

**PENELITIAN DOSEN YUNIOR  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Analisis Pergeseran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi  
di Masa Pandemi Covid-19**



**TIM Pengusul:**

**Ketua: Rahmah Dianti Putri, S. E., M. Pd. (NIDN 0009108501)**

**Anggota:**

**Rahmawati, S. Pd., M. Pd. (NIDN 0016078905)**

**Dr. Pujiati, S. Pd., M. Pd. (NIDN 008087706)**

**Mahasiswa:**

**Metri Safitri (NPM 1713031032)**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENELITIAN DASAR UNIVERSITAS LAMPUNG**

Judul Penelitian : Analisis Pergeseran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Masa Pandemi Covid 19

Manfaat Sosial Ekonomi : Pendidikan Ekonomi

Jenis Penelitian :  Penelitian Dasar  Penelitian Terapan  
:  Pengembang Eksperimental

Ketua Peneliti :

a. Nama Lengkap : Rahmah Dianti Putri SE M.Pd

b. NIDN : 0009108501

c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

d. SINTA : 6122483

e. Program Studi : Pendidikan Ekonomi

f. No Hp : 081369566599

Anggota Peneliti 1 :

a. Nama Lengkap : Rahmawati.M.Pd

b. NIDN : 0016078905

c. SINTA : 6161483

d. Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Anggota Peneliti 2

a. Nama Lengkap : Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.

b. NIDN : 008087706

c. SINTA : 6175226

d. Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Jumlah Mahasiswa yang terlibat : 1 Orang

Jumlah Alumni Yang terlibat :

1 Orang Jumlah Staf Yang Terlibat :

1 Orang

Lokasi Kegiatan : Universitas Lampung

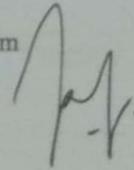
Lama Penelitian : 6 bulan

Biaya Penelitian : Rp 7.500.000,- (tujuh juta lima ratus rupiah) Sumber biaya penelitian : DIPA Unila T. A. 2021

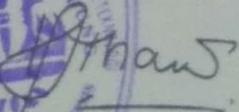
Bandar Lampung, Oktober 2021

Mengetahui,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kerjasama FKIP Unila  
  
Prof. Dr. Sunyono, M.Si  
NIP. 196512301991111001

Ketua Tim



Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd  
NIP. 198510092014042002

Menyetujui  
Ketua LPPM Universitas Lampung  
  
Dr. Ir. Lusmelia Afriani, D.E.A  
NIP. 19650511993032008

## IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

---

Judul Penelitian: Analisis Pergeseran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Masa Pandemi Covid -19

Tim Peneliti :

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Program Studi	Alokasi Waktu (jam/minggu)
1.	Rahmah Dianti Putri SE, M.Pd.	Ketua	Pendidikan IPS	Pendidikan Ekonomi	6 jam /Minggu
2.	Rahmawati, S.Pd., M.Pd.	Anggota 2	Pendidikan Ekonomi	Pendidikan Ekonomi	6 jam /Minggu
3.	Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.	Anggota 3	Pendidikan IPS	Pendidikan Ekonomi	6 Jam/Minggu
4	Metri Safitri	-	-	Mahasiswa Pendidikan Ekonomi	1 jam/ minggu

1. Objek Penelitian (jenis material yang akan diteliti dan segi) : Analisis Pergeseran Perilaku Konsumtif Mahasiswa.
2. Masa Pelaksanaan
  - a. Mulai : bulan Mei tahun 2021
  - b. Berakhir : bulan Oktober tahun 2021
3. Usulan Biaya : Rp.7.500.000,00 (Tujuh Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)
4. Lokasi Penelitian (labstudio/lapangan) : Pendidikan Ekonomi FKIP Unila
5. Instansi lain yang terlibat : -
6. Kontribusi mendasar pada suatu bidang ilmu : hasil penelitian ini nantinya dapat dimanfaatkan sebagai referensi serta acuan bagi lembaga maupun institusi pemerintah dalam membuat kebijakan yang tepat di Masa Pandemi Covid-19.
7. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran untuk setiap penerima hibah (tuliskan nama terbitan berkala ilmiah dan tahun rencana publikasi)

No	Jenis Luaran	Nama	Skala/indeks	Target Capaian	Tahun Rencana Publikasi
1.	Artikel	Jurnal Pendidikan Profresif (JPP)	Sinta 2	Submitted	2021

8. Rencana luaran HKI, buku, purwarupa, atau luaran lainnya: -

Hasil Penelitian ini secara jangka panjang akan di rancang dalam bentuk buku mengenai pergeseran perilaku konsumtif mahasiswa di Masa Pandemi covid-19

## RINGKASAN

Kondisi pandemi covid-19 membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan di masyarakat. Masyarakat dipaksa untuk menyesuaikan dengan kebiasaan baru di masa pandemi. Tak terkecuali semua pelaku ekonomi merasakan hal yang sama. Penurunan sumber daya secara finansial akibat maraknya pelaku wirausaha yang memutus kontrak kerja sebagai akibat dari menurunnya tingkat daya beli masyarakat. Menurunnya daya beli masyarakat ini sebagai akibat dari turunnya tingkat pendapatan yang diperoleh. Hal ini diduga menjadi pemicu pergeseran perilaku konsumen masyarakat, termasuk mahasiswa dalam membelanjakan keuangannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pergeseran perilaku mahasiswa di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto*. Proposal ini menggunakan teknik *Simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 72 orang mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Temuan ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran dan pengetahuan khasanah keilmuan ekonomi yang berkaitan dengan pergeseran perilaku konsumtif mahasiswa khususnya di tengah Pandemi Covid-19. Target luaran penelitian adalah publikasi *submitted* artikel jurnal pendidikan Progresif dengan indeks sinta 2.

**Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Pandemi Covid-19**

## DAFTAR ISI

COVER .....	
URAIAN UMUM .....	i
RINGKASAN .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian .....	3
1.3 Urgensi Penelitian .....	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	4
2.1 Perilaku Konsumtif.....	4
2.2 Fenomena Pandemi Covid-19 .....	7
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	9
3.1 Bagan Alur Penelitian .....	9
3.2 Prosedur Penelitian .....	9
3.3 Teknik Analisis Data .....	10
BAB 4 Hasil dan Pembahasan .....	11
5.1 Hasil.....	11
5.2 Pembahasan .....	15
BAB 5 Simpulan .....	17
REFERENSI.....	18

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pesatnya pergerakan arus globalisasi menjadi faktor utama perubahan cara berpikir dan bersikap masyarakat Indonesia saat ini. Kita bisa mengamati dengan seksama bagaimana perbedaan kondisi ekonomi masyarakat dibanding masyarakat 90-an, mula dari model berpakaian, pola hidup konsumtif kebarat-baratan serta banyak masyarakat saat yang lebih memilih mengikuti *trend* atau gaya hidup dibanding berpikir rasional berdasarkan kebutuhan. Di era milenial ini khususnya pada industri 4.0, masyarakat dituntut untuk berpikir kritis, kreatif dan bertindak secara rasional dalam setiap aktivitas ekonomi untuk memilih pilihan yang terbaik serta memanfaatkan peluang ekonomi sebaik-baiknya.

Berdasarkan sensus penduduk Indonesia, jumlah penduduk Indonesia didominasi usia produktif yang lahir antara tahun 1999-2012 sebanyak 72,94% berdasarkan survei yang dilakukan CNN juga bahwa hanya sebesar 10,7% pendapatan kaum milenial yang ditabung dan sebesar 51,1% di habiskan untuk membelanjakan kebutuhan bulanan, kekhawatiran kita bukanlah seberapa besar pendapatan mereka namun sedikitnya jumlah dari tabungan yang disimpan kaum milenial ini, dan kecenderungan pendapatan mereka sebagian besar untuk konsumsi, berdasarkan laporan publikasi kementerian keuangan pada tahun 2017 negara Indonesia pada tahun 2045, hampir 60 persen penduduk Indonesia berusia di bawah 30 tahun kita bersama lebih mengenalnya dengan istilah bonus demografi ini bisa memberikan sinyal yang baik, namun bila tidak dimanfaatkan dengan baik akan menjadi *disaster* atau bencana.

Perilaku konsumtif sangat berpengaruh dan menentukan kehidupan seseorang secara keberlanjutan, usia produktif sebagaimana penjelasan diatas perlu di telusuri lebih jauh bagaimana kaum milenial ini terjebak dalam lingkaran konsumtif, hal ini ini sepemahaman dengan ungkapan wahyudi (2013), menyatakan bahwa berkonsumsi tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya. Penting bagi kita untuk menanamkan perilaku konsumtif secara rasional bukan hanya pada diri sendiri

namun sejak usia dini agar setiap aktivitas ekonomi sesuai dengan ukuran parameternya yaitu sumber daya yang dimilikinya berupa uang dan mindset (pola berfikir) dengan kebutuhan yang ada.

Kondisi pandemi covid-19 merubah segala aturan kehidupan bermasyarakat, kita dipaksa harus menyesuaikan dengan kondisi di masa pandemi, semua pelaku ekonomi merasakan hal yang sama, penurunan sumber daya secara finansial akibat maraknya pelaku wirausaha yang memutus kontrak kerja sebagai akibat dari menurunnya tingkat daya beli masyarakat, daya beli masyarakat ini sebagai akibat dari turunnya tingkat pendapatan atau penghasilan yang diperoleh sehingga terjadi pergeseran perilaku konsumen dalam membelanjakan keuangannya. Kelesuan ekonomi ini berdampak pada upaya setiap orang untuk menggunakan secara rasional dan penuh kehati-hatian dalam mengkonsumsi berbagai kebutuhan yang ada, kebutuhan untuk bertahan hidup mulai berubah disetiap keluarga ataupun individu, seperti membelanjakan keuangannya untuk membeli barang seperti masker, sabun pencuci tangan, selalu mencuci tangan setiap habis kegiatan, mengkonsumsi sayur dan buah-buahan sebagai penambah daya imun tubuh.

Perilaku ekonomi diatas juga dirasakan oleh mahasiswa, secara finansial sistem keuangan mereka masih di tanggung orang tua, menurut Fitriyani (2017) perilaku konsumtif dipengaruhi oleh motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian, konsep diri, gaya hidup, budaya, kelas sosial, dan referensi kelompok serta keluarga. Banyaknya jumlah uang yang diterima lebih kecil, jumlah ini tidaklah sama pada saat sebelum pandemi. Tingkat konsumsi juga perlahan berubah menyesuaikan dengan kebutuhan, hal ini dikarenakan hampir semua aktivitas pelaksanaan perkuliahan dialihkan secara daring. Namun kemudian timbul pertanyaan, benarkah tingkat konsumsi menurun? Mengingat penurunan aktivitas diluar ruangan serta peralihan kebutuhan sehari-hari seperti membeli masker, handsitizer dst. Pertanyaan tersebut diperlukan suatu penelitian secara mendalam kepada kaum milenial ini agar menjadi masukan yang berharga bagi pembuat kebijakan kedepannya.

Pengambilan keputusan ekonomi secara tepat adalah bagaimana mereka mampu mengalokasikan segala sumber daya yang ada untuk kesejahteraan dirinya. Untuk memenuhi segala keinginan yang tidak terbatas namun dengan sumber daya yang terbatas jumlahnya, untuk itu dibutuhkan perencanaan keuangan yang baik agar mampu mendisiplinkan dalam berperilaku ekonomi yang baik di masa depan. Maka dari itu, dengan melakukan penelitian mengenai pergeseran perilaku konsumen di masa pandemi kita akan mengetahui sejauh mana pergeseran ini, dan kebutuhan serta keinginan apa saja

yang telah dan akan mereka lakukan di masa pandemi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Analisis Pergeseran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19**”.

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian yang menjadi fokus utama adalah untuk (1) Mengetahui pergeseran perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi sebelum pandemi covid-19 (2) Mengetahui tingkat pergeseran perilaku konsumtif mahasiswa di Masa Pandemi covid-19.

### **1.3 Urgensi Penelitian**

Perubahan aktivitas ekonomi masyarakat menjadi hal yang menarik untuk di kaji dan diperbincangkan akhir-akhir ini, kondisi pandemi covid-19 yang melanda kehidupan masyarakat maupun individu perorangan memicu terjadinya pergeseran di berbagai aspek sosial, tidak terkecuali pada perilaku dalam mengkonsumsi dan membelanjakan finansial mereka, pergeseran ini memiliki makna apakah besaran nilai konsumtif ini semakin besar atau lebih kecil angkanya, mengingat akses mobilitas dan kebiasaan hidup perorangan dibatasi ruang geraknya dan memulai dengan kebiasaan baru yang harus mengedepankan perilaku hidup bersih serta menjaga kesehatan. Mengingat sangat pentingnya pergeseran perilaku konsumtif di masa pandemi covid-19, maka hendak dikaji lebih lanjut untuk: (1) Mengetahui pergeseran perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan ekonomi sebelum pandemi covid-19, (2) Mengetahui seberapa besar tingkat perilaku konsumtif Mahasiswa di Masa Pandemi covid-19.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Perilaku Konsumtif**

Konsep nama ilmu ekonomi sudah lama diperkenalkan dari zaman pra klasik hingga modern namun secara resmi diperkenalkan oleh bapak ekonomi yakni Adam Smith pada tahun 1776. Aktivitas manusia dewasa ini didominasi oleh aktivitas ekonomi. Menurut Case and Fair (2007:2) Ilmu ekonomi merupakan studi tentang bagaimana individu dan masyarakat menentukan pilihan penggunaan sumber daya yang langka yang telah disediakan oleh alam dan generasi sebelumnya. Sumber dasar utama setiap individu melakukan kegiatan aktivitas ekonomi tidak terlepas dari kegiatan ekonomi. Berdasarkan pendapat tersebut mengisyaratkan bahwa setiap aktivitas kita dihadapkan pada satu inti yaitu “pilihan”, setiap pilihan yang kita pilih adalah manifestasi dari perilaku yang telah kita lakukan tidak jadi masalah apakah pilihan kita rasional atau tidak. Menurut Notohardjo (2003) Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri, baik yang diamati langsung, maupun tidak diamati oleh pihak luar. Sebagaimana perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar berdasarkan kondisi yang sedang dialami.

Perilaku Konsumen diantaranya yakni membeli barang yang tinggi atau mahal 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 sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain menurut Soleha dan Arnasik (2018) tindakan konsumtif merupakan kegiatan menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan faktor gengsi. Menurut (Sheth, 2020) perilaku konsumen di masa pandemi diantaranya 1) Penimbunan, 2) Memperbaiki kesalahan, 3) Permintaan terpendam, 4) Menggandeng teknologi, 5) Belanja dirumah, 6) Pengaburan batasan kerja, 7) Penemuan talenta baru, dan 8) Reuni dengan teman dan keluarga.

Istilah konsumtif mengacu pada makan kegiatan individu perorangan maupun kelompok dalam menggunakan dan menghabiskan suatu barang secara berlebihan. Sebagaimana (Fitriyani et al., 2013) mengemukakan bahwa Perilaku konsumtif adalah

perilaku membeli yang didasarkan pada keinginan irasional dan eksekif dan bukan kebutuhan. Perilaku konsumtif menurut (Hamilton et al., 2005) disebut dengan istilah *wasteful consumption* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengkonsumsi lebih dari yang masuk akal dari kebutuhan. Menurut Wahyudi dalam (Mukarramah et al., 2020) bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Wahyudi dalam (Mukarramah et al.2020) juga menambahkan bahwa mengkonsumsi dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun mengkonsumsi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya. Sedangkan (Lestarina et al., 2017) mengartikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Menurut (Sharma, 2014) Empat jenis perilaku pembelian konsumen adalah: 1) Respon Rutin / Perilaku Terprogram, 2) Pengambilan Keputusan Terbatas - sesekali membeli produk, 3) Pengambilan Keputusan yang Ekstensif / Keterlibatan tinggi yang kompleks, produk yang asing, mahal dan / atau jarang dibeli, 4) Pembelian impulsif, tanpa perencanaan sadar.

Menurut Seth (Sheth, 2020) *There is a universal law of consumer behavior. When an existing habit or a necessity is given up, it always comes back as a recreation or a hobby.* Ini memiliki makna bahwa ketika perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan kebutuhan melainkan kebiasaan, maka tak lain bahwa kecenderungan konsumtif didasarkan pada hobi dan kegemaran. Menurut (Sumartono & Djabar, 2002) indikator perilaku konsumtif diantaranya: (a) Membeli produk karena iming-iming hadiah, b) Membeli produk karena kemasannya menarik, c) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, d) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, e) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, f) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi dan g) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Sebagaimana menurut Tambunan dalam (Almas, 2019) perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang

diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Selain itu menurut (Nitisusastro, 2012) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan proses yang dilalui seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pada konsumsi produk jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Suminar dalam (Kadeni, 2018) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, prestise, kekayaan, dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan.

Pada umumnya konsumsi merupakan keinginan rutin, yang dilakukan oleh setiap anggota masyarakat dalam suatu perekonomian disuatu tempat. Pengeluaran konsumsi untuk kebutuhan yang tidak perlu atau tidak mendesak dipengaruhi oleh beberapa hal Menurut (Hanuning, 2011) Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor – faktor 1) Keinginan Keinginan berbeda dengan kebutuhan, keinginan pada dasarnya tidak dilandasi atas dasar adanya suatu kebutuhan tetapi mengarah pada rasa ingin memiliki atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa, 2) Faktor ekonomi besarnya uang yang diberikan oleh orang tua mereka, karena sebagai mahasiswa belum memiliki pendapatan sendiri, 3) Faktor Gaya Hidup Gaya hidup adalah cara terpola dalam penggunaan, pemahaman, atau penghargaan artefak-artefak budaya material untuk menegosiasikan permainan kriteria status dalam konteks sosial yang tidak diketahui namanya, 4) Faktor Media Informasi biasanya jika kita bisa melihat suatu trend yang sedang baru, bisa dilihat dari penampilan produk atau dari iklan – iklan disitu akan kita lihat mana yang trend terbaru dan biasanya iklan akan menarik untuk konsumen untuk membeli lewat iklan tersebut.

Menurut solomon dalam (Chrisnawati & Abdullah, 2011) faktor –faktor perilaku konsumtif diantaranya 1) Faktor internal, terdiri dari: (a) Motivasi, (b) Proses Belajar dan Pengalaman, (c) Kepribadian dan Konsep Diri, (d) Keadaan ekonomi. (e) Gaya hidup, dan (f) Sikap. 2) Faktor eksternal terdiri dari: (a) Faktor kebudayaan, (b) Faktor kelas sosial, (c) Faktor keluarga, dan (d) Kelompok acuan. Sedangkan menurut Kotler dan (Kotler et al., 1990) menyatakan bahwa banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya yakni: 1) Faktor budaya (kebudayaan, sub kebudayaan, dan kelas sosial), 2) Faktor Sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), 3) Faktor Pribadi

(umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri) dan 4) Faktor Psikologi (motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap) Sedangkan (Kumalasari & Soesilo, 2019) menyatakan bahwa terdapat aspek yang mempengaruhi perilaku konsumtif yakni sebagai berikut: 1) Sikap Impulsif, 2) Pemborosan 3) Mencari kesenangan Perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli sesuatu yang dilakukan hanya karena semata-mata untuk mencari kesenangan, dan 4) Mencari kepuasan perilaku konsumtif didasari pada keinginan untuk selalu lebih daripada yang lain, selalu tidak ada kepuasan dan usaha untuk memperoleh pengakuan serta biasanya diikuti dengan rasa bersaing yang tinggi.

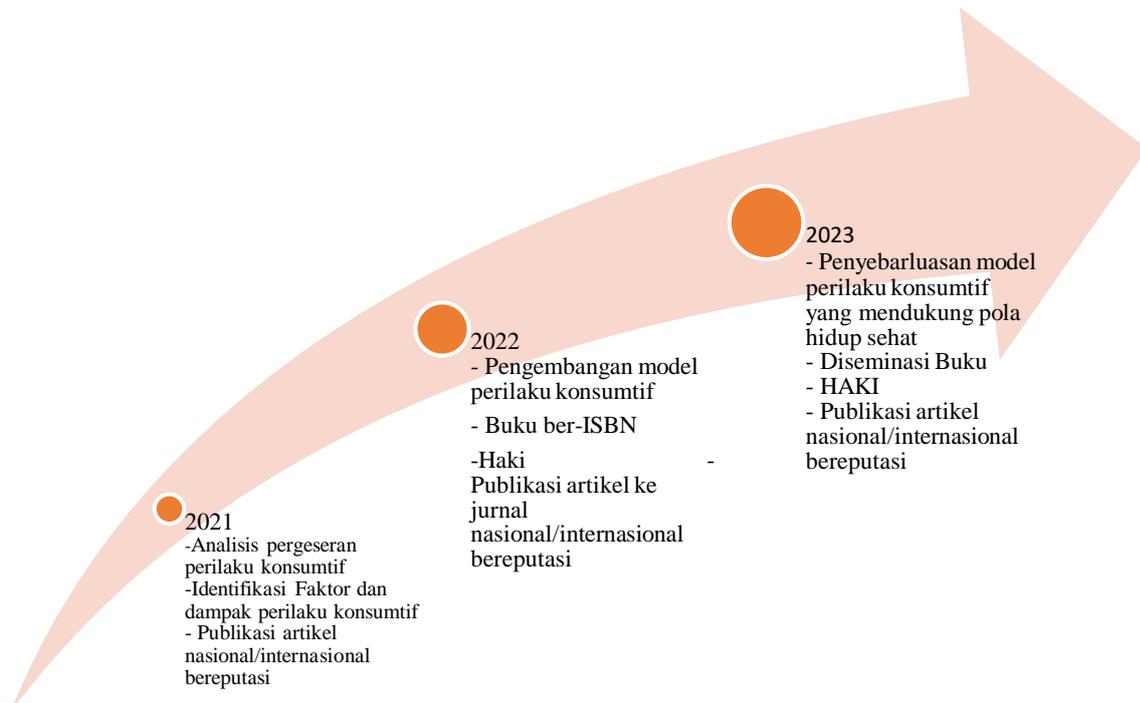
## **2.2 Fenomena Pandemi Covid-19**

Berdasarkan laporan pada tanggal 27 Februari 2021 komite penanganan covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional memberitakan jumlah korban yang meninggal terpapar virus covid-19 sebanyak 36.166 jiwa. Jumlah korban yang tidak sedikit ini memberikan kekhawatiran yang mendalam bagi seluruh masyarakat Indonesia, pemerintah melalui jajaran kementerian kesehatan telah berupaya semaksimal mungkin mengatasi pandemi ini.

Penularan virus ini muncul pertama kali di Wuhan, China pada tahun 2019. Infeksi coronavirus-2019 (COVID-19) yang menyebabkan penyakit *Severe Acute Respiratory Syndrome – Coronavirus 2 (SARS-Cov-2)* menjadi pandemi global (Ridlo, 2020) menurutnya Gejala umum yang didapati oleh pasien adalah demam, batuk dan mialgia atau kelelahan. Gejala yang spesifik yaitu batuk berdahak, sakit kepala, hemoptisis (batuk yang mengandung darah) dan diare. Komplikasi termasuk sindrom gangguan pernapasan akut, cedera jantung akut dan infeksi bakteri sekunder (Huang et al., 2019)). Sampai saat ini, jumlah informasi tentang virus ini meningkat setiap hari dan semakin banyak data tentang penularan dan rutenya, reservoir, masa inkubasi, gejala dan hasil klinis, termasuk tingkat kelangsungan hidup yang dikumpulkan di seluruh dunia (Corman et al., 2020) Perubahan aktivitas ekonomi akibat pandemi covid-19 pada masyarakat menjadi hal yang menarik untuk di kaji dan di lakukan penelitian lebih lanjut, kondisi pandemi covid-19 yang tumbuh dimasyarakat maupun individu perorangan memicu terjadinya pergeseran dibanyak aspek sosial, tidak terkecuali pada perilaku dalam mengkonsumsi dan membelanjakan finansial mereka, pergeseran ini memiliki makna apakah besaran nilai konsumtif ini semakin besar atau lebih kecil angkanya, mengingat akses pergerakan perorangan dibatasi ruang geraknya. Penelitian ini

merupakan sebuah penelitian yang bertujuan untuk: (1) Mengetahui pergeseran perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan P.IPS di masa pandemi covid-19, (2) mengetahui seberapa besar tingkat perilaku konsumtif mahasiswa di Masa Pandemi covid-19. Perilaku konsumtif mahasiswa di tengah pandemi sangat menarik untuk dikaji lebih dalam dan berkelanjutan hal ini berguna untuk mengungkap seberapa besar dampak pergeseran perilaku konsumtif di tengah pandemi covid-19. Apakah jumlah konsumsi berubah menurun atau malah lebih besar tingkat konsumsinya dibandingkan sebelum pandemi. Perubahan perilaku konsumtif yang terjadi ditengah pandemi dikalangan anak muda gen Z yakni mahasiswa angkatan 2017 ini telah sudah sesuai dengan kebutuhan atau menggeser ke arah keinginan dan gaya hidup semata.

Perlu adanya inovasi pembaruan informasi penelitian mengenai pergeseran perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa ditengah pandemi secara berkelanjutan, sebagai masukan ilmu dan informasi yang berharga bagi kalangan lembaga yang berkepentingan. Perlu dilakukan keberlanjutan rangkaian penelitian hingga benar-benar keabsahan informasinya dapat digunakan, selama tiga tahun kedepan berikut *roadmap* dalam penelitian ini dimulai dari tahun pertama 2021 sampai dengan tahun ke-tiga yakni tahun 2023. Berikut dibawah ini *roadmap* yang di rencanakan sebagai berikut:



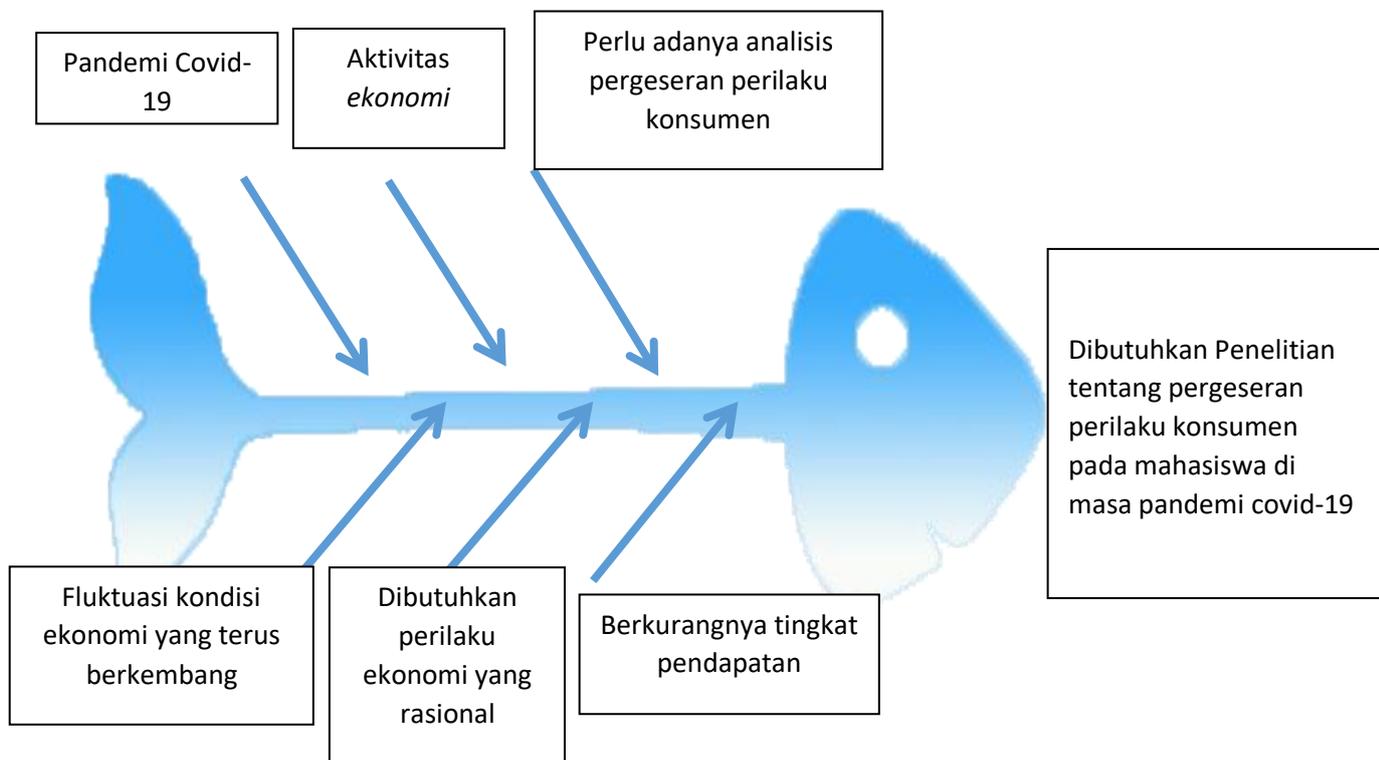
**Gambar 2.2 Roadmap Penelitian**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Bagan Alur Penelitian

Kegiatan penelitian yang diusulkan adalah kelanjutan dari hasil kajian pustaka yang sudah dilakukan sebelumnya. Rekam jejak hasil penelitian-penelitian sebelumnya dianalisis seperti yang terdapat pada diagram tulang ikan (*fishbone diagram*) sebagaimana Gambar 3.1, yang selanjutnya dipakai sebagai dasar untuk menyusun langkah-langkah untuk mencapai tujuan penelitian



**Gambar 3.1. Diagram Tulang Ikan (*Fishbone*)**

#### 3.2. Prosedur Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui pergeseran perilaku konsumtif mahasiswa sebelum dan pada saat pandemi covid 19, penelitian merupakan

penelitian *deskriptif verifikatif* dengan metode penelitian *expost facto* dan survey. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Lampung angkatan yang berjumlah sebanyak 251 orang, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik *Probability Sampling*, dengan menggunakan *Simple Random Sampling* sebagai pengambilan sampel secara acak dari populasi. sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan penghitungan dengan rumus slovin  $n = \frac{251}{1+251(0,10)^2} = 71,50997151$  dibulatkan menjadi 72, jadi dari perhitungan diatas, besarnya sampel dalam penelitian ini alah sebanyak 72 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah teknik observasi, dokumentasi, *interview* (wawancara), dan angket (*kuesioner*).

- a. Observasi, teknik ini dilakukan untuk mengamati keadaan yang ada dilapangan pada saat mengadakan penelitian pendahuluan yaitu untuk mengamati perilaku konsumtif dan aktivitas ekonomi para mahasiswa.
- b. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen. Dalam penelitian sosial, fungsi data yang berasal dari dokumentasi lebih banyak digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.
- c. Angket digunakan dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada sampel untuk mendapatkan informasi mengenai pergeseran perilaku konsumen mahasiswa pendidikan ekonomi di masa pandemi covid-19.

### **3.3 Teknik analisis data**

Analisis data adalah memahami data yang telah terkumpul semuanya, lalu mengelompokkan dan meringkas menjadi sesuatu yang mudah dimengerti. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan tahapan diantaranya: 1) Persiapan Penelitian, 2) Tabulasi data, 3) Analisis data, dan 4) Penerapan data hasil analisis data denga teori yang ada.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 HASIL

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data sebagaimana tujuan penelitian yakni Mengetahui pergeseran perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi sebelum dan saat masa pandemi Covid 19. Sejalan dengan tujuan tersebut peneliti melakukan penyebaran kuesioner. Berdasarkan hasil penyebaran angket ataupun kuesioner kepada 72 responden diperoleh persentase data setiap butir pertanyaan sebagai berikut.

**Tabel 1 Hasil Penyebaran Angket Perilaku Konsumtif Sebelum Pandemi Covid 19**

Variabel		Pernyataan	Persentase Responden		
			J	KK	S
Perilaku Konsumtif	Pembelian Secara Implusif	Saya membeli lebih banyak kebutuhan untuk kesehatan (hand sanitizer, masker, obat dan vitamin)	36,4%	45,5%	18,2%
		Saya membeli produk dengan tujuan agar penampilan menjadi lebih menarik dan bukan karena kebutuhan	45,5%	47,7%	6,8%
		Saya membeli suatu produk meskipun produk tersebut tidak terlalu penting bagi saya	65,9%	29,5%	6,8%

	Pembelian Secara Tidak Rasional	Saya membeli produk sesuai dengan trend terkini	50%	40,9%	9,1%
		Saya membeli aksesoris, kosmetik dan fashion agar terlihat lebih menarik	36,4%	56,8%	9,1%

		Saya membelanjakan uang saya untuk barang yang mahal karena gengsi apabila saya menggunakan barang dengan harga murah	75%	22,7%	2,3%
		Saya membeli produk import, mahal dan bermerek karena jaminan kualitas dan kepuasan bagi saya	56,8%	40,9%	4,5%
		Saya merasa akan lebih tertarik untuk membeli produk yang diiklankan oleh public figure idola saya	61,4%	29,5%	9,1%
		Saya selalu up to date dan membeli produk terbaru untuk menambah koleksi dan bukan karena kebutuhan	72,7%	22,7%	4,5%

		Saya selalu tertarik membeli barang karena ada potongan harga atau bonus	15,9%	54,5%	31,8%
		Saya tertarik membeli produk karena terdapat potongan harga	6,8%	61,4%	31,8%
	Pemborosan	Saya senang membeli produk dengan kemasan yang rapi dan menarik	11,4%	50%	40,9%
		Saya membeli suatu produk dengan melihat merek bukan dari harga produk	50%	34,1%	15,9%

		Saya segera membeli suatu produk yang cocok tanpa memikirkannya terlebih dahulu	54,5%	38,6%	6,8%
		Saya senang nongkrong dan berkumpul di cafe bersama teman – teman.	86,4%	-	13,6%

Berdasarkan data tabel diatas terlihat bahwa persebaran persentase perilaku konsumtif sebelum pandemi covid-19 untuk aspek pembelian secara impulsif dan aspek pembelian secara tidak rasional dalam kategori sedang dan terkendali, yang berpengaruh dalam perilaku konsumtif adalah aspek pemborosan yang cukup tinggi dikalangan mahasiswa.

**Tabel 2 Hasil Penyebaran Angket Perilaku Konsumtif Saat Pandemi Covid 19**

Variabel		Pernyataan	Persentase Responden		
			J	KK	S
Perilaku Konsumtif	Pembelian Secara Implusif	Saya membeli lebih banyak kebutuhan untuk kesehatan (hand sanitizer, masker, obat dan vitamin)	22,7%	43,3%	36,4%
		Saya membeli produk dengan tujuan agar penampilan menjadi lebih menarik dan bukan karena kebutuhan	54,5%	43,2%	4,5%
		Saya membeli suatu produk meskipun produk tersebut tidak terlalu penting bagi saya	72,7%	22,7%	4,5%
	Pembelian Secara Tidak Rasional	Saya membeli produk sesuai dengan trend terkini	50%	40,9%	9,1%
		Saya membeli aksesoris, kosmetik dan fashion agar terlihat lebih menarik	43,2%	50%	6,4%

		Saya membelanjakan uang saya untuk barang yang mahal karena gengsi apabila saya menggunakan barang dengan harga murah	77,3%	25%	-
		Saya membeli produk import, mahal dan bermerek karena jaminan kualitas dan kepuasan bagi saya	52,3%	40,9%	6,8%

		Saya merasa akan lebih tertarik untuk membeli produk yang diiklankan oleh public figure idola saya	70,5%	25%	6,8%
		Saya selalu up to date dan membeli produk terbaru untuk menambah koleksi dan bukan karena kebutuhan	79,5%	13,6%	6,8%
	Pemborosan	Saya selalu tertarik membeli barang karena ada potongan harga atau bonus	20,5%	54,5%	25%
		Saya tertarik membeli produk karena terdapat potongan harga	18,2%	52,3%	29,5%
		Saya senang membeli produk dengan kemasan yang rapi dan menarik	13,6%	52,3%	34,1%
		Saya membeli suatu produk dengan melihat merek bukan dari harga produk	50%	29,5%	20,5%
		Saya segera membeli suatu produk yang cocok tanpa	54,5%	38,4%	9,1%

		memikirkannya terlebih dahulu			
		Saya senang nongkrong dan berkumpul di cafe bersama teman – teman.	68,4%	22,7%	9,1%

Berdasarkan data tabel diatas terlihat bahwa persebaran persentase perilaku konsumtif saat pandemi covid-19 untuk aspek pembelian secara implusif dan aspek pembelian secara tidak rasional dalam kategori cukup baik dan terkendali, yang berpengaruh dalam perilaku konsumtif adalah aspek pemborosan yang cukup tinggi dikalangan mahasiswa.

## 5.2 PEMBAHASAN

Perkembangan di era globalisasi dan informasi sekarang ini membuat perilaku masyarakat mengalami perubahan seperti halnya dengan gaya hidup dan kebiasaan terutama dimasa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini. Perubahan perilaku pada masa pandemi dapat dilihat dari tujuan konsumsi sebelum dan pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini sejalan dengan Saragih & Frederic (2020:2), yaitu bahwa dampak dari penyebaran virus Covid-19 dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat baik secara ekonomi, sosial dan pangan.

Pada bidang ekonomi perubahan yang sangat dirasakan oleh masyarakat pada masa pandemi covid-19 seperti sekarang ini adalah menurunnya tingkat pendapatan masyarakat, dikarenakan peraturan yang membatasi pergerakan mobilitas berdampak pada tidak berjalannya kegiatan perekonomian yang dilakukan secara konvensional serta pengurangan jumlah pekerja dan karyawan yang dilakukan oleh perusahaan berdampak kepada perekonomian masyarakat. Hal ini sesuai dengan data kuesioner yang diberikan oleh Mahasiswa Pendidikan Ekonomi bahwa uang saku yang mereka peroleh mengalami penurunan diakibatkan pendapatan orang tua juga mengalami penurunan, hal ini dapat bisa berpengaruh terhadap tingkat konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut.

Analisis pergeseran perilaku konsumtif pada penelitian ini, terjadi perubahan perilaku konsumtif mahasiswa sebelum masa pandemi Covid-19 dan perilaku konsumtif pada masa pandemi Covid-19. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Duesenberry

(1949) bahwa konsumsi seseorang dipengaruhi lingkungan sekitarnya (efek demonstrasi). Perubahan perilaku konsumtif sebelum masa pandemi covid-19 yaitu pada aspek pembelian secara impulsif dan aspek pembelian secara tidak rasional dalam kategori sedang dan terkendali hanya saja aspek pemborosan yang cukup tinggi, mahasiswa belum bisa untuk dapat mengendalikan aspek pemborosan secara optimal. Perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi sebelum masa pandemi covid-19 berfokus pada fasion dan trend masa kini yang cukup populer dikalangan milenial, sedangkan perilaku konsumtif mahasiswa pada masa pandemi covid-19 mengalami penurunan tetapi tidak signifikan, yaitu pada aspek pembelian secara impulsif dan aspek pembelian secara tidak rasional dalam kategori cukup baik dan terkendali hanya saja aspek pemborosan yang cukup tinggi dikalangan mahasiswa belum dapat dikendalikan secara optimal. Perilaku konsumtif mahasiswa pada masa pandemi covid-19 tidak hanya berfokus pada trend dan fashion tetapi terhadap produk kesehatan seperti lebih banyak melakukan pembelian hand sanitizer, sabun pencuci tangan, multivitamin, buah, sayur dan produk kesehatan lainnya. Terjadi penurunan perilaku konsumtif mahasiswa pada masa pandemi covid-19 tetapi tidak memiliki pengaruh yang sangat signifikan dikarenakan walaupun kegiatan, aktivitas dan mobilitas dibatasi, mahasiswa tetap masih bisa melakukan konsumsi dan pembelian yang dilakukan secara online, sehingga tidak

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

Perubahan perilaku konsumtif dapat terjadi sesuai dengan keadaan kondisi lingkungan yang berubah pula, meskipun pada penelitian ini tidak terjadi perubahan perilaku secara signifikan antara perilaku konsumtif sebelum dan pada masa pandemi covid -19, tetapi diharapkan agar dapat bersikap bijak dalam mengambil keputusan dalam melakukan suatu tindakan seperti tetap memperhatikan aspek – aspek pembelian yang tida implusif atau membuat perencanaan sebelum melakukan pembelian, melakukan pembelian secara rasional dan membeli dengan melihat dari sisi kebutuhan bukan keinginan.

## REFERENSI

- Almas, A. (2019). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY, PENGENDALIAN DIRI, TEMAN SEBAYA DAN KONDISI SOSIAL EKONOMI ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA KELAS XI SMA NEGERI 2 BAE KUDUS*. UNNES.
- Chrisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian. *Jurnal Spirits*, 2(1).
- Corman, V. M., Landt, O., Kaiser, M., Molenkamp, R., Meijer, A., Chu, D. K. W., Bleicker, T., Brünink, S., Schneider, J., & Schmidt, M. L. (2020). Detection of 2019 novel coronavirus (2019-nCoV) by real-time RT-PCR. *Eurosurveillance*, 25(3), 2000045.
- Duesenberry, J.S. (1949). *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*. Harvard University Press, Cambridge.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1–14.
- Hamilton, C., Denniss, R., & Baker, D. G. (2005). *Wasteful consumption in Australia*. Australia Institute Canberra.
- Hanuning, S. (2011). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa*.
- Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., Hu, Y., Zhang, L., Fan, G., & Xu, J. (2019). XiaoyingGu, Zhenshun Cheng, Ting Yu, Jiaan Xia, Yuan Wei, Wenjuan Wu, XueleiXie, Wen Yin, Hui Li, Min Liu, Yan Xiao, Hong Gao, Li Guo, JungangXie, Guangfa Wang, Rongmeng Jiang, Zhancheng Gao, Qi Jin, Jianwei Wang, Bin Cao. *Clinical Features of Patients Infected With*, 497–506.
- Kadeni, N. S. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61–70.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harker, M., & Brennan, R. (1990). *Marketing: an introduction* (Vol. 1). Prentice-Hall Englewood Cliffs, NJ.
- Kementrian Keuangan Republik Indonesia. 2017. Publikasi <https://www.kemenkeu.go.id/media/4958/media-keuangan-agustus3.pdf> Online. Diakses 28 Feb. 2021
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Mukarramah, M., Inanna, I., Hasan, M., Ahmad, M. I. S., & Nurdiana, N. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 1(1).
- Nitisusastro, M. (2012). Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan. *Bandung: Alfabeta*.

- Ridlo, I. A. (2020). Pandemi COVID-19 dan Tantangan Kebijakan Kesehatan Mental di Indonesia. *INSAN Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 5(2), 162–171.
- Saragih, Bernatal & Frederic Morado Saragih. 2020. Hubungan Berbagai Faktor Dengan Kebiasaan Makan Pada Masa Pandemi Covid 19. *Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman*.
- Sharma, M. K. (2014). The impact on consumer buying behaviour: Cognitive dissonance. *Global Journal of Finance and Management*, 6(9), 833–840.
- Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117, 280–283. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.059>
- Sumartono, & Djabar, H. B. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.

## SUSUNAN ORGANISASI TIM PENELITI

No	Nama	Bidang Keahlian	Alokasi Waktu(jam /minggu)	Uraian Tugas
1	Rahmah Dianti Putri SE,M.Pd	Pendidikan IPS	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mengidentifikasi permasalahan</li> <li>b. Menyusun Proposal</li> <li>c. Rancangan penelitian dan instrumen</li> <li>d. Membuat artikel ilmiah</li> <li>e. Melaksanakan seminar nasional</li> <li>f. Menyusun laporan</li> </ul>
2	Rahmawati M.Pd	Pendidikan Ekonomi	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyusun proposal</li> <li>b. Melakukan uji ahli instrument</li> <li>c. Merevisi artikel ilmiah</li> <li>d. Merivisi laporan</li> </ul>
3	Dr. Pujiati, M.Pd	Pendidikan IPS	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyusun proposal</li> <li>b. Merevisi artikel ilmiah</li> <li>c. Merivisi laporan</li> </ul>
4	Metri Safitri	Surveyor/pengumpul data dan enumerator	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melakukan survey lapangan</li> <li>b. Melakukan pengamatan atau pendampingan</li> <li>c. Mengumpulkan data</li> </ul>