

PENGARUH PENDIDIKAN EKONOMI KELUARGA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA

Dwi Wulandari & Bagus Shandy Narmaditya

Universitas Negeri Malang

wulan501@yahoo.com

Abstrak

Fenomena kegiatan konsumsi yang semakin beragam, memerlukan pemikiran dalam menentukan pilihan yang cerdas. Pendidikan ekonomi keluarga melalui pembiasaan, contoh dan penjelasan akan membentuk pola pikir. Pendidikan yang terbentuk di dalam keluarga merupakan fondasi bagi pendidikan selanjutnya. Pemerolehan pengetahuan seseorang bermula dari lingkup individu sebagai peristiwa internalisasi. Pola pikir membentuk pola sikap dan pola tindak sebagai bentuk perilaku dalam mengkonsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pendidikan ekonomi keluarga dengan perilaku konsumsi di Fakultas Ekonomi. Hasil menunjukkan bahwa pendidikan ekonomi keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi

Kata kunci: perilaku konsumsi, pendidikan ekonomi keluarga

PENDAHULUAN

Di akhir 2015 Indonesia akan menghadapi persaingan yang tinggi dalam arus masuk barang jasa maupun faktor produksi. Hal ini disebabkan mulai diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Implikasi dari hal ini adalah semakin beragamnya barang dan jasa yang masuk ke Indonesia dengan tanpa adanya pembatasan perdagangan dan hal ini menyebabkan pilihan yang semakin beragam kepada konsumen. Meskipun hal ini juga membuka pangsa pasar bagi Indonesia, tetapi dengan karakteristik bangsa kita yang cenderung konsumtif dan tidak produktif, maka ini akan mempengaruhi perilaku konsumsi terutama di kalangan generasi muda yang masih mudah tergiur oleh beragamnya barang dan jasa dan membeli tidak didasarkan kebutuhan melainkan karena keinginan.

Tinjauan mengenai perilaku konsumsi, dipengaruhi faktor intern antara lain motivasi, sikap hidup, pendapatan sedangkan faktor eksternal dipengaruhi lingkungan sosial ekonomi, besar kecilnya keluarga, kebudayaan, tinggi rendah pendidikan dan harga. Selain itu pemahaman konsumsi dapat dilihat dari perilaku konsumen dalam membeli dipengaruhi beberapa faktor antara lain; faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor pribadi meliputi umur dan tahapan siklus, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, keyakinan, dan sikap. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang mereka (Engel dkk, 1994; Kotler, 2002; Setiadi, 2008).

Perilaku konsumsi yang terjadi di kalangan remaja dipengaruhi oleh pendidikan di keluarga. Keluarga melalui pembiasaan, keteladanan dan penjelasan akan membentuk sebuah pola pikir. Dengan pola pikir yang baik akan membentuk sebuah pola sikap dan pola tindak yang diwujudkan dalam perilaku (Siswoyo, 2005). Pendidikan yang diberikan orang tua memberikan dasar bagi pengetahuan anak. Orang tua mempunyai tugas

sebagai pendidik, sebagai tempat belajar seseorang paling dini sehingga pendidikan di keluarga merupakan wadah yang paling mendasar dalam membentuk sikap dan nilai-nilai baik itu dimulai dari kegiatan ekonomi yang paling kecil. Pola sikap, perilaku, dan nilai-nilai yang ditanamkan orang tua pada anak merupakan landasan bagi perkembangan tingkah laku anak selanjutnya.

METODE

Secara umum penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Rancangan penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausalitas. Digolongkan asosiatif karena penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel yang diteliti. Dikategorikan kausalitas, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel yang diamati mempunyai hubungan sebab akibat tertentu yang diduga secara teoretis. Penelitian ini dilakukan dengan cara menjelaskan gejala yang timbul oleh suatu objek penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 4, yaitu Pendidikan Ekonomi Keluarga (X), Perilaku Konsumsi (Y). Sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Teknik pengambilan sampel adalah *proportional random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dan tes.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan mayoritas mahasiswa FE UM memiliki perilaku konsumsi yang termasuk dalam kategori rasional yaitu sebanyak 41%, namun masih terdapat perilaku konsumsi yang cukup rasional sebanyak 54% di mana ini dapat mengindikasikan perilaku yang tidak rasional dan ke arah perilaku yang konsumtif. Namun demikian, hasil lain sebanyak 4% memiliki perilaku konsumsi yang sangat rasional.

Penjelasan lain tentang tingkat pendidikan ekonomi keluarga mahasiswa FE UM cenderung baik yaitu sebanyak 67% dan cukup baik sebesar 25%. Hanya sebagian kecil yang memperoleh pendidikan ekonomi di keluarga yang sangat kurang yaitu sebesar 8%.

Pendidikan di dalam keluarga menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional adalah termasuk jalur informal. Kegiatan pendidikan informal yang dilakukan keluarga dan lingkungan berbentuk kegiatan belajar secara mandiri. Bentuk dari pendidikan ekonomi keluarga meliputi pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan pada setiap aktivitas ekonomi. Pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga lebih bersifat pembiasaan, maka prosesnya lebih banyak menuntut keteladanan dan pengalaman nyata dalam kehidupan sehari-hari (Wahyono, 2001). Dengan pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan akan membentuk pola sikap dan pola tindak sebagai wujud dari perilaku dalam hal berkonsumsi (Siswoyo, 2005).

Pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa pendidikan ekonomi keluarga yang mampu diserap mahasiswa tergolong dalam

kategori baik sebanyak 93%. Dari ketiga indikator di atas, variabel pembiasaan menyumbangkan *average* tertinggi. Dengan pendidikan ekonomi keluarga yang bersifat informal tersebut tentu berpengaruh terhadap pola pikir ekonominya. Sebagai contoh pemberian uang saku yang tidak berlebih akan membuat anak lebih selektif dalam menggunakan uangnya. Pembiasaan membeli barang yang sesuai kebutuhan kepada anak akan mewujudkan pola pikir yang baik. dengan pola pikir yang baik akan berpengaruh terhadap pola tindak dalam berkonsumsi.

Selain itu peran dan fungsi keluarga erat kaitannya dengan sosialisasi anak sebagai konsumen. Sosialisasi yang diberikan kepada anak sebagai konsumen diartikan sebagai proses di mana seorang anak memperoleh pengetahuan, ketrampilan dan sikap yang relevan dengan fungsinya sebagai konsumen di pasar. Proses sosialisasi tersebut juga diartikan sebagai proses bagaimana seorang anak memperoleh pengetahuan tentang barang dan jasa serta pengetahuan konsumsi, pencarian informasi dan ketrampilan untuk menawar barang dan jasa (Schiffman & Kanuk, 2008).

Di sisi lain perilaku konsumsi diindikasikan dari pola pemenuhan kebutuhan, strategi dalam berkonsumsi dan motif perilaku konsumsi. Berdasarkan analisis, perilaku konsumsi yang dimiliki mahasiswa Ekonomi Pembangunan FE UM tergolong dalam kategori rasional dari keseluruhan. Dari ketiga indikator di atas, indikator pola pemenuhan kebutuhan memperoleh nilai tertinggi. Dengan demikian, pola sikap yang positif ini akan berlanjut pada pola tindak yang positif pula.

Dengan penanaman nilai-nilai dalam keluarga yang baik maka akan terbentuk perilaku konsumsi yang rasional pula. Berdasarkan uraian di atas maka telah terbukti secara signifikan pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumsinya. Dengan demikian untuk meningkatkan perilaku konsumsi mahasiswa dapat dilakukan dengan meningkatkan pendidikan ekonomi keluarga dengan memperhatikan variabel pembiasaan karena variabel tersebut memberikan sumbangan yang tertinggi.

SIMPULAN

Bertolak dari temuan dan pembahasan, hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi. Peran dan fungsi keluarga erat kaitannya dengan sosialisasi anak sebagai konsumen. Sosialisasi yang diberikan kepada anak sebagai konsumen diartikan sebagai proses di mana seorang anak memperoleh pengetahuan, ketrampilan dan sikap yang relevan dengan fungsinya sebagai konsumen di pasar. Proses sosialisasi tersebut juga diartikan sebagai proses bagaimana seorang anak memperoleh pengetahuan tentang barang dan jasa serta pengetahuan konsumsi, pencarian informasi dan ketrampilan untuk menawar barang dan jasa. Dengan penanaman nilai-nilai dalam keluarga yang baik maka akan terbentuk perilaku konsumsi yang rasional pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J.F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku konsumen (jilid 1) (terj. F.X. Budiyanto)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran edisi millennium*. Alih bahasa hendra Teguh dkk.2002. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Santrock, J.W. 2007. *Remaja, edisi kesebelas*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Schiffman, L & Kanuk L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks
- Setiadi, J.N. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Siswoyo, 2005. *Ideologi Perkoperasian Indonesia*. Seminar Regional jawa timur di Unmer Malang.
- Siswoyo, B.B. 2005. *Perilaku Organisa- sional Anggota Koperasi dan Pengaruh nya terhadap Partisipasi Anggota serta manfaat yang diperoleh Anggota Koperasi*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: PPS Universitas Brawijaya Malang
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen; implikasi pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: graha ilmu
- Wahyono, H. 2001. *Pengaruh Perilaku Ekonomi Kepala Keluarga Terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: PPS UM.
- Walstad, W. 1998. *Why it's Important to Understand Economics*. Journal, (online)<http://www.minneapolisfed.org/> diakses 17 Pebruari 2015