

---

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PERILAKU MENABUNG  
MAHASISWA PENERIMA BEASISWA BIDIKMISI  
DI JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI MALANG ANGGARAN 2014**

**Ahmad Abdur Rohman<sup>1</sup>, Sri Umi Mintarti Widjaja<sup>2</sup>,**

Economic Education Program, Faculty of Economics, State University Malang, Indonesia  
[k22roman@gmail.com](mailto:k22roman@gmail.com), [sri.umi.fe@um.ac.id](mailto:sri.umi.fe@um.ac.id)

Abstract

This study analyze consumptive behavior and saving behavior of students who receive bidikmisi scholarship. Some students allocate scholarship fund wisely for primary necessary, study necessary, and saving. But some students does consumptive behavior, as for travelling, buy branded clothes, and buy gadgets. The research method used is qualitative research with phenomenology approach. Sampling method used is snowball sampling. Data collection is done by observation, interview and documentation. Bidikmisi student's consumptive behavior are divided into 2 class, there are low consumptive behavior and medium consumptive behavior. Bidikmisi students make consumption decision consider some factor as necessary, usefulness of good, quality, and budget. Bidikmisi student's saving behavior done conditionally. Savings activities conducted every month depending on the amount of consumption.

**Keyword:** Scholarship, Bidikmisi, Consumptive behavior, and Saving behavior

**History of Article:**

*Received : (21 Juli 2018), Accepted : (30 Agustus 2018), Publised : (9 Oktober 2018)*

**Citation:**

Rohman, A., & S.U.M Widjaja (2018) Analisis Perilaku Konsumtif dan Perilaku Menabung Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 107-117.

© Universitas Negeri Malang

## PENDAHULUAN

Bidikmisi merupakan program beasiswa pemerintah yang diperuntukan bagi mahasiswa baru maupun mahasiswa lama yang memiliki potensi akademik untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi namun kemampuan ekonominya kurang. Program beasiswa bidikmisi diselenggarakan oleh perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta yang terpilih oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. Besarnya dana bantuan pendidikan atau beasiswa yang diberikan kepada mahasiswa penerima bidikmisi dalam satu semester sebesar Rp 6.300.000,00. Dana tersebut terbagi menjadi dua yaitu dana bantuan biaya penyelenggaraan yang dikelola perguruan tinggi sebesar Rp 2.400.000,00/semester dan dana bantuan biaya hidup yang diserahkan kepada mahasiswa minimal sebesar Rp 3.900.000,00/semester (Ditjen Belmawa Kemenristek dikti, 2017).

Dana bantuan biaya hidup mahasiswa sebesar Rp 3.900.000,00/semester tersebut harus dapat dikelola secara mandiri dan bijaksana oleh setiap mahasiswa bidikmisi untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup dan keperluan pendidikannya. Hendaknya dana bantuan tersebut benar-benar digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok, seperti kebutuhan untuk makan, pakaian, tempat tinggal, dan transportasi, serta kebutuhan yang menunjang kegiatan perkuliahan, maupun menyisihkan sebagian dana tersebut untuk ditabung. Penggunaan dana beasiswa bidikmisi oleh para mahasiswa penerimanya tidak lepas dari kegiatan konsumsi dan menabung. Setiap mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi memiliki perilaku konsumsi yang berbeda-beda dalam menggunakan dana beasiswa tersebut.

Sebagian mahasiswa ada yang secara bijak menggunakan dana beasiswa untuk konsumsi kebutuhan pokok sehari-hari, kebutuhan untuk menunjang pendidikan dan menyisihkan sebagian dana untuk ditabung guna berjaga-jaga apabila di masa depan ada kebutuhan mendadak yang harus dipenuhi. Namun sebagian mahasiswa juga ada yang berperilaku konsumtif menggunakan dana beasiswa tersebut untuk memenuhi kebutuhan tersiernya seperti digunakan untuk pergi liburan, belanja pakaian *branded*, atau membeli gadget (*smartphone*, laptop, dll). Pemberian dana beasiswa yang cukup besar akan menambah pendapatan mahasiswa penerimanya. Hal tersebut selain membantu mahasiswa dengan keadaan ekonomi yang kurang untuk mendapatkan pendidikan di perguruan tinggi, namun juga menimbulkan perilaku konsumtif bagi mahasiswa penerimanya.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan, Sumartono (dalam Thohiroh, 2015). Perkembangan teknologi dan informasi juga menyebabkan meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian Anggriani (2014) menunjukkan bahwa “Pada data hasil lapangan ditemukan karakteristik yang dibangun oleh mahasiswa bidik misi yang dikelompokkan menjadi dua yaitu mahasiswa pencoba dan mahasiswa peniru.

- (1) Kelompok konsumen mahasiswa pencoba dalam mengkonsumsi suatu barang yang prestisius, lebih kepada mempertimbangkan harga dari suatu barang dengan jalan membelinya terdapat potongan harga atau yang lebih dikenal dengan istilah “Diskon”
- (2) Kelompok konsumen mahasiswa peniru yang cenderung mengkonsumsi barang prestisius secara berlebihan. Kelompok konsumen mahasiswa peniru memiliki kemampuan dalam mendapatkan barang yang sifatnya prestisius. Ketika membeli barang, mahasiswa peniru tidak melakukan pertimbangan terlebih dahulu.”

Sedangkan menurut Setiawan & Zain (2014) menunjukkan bahwa “Pengeluaran perbulan sekitar 45 persen dari beasiswa digunakan untuk membayar kos. Dari hasil analisis gap menyimpulkan bahwa pengelompokkan mahasiswa dengan analisis cluster didapatkan 2 kelompok. Mahasiswa di cluster 1 cenderung menyukai hal-hal yang mengarah ke gaya hidup glamour dan hedonis sedangkan mahasiswa yang berada di cluster 2 gaya hidupnya lebih ke arah ke masa depan yang mengutamakan pendidikan, keberhasilan dan bisnis.”

Dalam pengelolaan dana beasiswa bidikmisi yang diterima selain hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhannya, hendaknya mahasiswa penerima juga menyisihkan sebagian dana beasiswanya untuk ditabung guna berjaga-jaga apabila ada keperluan mendadak yang harus dipenuhi. Kegiatan menabung perlu dilakukan mengingat pencairan dana bidikmisi disetiap periode tidak selalu tepat waktu. Warneryd (dalam Sirine & Utami, 2016) menyebutkan bahwa “Dalam konteks ekonomi, tabungan didefinisikan sebagai sisa pendapatan setelah dikurangi konsumsi selama periode waktu tertentu... sebaliknya, menabung dalam konteks psikologis disebut proses dengan tidak menghabiskan uang untuk periode saat ini untuk digunakan di masa depan.” Oleh karena itu mahasiswa penerima

bidikmisi seharusnya memiliki kebiasaan atau perilaku menabung yang agar dapat mengelola keuangannya dengan baik.

Jurusan Ekonomi Pembangunan di Universitas Negeri Malang merupakan salah satu jurusan dengan jumlah mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang cukup banyak. Berdasarkan hasil observasi mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Berdasarkan kegiatan kesehariannya ada mahasiswa dengan kegiatan kesehariannya hanya kuliah dan pulang, ada mahasiswa yang kuliah dan aktif di kegiatan akademik dan non akademik, serta ada mahasiswa yang kuliah dan bekerja *part time* untuk menambah pendapatannya. Berdasarkan gaya berpakaian ada mahasiswa yang berpakaian yang sederhana, dan ada mahasiswa yang berpakaian yang *modis* (mengikuti tren gaya berpakaian), dan ada yang berpakaian dengan pakaian yang didominasi oleh merk tertentu yang *branded*. Pengiriman dana di setiap periode tidak selalu tepat waktu, sering terjadi keterlambatan waktu pengiriman dana tersebut. Hal itu membuat mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi harus pintar mengelola keuangan.

Seharusnya dengan kemampuan akademik dan non akademik yang dimiliki mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dapat mengelola keuangannya dengan baik. Mengingat mahasiswa penerima bidikmisi berasal dari keluarga yang ekonominya kurang seharusnya mahasiswa tersebut juga memiliki kemauan untuk mengelola keuangan mereka secara bijaksana (tidak konsumtif) dan memiliki perilaku menabung yang baik untuk berjaga-jaga. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini menganalisis bagaimana perilaku konsumtif dan perilaku menabung mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2014.

### **Perilaku konsumtif**

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (dalam Thohiroh, 2015) didefinisikan sebagai tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. Perilaku konsumtif didorong oleh banyak berkembangnya industri yang membuat penyediaan barang masyarakat berlimpah dan membuat masyarakat mudah tertarik untuk mengonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada, sehingga melakukan kegiatan yang tidak terkontrol. Konsumerisme tanpa disadari sudah menjadi budaya dan menjurus menjadi penyakit sosial yang berpotensi menciptakan masyarakat individualis dan materialistis, bahkan mengarah ke hedonisme. Hal ini ditandai dengan adanya sekelompok masyarakat yang aktif mengonsumsi produk-produk mewah sebagai sebuah prestise dan kehormatan sekedar sebagai pemenuhan hasrat (Imawati, dkk, 2013).

Ada banyak faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal seperti iklan, keluarga dan lingkungan sedangkan faktor internal seperti motivasi, proses belajar dan konsep diri, Lina dan Rosyid (dalam Imawati, dkk, 2013). Menurut Sumarsono (dalam Damayanti & Harti, 2014) indikator perilaku konsumtif, yaitu:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang dikarenakan terdapat hadiah yang hanya akan didapat jika membeli barang tersebut.
- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warnawarna menarik. Sehingga konsumen membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.

- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas pada penampilannya seperti cara berpakaian, berdandan, gaya rambut. Hal itu dilakukan dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen yang memiliki kemampuan membeli yang tinggi terutama dalam hal penampilan, maka hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan kepemilikan 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.
- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis digunakan.

### **Perilaku Menabung**

Tabungan adalah merupakan fungsi dari; simpanan dan keamanan atas uangnya. Oleh karena itu dapat ditarik suatu pengertian bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, maka porsi yang ditabung semakin besar pula (Sudaryana, 2007). Dalam konteks ekonomi, tabungan didefinisikan sebagai sisa pendapatan setelah dikurangi konsumsi selama periode waktu tertentu. Sebaliknya, menabung dalam konteks psikologis disebut proses dengan tidak menghabiskan uang untuk periode saat ini untuk digunakan di masa depan. Warneryd (dalam Sirine & Utami, 2016). Sedangkan menurut Paturochman (2007) “Menabung adalah salah satu kegiatan yang penting untuk dilakukan setiap orang, karena hasil tabungan tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kegiatan usaha menjadi lebih besar daripada sebelumnya atau dapat digunakan untuk menanggulangi berbagai kebutuhan yang mendesak.”

Sukirno (2011) menggambarkan hubungan antara pendapatan, konsumsi, dan tabungan terbagi menjadi 3, yaitu:

- (i) Pada pendapatan yang rendah rumah tangga mengorek tabungan
- (ii) Kenaikan pendapatan menaikkan pengeluaran konsumsi. Biasanya pertambahan pendapatan adalah lebih tinggi daripada pertambahan konsumsi.
- (iii) Pada pendapatan yang tinggi rumah tangga menabung

Menurut Warneryd (dalam Sirine & Utami, 2016) perilaku menabung adalah kombinasi dari persepsi kebutuhan masa depan, keputusan menabung dan tindakan penghematan. Cronqvist & Siegel (2011) menyebutkan *savings behavior, i.e., the choice by an individual to save or consume earlier in life, seems to be a much more important determinant of cross-sectional variation in wealth*. Dapat diartikan bahwa perilaku menabung merupakan pilihan setiap individu untuk menggunakan pendapatannya untuk menabung atau untuk konsumsi, perilaku tersebut juga turut mempengaruhi kesejahteraannya. Min lee, dkk (2015) menyebutkan *to better understand the saving behavior of households, therefore, it is important to identify the attributes of each saving goal and the influence of human needs on the likelihood of saving. Saving goals are viewed as reasons or purposes that lead households to save and can be measured with the question of, "What is your most important reason for saving?"* Hal tersebut berarti untuk memahami perilaku menabung rumah tangga, perlu mengidentifikasi tujuan menabungnya dan faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan rumah tangga untuk menabung.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Penggunaan jenis pendekatan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta mendapatkan informasi dan gambaran yang lebih jelas dan nyata tentang bagaimana fenomena perilaku konsumtif dan perilaku menabung yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi. Dengan pendekatan kualitatif peneliti dapat memperoleh informasi dan data yang mendalam mengenai perilaku konsumtif dan perilaku menabung yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi. Penggunaan jenis penelitian fenomenologi ini bertujuan untuk mencari tahu, mempelajari dan memahami fenomena perilaku konsumtif dan perilaku menabung yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi.

Subyek penelitian ini merupakan mahasiswa aktif penerima beasiswa bidikmisi angkatan 2014 di Jurusan ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi universitas Negeri Malang. Pemilihan subyek penelitian tersebut didasarkan pada alasan bahwa mahasiswa angkatan 2014 telah memiliki banyak pengalaman terkait pengelolaan dana beasiswa bidikmisi dalam konsumsi dan menabungnya karena mereka telah mengalami 6 periode pemberian dana beasiswa bidikmisi. Selain itu mahasiswa tersebut telah menerima dan mempelajari pengetahuan tentang ekonomi dalam perkuliahan.

Pemilihan subyek penelitian menggunakan metode *snowball sampling* yang berlangsung secara bergulir, dimana dengan observasi yang dilakukan sebelumnya peneliti memilih orang tertentu sebagai informan yang dipertimbangkan untuk memberikan data-data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari informan sebelumnya, peneliti dapat menetapkan informan selanjutnya.

Teknik yang akan digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari tiga teknik, yaitu: (1) teknik observasi, (2) teknik wawancara, dan (3) teknik dokumentasi. Data yang telah terkumpul kemudian akan dianalisis hingga dapat menjadi hasil penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri atas tahapan-tahapan analisis data penelitian yang meliputi (1) Reduksi data, (2) Display data, dan (3) Verifikasi dan penarikan kesimpulan. Untuk mengetahui keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode triangulasi sumber data dan triangulasi teknik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang menjadi subyek penelitian yang memberikan informasi terkait perilaku konsumtif dan perilaku menabung yang dilakukannya sebagai mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi. Responden dalam penelitian ini adalah 10 orang mahasiswa aktif angkatan 2014 yang menjadi penerima beasiswa bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan.

Latar belakang responden berasal dari keluarga kurang mampu yang orang tuanya berprofesi sebagai petani, tukang kayu, tukang bangunan, dan pensiunan perusahaan. Aktivitas dan kebiasaan yang dilakukan responden bervariasi, terdapat mahasiswa yang menjadi aktivis organisasi, mahasiswa pekerja, mahasiswa yang memiliki usaha penjualan, dan mahasiswa yang hanya kuliah serta jalan-jalan atau nongkrong. Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi berasal dari berbagai daerah, ada yang berasal dari luar Kota Malang dan ada juga yang berasal dari Kota Malang. Selain perbedaan daerah asal mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi juga memiliki perbedaan sumber pendapatan dan kegiatan. Hal tersebut menyebabkan adanya perbedaan prioritas barang yang dikonsumsi, perencanaan konsumsi yang dilakukan, serta barang dan jasa yang rutin digunakan. Kebutuhan antara mahasiswa asal Kota Malang dengan mahasiswa yang berasal luar Kota Malang, bagi mahasiswa yang berasal dari luar Kota Malang hal yang paling diprioritaskan dalam konsumsi adalah untuk kebutuhan pokok, seperti untuk makan, membayar sewa tempat tinggal (kontrakan atau kos), dan untuk perkuliahan. Sedangkan mahasiswa yang berasal dari Kota Malang lebih mengarah ke kebutuhan sekunder.

Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dapat dikatakan mempunyai perilaku konsumtif apabila dalam melakukan kegiatan konsumsi mereka mengambil keputusan tidak berdasarkan pertimbangan yang rasional atau tidak berdasarkan kebutuhan yang harus terpenuhi. Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dapat diketahui apabila responden melakukan hal-hal yang menjadi indikator perilaku konsumtif.

Berdasarkan data yang telah diperoleh perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan 2014 terbagi menjadi dua golongan yaitu tergolong rendah dan sedang. Dimana 8 dari 10 responden dalam penelitian ini melakukan 1 sampai 3 indikator yang menggambarkan perilaku konsumtif. Sedangkan 2 responden yang lain masing-masing melakukan 4 indikator yang menggambarkan perilaku konsumtif. Responden yang berperilaku konsumtif sedang mempunyai kemampuan finansial yang lebih tinggi dibandingkan responden yang berperilaku konsumtif rendah. Selain kuliah responden yang berperilaku konsumtif sedang bekerja untuk mendapatkan pendapatan tambahan. Dengan upah yang dimiliki responden yang bekerja memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang pendapatannya hanya bersumber dari orang tua dan beasiswa bidikmisi.

**Tabel 3.1 Penggolongan Perilaku Konsumtif Responden Berdasarkan Indikator yang Dilakukan**

Perilaku Konsumtif Rendah		
No	Responden	Indikator yang dilakukan
1	Res_2/AD	1) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. 2) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

		3) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
2	Res_3/AMP	1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. 2) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. 3) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
3	Res_4/NZC	1) Membeli produk karena kemasannya menarik.
4	Res_5/NANS	1) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
5	Res_7/TA	1) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. 2) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). 3) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).
6	Res_8/GM	1) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
7	Res_9/AZM	1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. 2) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
8	Res_10/NR	1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. 2) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
<b>Perilaku Konsumtif Sedang</b>		
No	Responden	Indikator yang dilakukan
1	Res_1/OKL	1) Membeli produk karena kemasannya menarik. 2) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. 3) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). 4) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
2	Res_6/HBP	1) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. 2) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. 3) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Sumber: Data olahan peneliti

Hal yang menjadi pertimbangan responden yaitu, tingkat kebutuhan terhadap produk, kegunaan dan kualitas barang, serta besar pendapatan atau *budget* yang dimilikinya. Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang dialaminya. Faktor-faktor tersebut juga mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif yang dilakukan oleh responden.

**Tabel 3.2 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif responden**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Faktor Eksternal</b>
1) Pendapatan 2) Kepribadian 3) Persepsi terhadap barang	1) Kelompok acuan 2) Keluarga

Pendapatan yang diterima oleh mahasiswa penerima tidak digunakan secara penuh untuk kegiatan konsumsi. Sebagian pendapatan yang dimiliki baik pendapatan tersebut berasal dari dana beasiswa bidikmisi, uang saku dari orang tua, atau gaji bagi yang bekerja disisihkan untuk ditabung secara kondisional tergantung besarnya kebutuhan. Latar belakang yang dijadikan alasan atau tujuan mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dalam menabung juga bervariasi, sebagian responden menabung untuk berjaga-jaga apabila ada kebutuhan di masa depan yang tidak terduga, untuk membeli barang yang diinginkan, kebiasaan menabung sejak kecil dan untuk mempersiapkan rencana studi lanjut.

## **Pembahasan**

### **Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan 2014, terbagi menjadi dua golongan yaitu tergolong rendah dan sedang. Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang memiliki perilaku konsumtif rendah terkendala oleh keterbatasan pendapatan, sehingga tidak dapat leluasa dalam melakukan konsumsi. Mahasiswa dalam golongan ini melakukan banyak pertimbangan saat melakukan konsumsi, agar pendapatan yang dimiliki cukup untuk memenuhi kebutuhannya. Periode pencairan dana beasiswa yang dilakukan setiap tiga bulan sekali dan sering terjadinya keterlambatan pencairan membuat mahasiswa dalam golongan ini bijak dalam melakukan konsumsi dan mengelola keuangan. Sedangkan mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang memiliki perilaku konsumtif sedang dapat melakukan konsumsi yang lebih tinggi karena memiliki tambahan pendapatan yang cukup besar. Mahasiswa dalam golongan ini terdiri dari mahasiswa yang bekerja disamping waktu kuliah. Upah kerja yang cukup besar membuat mahasiswa yang bekerja lebih leluasa dalam melakukan kegiatan konsumtif, seperti *traveling* ke luar kota, nongkrong, dan belanja barang *branded*.

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (dalam Thohiroh, 2015) didefinisikan sebagai tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. Sedangkan mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dalam membuat keputusan konsumsi atau membeli barang masih melakukan pertimbangan yang rasional. Tingkat kebutuhan terhadap produk, kegunaan dan kualitas barang, serta besar pendapatan atau *budget* yang dimilikinya menjadi hal yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang dialaminya. Faktor-faktor tersebut juga mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan.

### **Faktor Internal**

- (1) Pendapatan



Faktor ini menjadi faktor pembeda antara mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif rendah dan sedang. Mahasiswa yang berperilaku konsumtif sedang memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang berperilaku rendah. Mahasiswa yang berperilaku konsumtif sedang terdiri dari mahasiswa yang telah bekerja, sehingga dengan pendapatan yang dimiliki mahasiswa dapat melakukan konsumsi lebih tinggi. Sedangkan mahasiswa yang berperilaku konsumtif rendah terdiri dari mahasiswa yang tidak bekerja. Pendapatan mahasiswa hanya berasal dari uang saku dan dana beasiswa. Uang saku yang tidak begitu besar dan sering terlambatnya pencairan dana beasiswa membuat mahasiswa berperilaku hemat.

## (2) Kepribadian

Fahmi menjelaskan (2016) Kepribadian terbentuk melalui interaksi dengan lingkungan. Lingkungan memiliki peran besar dalam mendorong pembentukan pribadi seorang konsumen dimana latar belakang lingkungan tempat ia berada telah membentuk keputusan pribadinya dalam memutuskan setiap produk dan keinginan yang akan dibelinya. Lingkungan asal mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang berasal dari keluarga kurang mampu membentuk kepribadian mahasiswa menjadi cenderung berhemat, berpenampilan sederhana dan membuat banyak pertimbangan dalam melakukan konsumsi.

## (3) Persepsi terhadap produk

Persepsi terhadap produk yang telah dibangun mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi juga menentukan perilaku konsumtif yang dilakukan. Mahasiswa yang membuat persepsi barang-barang yang bermerk (*branded*) selalu memiliki tampilan dan kualitas yang bagus, sehingga produk dapat tahan lama, akan memilih membeli produk-produk yang bermerk (*branded*) meskipun harus menabung terlebih dahulu atau membeli barang bekas di pasar loak.

## Faktor eksternal

### (1) Kelompok acuan

Kelompok acuan merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu (Suryani, 2012). Kelompok acuan yang mempengaruhi kegiatan konsumsi atau perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa penerima bidikmisi terbentuk dari teman sepermainan di kampus, teman di lingkungan kos, dan teman yang memiliki hobi sama.

### (2) Keluarga

Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi berasal dari keluarga yang kurang mampu. Latar belakang tersebut membuat mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi berperilaku konsumtif rendah dan lebih berhemat. Suryani (2012) menyebutkan bahwa keluarga sebagai kelompok primer yang interaksinya sangat intensif dan ada dukungan emosional yang kuat secara sosialogis mempunyai fungsi dan peran yang sangat penting.

## Perilaku Menabung

Kegiatan menabung mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dilakukan secara kondisional. Apabila dalam suatu bulan kebutuhan mahasiswa penerima bidikmisi sedikit maka mahasiswa dapat menyisihkan sebagian pendapatannya untuk menabung. Sedangkan apabila kebutuhan di suatu bulan banyak maka mahasiswa tidak dapat menyisihkan sebagian pendapatannya untuk menabung, bahkan terkadang ketika kebutuhan di suatu bulan lebih besar daripada pendapatan mahasiswa penerima bidikmisi menggunakan uang yang

sebelumnya ditabung atau hutang untuk memenuhi kebutuhan. Kegiatan menabung yang dilakukan secara kondisional membuat mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi menabung setelah melakukan konsumsi. Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi lebih memprioritaskan pemenuhan kebutuhan terlebih dahulu dibandingkan penyisihan pendapatan untuk menabung.

Sukirno (2011) menyebutkan bahwa perilaku menabung dan konsumsi terbagi menjadi 3, yaitu: (1) Pada pendapatan yang rendah rumah tangga mengorek tabungan, (2) Kenaikan pendapatan menaikkan pengeluaran konsumsi, (3) Pada pendapatan yang tinggi rumah tangga menabung. Perilaku menabung tersebut juga ditunjukkan oleh tindakan mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi.

- (1) Tindakan apabila tidak mendapatkan pendapatan atau tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan, mahasiswa bidikmisi harus mengorek tabungannya dan menyebabkan terjadinya kondisi minus atau *dissaving*. Kondisi minus tersebut terjadi karena terkadang pencairan dana bantuan beasiswa mengalami keterlambatan pencairan. Sehingga mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi harus melakukan usaha untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Apabila tabungan sebelumnya tidak mencukupi terdapat dua macam usaha yang dilakukan untuk mengatasi hal tersebut, yaitu dengan meminta kiriman uang saku dari orang tua dan meminjam ke teman-temannya.
- (2) Tindakan terhadap peningkatan tabungan saat terjadi peningkatan pendapatan, mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi cenderung menaikkan jumlah nominal tabungan dan konsumsinya ketika terjadi peningkatan pendapatan.
- (3) Tindakan menabung saat pendapatan tinggi, Pendapatan yang tergolong cukup tinggi diperoleh oleh mahasiswa penerima bidikmisi yang sudah bekerja membuat mahasiswa dapat teratur dalam menabung. Pendapatan yang cukup tersebut membuat mahasiswa dapat mencukupi kebutuhan sehingga dapat teratur menyisihkan pendapatannya untuk menabung.

## KESIMPULAN

Dari permasalahan yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa 1) Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan 2014, terbagi menjadi dua golongan yaitu tergolong rendah dan sedang. Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dalam membuat keputusan konsumsi atau membeli barang masih mempertimbangkan beberapa hal dalam pembelian, seperti tingkat kebutuhan terhadap produk, kegunaan dan kualitas barang, serta besar pendapatan atau *budget* yang dimiliki. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu pendapatan, kepribadian, dan persepsi terhadap produk, sedangkan faktor eksternal yaitu kelompok acuan dan keluarga; Kegiatan menabung mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dilakukan secara kondisional. Kegiatan menabung yang dilakukan setiap bulan tergantung pada besarnya konsumsi yang dilakukan. Apabila pendapatan yang dimiliki oleh mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi habis sebelum beberapa kebutuhan terpenuhi, mahasiswa harus mengorek tabungan, meminjam uang ke teman atau meminta kiriman uang saku dari orang tua. Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi cenderung menaikkan jumlah nominal tabungan dan konsumsinya ketika terjadi peningkatan pendapatan. Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dapat teratur dalam menabung apabila kebutuhan pokoknya terpenuhi. Hal tersebut dapat tercapai apabila

mahasiswa mendapat tambahan pendapatan yang cukup tinggi atau semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh orang tuanya.

## REFERENSI

- Anggriani (2014) Praktek Konsumtif Mahasiswa Bidik Misi (Studi Mahasiswa Bidik Misi 2010, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya). [Online] Dari <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/7895>
- Cronqvist & Siegel. 2011. The Origins of Savings Behavior: *Journal of political economy*. [Online] Dari: <http://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/679284>
- Damayanti & Harti (2014) Pengaruh Tingkat Keaktifan Penggunaan Jejaring Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sman 9 Surabaya Dalam Berbelanja Online: E-JOURNAL UNESA. [Online] Dari: <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/article/12609/54/article.pdf>
- Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan (2017) Pedoman Bantuan Biaya Pendidikan Bidikmisi Tahun 2017. Jakarta: Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
- Fahmi, I. (2016) Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Terapan. Edisi 1. Bandung: Alfabeta
- Imawati, dkk (2013) Pengaruh Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013: *Jupe UNS*, 2(1), 48-58.
- Min lee, dkk (2015) Savings Goals and Saving Behavior From a Perspective of Maslow's Hierarchy of Needs. [Online] Dari: [http://afcepe.org/assets/pdf/volume\\_26\\_2/pages\\_129-147.pdf](http://afcepe.org/assets/pdf/volume_26_2/pages_129-147.pdf)
- Paturochman (2007) Hubungan Antara Pendapatan Dengan Tabungan (Kasus pada Peternakan Sapi Perah Rakyat pada Berbagai Skala Usaha di Kpbs). [Online] Dari: <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/5380/2742>
- Setiawan & Zain (2014) Analisis Statistika Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidik Misi Dilihat. Dari Penggunaan Dana Beasiswa. [Online] Dari <http://digilib.its.ac.id/public/ITS-paper-28914-1309100019-Paper.pdf>
- Sirine & Utami (2016) Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Menabung di Kalangan Mahasiswa, *ejournal.uksw*. [Online] Dari <http://ejournal.uksw.edu/jeb/article/download/479/315>
- Sudaryana (2007) Analisis Perilaku Konsumen dalam Menabung pada Bank Umum di Yogyakarta: *AKMENIKA UPY*, Volume 1, 2007
- Sukirno, S. (2011) Makroekonomi: Teori Pengantar. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Suryani, T (2008) Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thohiroh (2015) Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta: *Naskah Publikasi*. [Online] Dari: <http://eprints.ums.ac.id/35607/1/02.%20Naskah%20Publikasi.pdf>.