsi mengacu kepada seluruh aktivitas sosial yang orang lakukan sehingga bisa dipakai untuk mencirikan dan mengenali mereka di samping apa yang mereka lakukan untuk hidup. Sebagai sebuah usaha menghabiskan nilai guna barang dan jasa, konsumsi adalah sebuah tindakan. Sejumlah studi menunjukkan bahwa konsumsi juga memiliki makna sosial karena merupakan “cara menandai posisi sosial”. Berkenaan dengan hal ini, konsumsi kadang kala bisa menjadi tindakan sosial, tidak melulu sebagai tindakan individual.(Nirzalin, 2019).

Chaney menjelaskan gaya hidup sebagai gaya, tata cara, menggunakan barang, tempat, dan waktu, khas kelompok masyarakat tertentu yang erat kaitannya dengan pengaruh dunia modern. Gaya hidup adalah sebuah pola pembeda tingkah laku seseorang dengan yang lain. (Husna, 2018).

*Lifestyle denotes how people live, how they spend their money, and how they allocate their time* (Mowen dan Minor, 1998: 220). Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. (Sumarwan, 2002: 56).

Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Adapun bentuk-bentuk gaya hidup menurut David Chaney (dalam Idi Subandy, 1997) yaitu:

a. Industri gaya hidup, industri penampilan

Dalam abad gaya hidup, penampilan diri itu justru mengalami estetisasi. “estetisasi kehidupan sehari-hari” dan bahkan tubuh/diri (*body/self*) pun justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. “Kamu bergaya maka kamu ada!” adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah penampilan industri.

## b. Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai (korporasi), para politisi perusahaan, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra dan budaya cita rasa adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (halus) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

## c. Hubungan Masyarakat dan Jurnalisme Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti, para selebriti membantu dalam pembentukan identitas para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, suatu identitas suatu sandaran “aksesori fashion”. Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (celebrity-inspired

identity)-cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan- jalan.

## **2. Perilaku Konsumtif**

Menurut kamus umum bahasa Indonesia, perilaku berasal dari kata "laku" yang berarti perbuatan, kelakuan, cara menjalankan dan berbuat. Definisi lain menurut wawan (2011), perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak. Perilaku adalah kumpulan faktor yang saling berinteraksi.

Menurut Lubis dalam Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Sedangkan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia mengatakan perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batasan dan hanyamementingkan faktor keinginan.

Definisi lain, Anggasari mengatakan perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang dengan kurang adanya pertimbangan sehingga menjadi kurang bermanfaat. Lebih lanjut, Sumartono (2002) menjelaskan bahwa munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor eksternal dan faktor internal. Adapun faktor eksternal yang berpengaruh pada

perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga dan demografi. Sedangkan faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup.

Oleh sebab itu, perilaku konsumtif merupakan sebuah sikap dalam mengonsumsi yang mengandung berlebihan karena tidak memiliki prioritas utama dalam hidup melainkan hanya ingin memenuhi nafsu membeli, sehingga pembeliannya menjadi kurang bermanfaat.

Pengukuran perilaku konsumtif menggunakan indikator perilaku konsumtif menurut sumartono (2002), yaitu:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah; membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik; konsumen (kaum muda) sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan baik dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi; kaum muda mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar mereka selalu

berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Remaja membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan); cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol mata; kaum muda mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas social yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan; kaum muda cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Mereka juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figure produk tersebut.
- g. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri; kaum muda sangat terdorong untuk mencoba suatu

produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda; meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Formm (1955) pada buku *The Sane Society* terbitan New York: Reinhart yang membagi perilaku konsumtif menjadi beberapa dimensi, yaitu sebagai berikut: (Krisantiyana dan Ispurwanto, 2015)

- a. Pemenuhan Keinginan

Setiap individu akan selalu ingin merasakan kepuasan yang lebih untuk memenuhi rasa puasnya saat individu tersebut mengkonsumsi suatu hal, walaupun dalam kenyataannya tidak ada kebutuhan akan barang tersebut namun masih tetap dilakukan.

- b. Barang di Luar Jangkauan

Apabila pengonsumsi barang menjadi berlebihan, maka individu akan merasa "belum lengkap" dan akan mulai mencari kepuasan akhir dengan mendapatkan barang-barang yang baru. Pengonsumsi diluar jangkauan dapat menggunakan sebagian besar pendapatan atau simpanan, hingga meminjam uang.

- c. Barang Tidak Produktif

Apabila pengonsumsi barang menjadi berlebihan, maka manfaat dan kegunaannya menjadi tidak produktif bagi individu.

d. Status

Apabila pengonsumsi dilakukan sebagai pemuas keinginannya untuk mencapai status tertentu melalui barang ataupun kegiatan yang bukan bagian dari kebutuhan dirinya.

**B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku konsumtif**

**1. Faktor Internal**

Faktor internal ini juga terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

- a. Faktor psikologis, juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Kotler, 2000: 238), diantaranya: motivasi, persepsi, sikap pendirian dan kepercayaan.
- b. Faktor pribadi, menurut Kotler (2000: 232) keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu: seperti Usia, Pekerjaan, Keadaan Ekonomi, dan Kepribadian.

**2. Faktor eksternal**

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan di mana konsumen dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan keluarga.

a. Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan

bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat (Mangkunegara, 2005: 39).

Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi kebutuhan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dan keinginan perilaku seseorang (Kotler, 2000: 224).

b. Kelas sosial

Pada dasarnya manusia Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan (Mangkunegara, 2005: 42) yaitu: golongan atas, golongan menengah dan golongan bawah. Perilaku konsumtif antara kelompok sosial satu dengan yang lain akan berbeda dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif (Mangkunegara, 2005: 43).

c. Keluarga

Sangat penting dalam perilaku membeli karena keluarga adalah pengaruh konsumsi untuk banyak produk. Selain itu keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli (Mangkunegara, 2005: 44). Peranan setiap anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang dibelinya.

### **C. Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Realitas menunjukkan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Menurut Sumartono (dalam Fransisca, 2005: 176-177) ada beberapa alasan mengapa perilaku konsumtif lebih mudah menjangkit kalangan remaja:

Secara psikologis remaja masih berada dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Remaja merupakan kelompok sasaran yang potensial untuk memasarkan produk-produk industri sebab remaja memiliki pola yang konsumtif dalam berpakaian, berdandan, dan sebagainya. Ciri-ciri remaja yang bila dipahami secara seksama sangatlah memungkinkan untuk memunculkan perilaku konsumtif. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif remaja adalah perilaku untuk menyesuaikan diri dengan standart kelompok dan mereka memiliki kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan kelompok sebaya, sehingga menyebabkan remaja untuk mengikuti berbagai gaya hidup konsumtif yang sama dengan kelompoknya demi meningkatkan prestise, selain itu juga meskipun dengan harga mahal mereka akan tetap membeli agar percaya diri ketika memakainya, selain itu juga untuk mengikuti trend saat ini, dan ingin diterima oleh teman-temannya, serta ingin merasa konform/nyaman dengan kelompoknya.

Perilaku konsumtif mahasiswa merupakan masa transisi, sehingga tidak sedikit dari mereka melakukan suatu tindakan yang menyimpang. Berdasarkan tingkatannya, penyimpangan tersebut sebagai berikut:

- a. Taraf wajar, berdasarkan ciri-ciri remaja.
- b. Taraf menengah, yang menunjukkan bahwa seseorang merasa terganggu, sehingga dia melakukan penyimpangan.
- c. Taraf kuat, yang meliputi penyimpangan pasif dan penyimpangan agresif. Penyimpangan pasif merupakan bentuk tingkah laku yang menunjukkan kecenderungan putus asa. Sedangkan penyimpangan agresif merupakan bentuk tingkah laku sosial yang menunjukkan kecenderungan merusak, melanggar peraturan, dan menyerang.

#### D. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil/Kesimpulan
1	Salsabilah Nurul Hidayah <i>skripsi</i> (2021)	Perilaku Konsumtif mahasiswa FEB DAN FISIP UIN SUNAN AMPEL SURABAYA	Pendekatan Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Pendekatan Kualitatif deskriptif	Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa perilaku konsumtif saat ini dominan terjadi pada pelajar dan mahasiswa. Salah satu pengaruhnya yaitu mereka cenderung melakukan pembelian lewat media sosial (shopee). Adapun faktor kepuasan yaitu jaminan yang diberikan serta kualitas yang baik pelayanan maupun barang.
2	Bingah Esa Nugraha.	Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa	Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu	Dari analisis yang telah dilakukan dalam penelitian bahwa

	<i>Skripsi</i> (2019)	Perantauan (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)	Kualitatif	perubahan perilaku mahasiswa perantauan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta disebabkan oleh alasan potongan harga, tawar-menawar, membeli barang <i>branded</i> untuk mendapat apresiasi sosial yang lebih tinggi.
3	Ade Minanda <i>Jurnal</i> (2018)	Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa FISIP Universitas Halu Oleo Kendari	Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan Kualitatif dekriptif	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif belanja online mahasiswa Fisip tercermin pada perilaku yang menunjukkan adanya belanja untuk menjaga penampilan, belanja karena adanya diskon, belanja untuk mengikuti trend, serta belanja karena terpengaruh oleh iklan.
4	Melinda & fonny J Waani. <i>Jurnal</i> (2022)	Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Mahasiswa Rantau Di Universitas Samratulangi Manado.	Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dan teknik pengumpulan data (wawancara dan observasi).	Berdasarkan penelitian ini dapat di simpulkan bahwa Perilaku konsumtif terjadi karena adanya kecenderungan berbelanja yang berlebihan, adanya ketertarikan, untuk kebutuhan konsumsi setiap hari, ikut-ikutan dengan teman, adanya potongan harga, membeli barang karena trend an untuk bersenang-senang.

*Sumber: diambil dari berbagai sumber (olahan data sekunder). 2022*

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, maka penelitian yang diteliti oleh penulis memiliki kesamaan yaitu berkaitan dengan mahasiswa yang melakukan perilaku konsumtif. Sedangkan hal yang membedakan antara penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu yaitu dari segi metode penelitian. Penelitian sebelumnya mayoritas menggunakan metode penelitian Kualitatif dimana penyajian datanya dalam bentuk hasil deskriptif dari hasil wawancara. Sedangkan penulis menggunakan metode kuantitatif dengan menyajikan data berbentuk angka dalam diagram lingkaran serta tabel frekuensi. Adapun perbedaan lain penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan penulis yaitu perbedaan lokasi. Dimana penulis akan meneliti dilingkungan Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

#### **E. Kerangka Pikir**

Kerangka berpikir adalah kerangka konseptual penulis yang membantu penulis dalam penelitian. Tujuannya untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi dari penelitian. Dalam perspektif sosiologi, gaya hidup adalah cara seseorang hidup. Suatu gaya hidup adalah karakteristik perilaku yang masuk akal untuk kedua orang lain dan diri sendiri dalam suatu waktu dan tempat, termasuk hubungan sosial, konsumsi, hiburan, dan berpakaian. Suatu gaya hidup biasanya juga mencerminkan sikap individu, nilai-nilai atau pandangan dunia. Oleh itu, gaya hidup adalah sarana untuk menempa suatu

kesadaran diri untuk menciptakan budaya dan simbol-simbol yang beresonansi dengan identitas pribadi.

Perilaku konsumtif (*consumptive*) adalah perilaku yang boros, yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (*consumtivism*). Konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Gaya hidup ini tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai pola hidup yang bermewah-mewah. Gaya hidup konsumtif menganggap barang mewah sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan, dan pemuasan diri sendiri. Konsumtif mementingkan benda sebagai ukuran kesenangan dan kenikmatan personal. Gaya hidup ini menjerumuskan orang menjadi generasi bertopengkan popularitas untuk mendapat pengakuan, dan memandang kehidupan secara sempit (hanya sebatas *trend*).

Chaney menjelaskan perilaku atau gaya hidup sebagai gaya, tata cara, menggunakan barang, tempat, dan waktu, khas kelompok masyarakat tertentu yang erat kaitannya dengan pengaruh dunia modern. Gaya hidup adalah sebuah pola pembeda tingkah laku seseorang dengan yang lain. (Husna, 2018)

Strategi penggunaan dana adalah pola untuk mengatur bagaimana penggunaan dana yang baik, terlebih dana beasiswa bidikmisi. Mahasiswa yang menerima beasiswa bidikmisi dalam mengatur pola penggunaan dana tidak begitu akurat. Maka peneliti tertarik untuk merancang strategi

penggunaan dana dari segi kebutuhan pokok, kebutuhan kuliah, kebutuhan diluar kampus (hiburan) dan kebutuhan *Fashion* atau penampilan.

Sehingga dalam hal ini penulis hendak menyajikan skripsi yang berjudul “*Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bidikmisi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*”. Maka kerangka berpikir penelitian ini dapat diawali pada bagan berikut:

**Gambar 2.1 Kerangka Pikir**



*Sumber: Olahan berbagai data (Data Sekunder), 2022*

## **F. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi indikator dari suatu konsep atau variabel. Definisi operasional yang digunakan sebagai berikut:

### **1. Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Senada dengan Setiadi (2003) bahwa perilaku konsumtif terjadi ketika konsumen menganut gaya hidup yang menganggap bahwa materi sebagai sesuatu yang dapat menimbulkan kepuasan.

### **2. *Life Style* (David Chaney)**

*life stile* adalah suatu tindakan atau pola yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, dengan bentuk khusus pengelompokkan status modern juga membantu dalam mendefinisikan sikap, nilai-nilai, dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial dari masyarakat yang mengikuti dalam golongan masyarakat modern.

### **3. Bidikmisi**

Bidikmisi adalah bantuan biaya pendidikan dari pemerintah bagi lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) atau sederajat yang memiliki potensi akademik yang baik dan yang terbatas secara ekonomi.