

**PENGARUH PENDAPATAN DAN KONSUMSI TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN DI KABUPATEN LABUHANBATU**

Elvina

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Labuhanbatu, Sumatera Utara – Indonesia

E-mail : Elvinahrp18@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Labuhanbatu dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan konsumsi terhadap perilaku konsumen di Kabupaten Labuhanbatu. Data yang digunakan adalah data perimer yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada 98 orang responden. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana, koefisien determinansi (R^2) dan uji t. Penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur, wawancara mendalam dan observasi terhadap konsumen labuhanbatu yang digunakan. Subyek dalam penelitian ini adalah masyarakat labuhanbatu yang dipilih secara purpose sampling.

Kata Kunci: Pendapatan, Konsumsi, Perilaku Konsumen

PENDAHULUAN

Konsumsi sangat berpengaruh terhadap stabilitas perekonomian. Semakin tinggi tingkat konsumsi, semakin tinggi pula perubahan kegiatan ekonomi. Kebutuhan hidup manusia selalu berkembang sejalan dengan tuntutan zaman, tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup saja, akan tetapi juga menyangkut kebutuhan lainnya seperti kebutuhan pakaian, rumah, pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya. Konsumsi merupakan salah satu kegiatan ekonomi untuk memenuhi berbagai kebutuhan barang dan jasa. Kebutuhan pokok atau kebutuhan dasar merupakan kebutuhan yang sangat penting guna kelangsungan hidup manusia, baik yang terdiri dari kebutuhan atau konsumsi suatu individu maupun keperluan pelayanan sosial tertentu.

Dalam kehidupan sehari - hari manusia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya secara terus menerus, karena memang pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan dan tidak akan pernah puas. Kebutuhan manusia dapat terpenuhi salah satunya melalui kegiatan konsumsi, dimana konsumen akan mengalokasikan kekayaannya untuk

pemenuhan kebutuhan. Konsumen mengkonsumsi kebutuhan tersebut juga didasari factor - faktor pendukung, yang mencakup pendapatan yang tinggi dan kebiasaannya atau gaya hidup setiap konsumen.

Kegiatan konsumsi memainkan peranan sentral dalam performa ekonomi suatu Negara. Suatu kegiatan konsumsi yang relatif tinggi terhadap pendapatan mengidentifikasi bahwa investasi yang rendah dan pertumbuhan yang lambat dan penghematan yang tinggi menuntun pada investasi tinggi dan pertumbuhan cepat.

Tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau masyarakat. Adapun pengertian kemakmuran disini adalah semakin tinggi tingkat konsumsi seseorang maka semakin makmur, sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi seseorang maka semakin miskin

Interaksi antara pengeluaran dan pendapatan memainkan peran yang sangat berbeda selama ekspansi dan kontraksi siklus bisnis. Ketika kondisi-kondisi ekonomi memberikan kenaikan terhadap konsumsi dan investasi yang berkembang dengan cepat, maka hal ini akan meningkatkan total pengeluaran atau permintaan agregat, menaikkan output dan lapangan kerja dalam jangka pendek. Ledakan ekonomi Amerika Serikat pada akhir tahun 1990-an terutama disulut oleh pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam pengeluaran konsumen. Dan ketika konsumsi jatuh karena pajak yang lebih tinggi atau hilangnya kepercayaan konsumen seperti yang terjadi di jepang pada tahun 1990-an, ini cenderung mengurangi total pengeluaran dan menyebabkan resesi.

Oleh karena itu sesuatu hal yang sangat penting untuk mempelajari perilaku konsumen untuk memahami baik siklus bisnis jangka-pendek maupun pertumbuhan ekonomi jangka-panjang. Dalam jangka pendek, konsumsi merupakan komponen utama dari keseluruhan pembelanjaan. Ketika konsumsi berubah secara tajam, perubahan itu mungkin mempengaruhi output dan lapangan kerja melalui dampaknya terhadap keseluruhan permintaan.

Selain itu perilaku konsumsi penting karena apa yang tidak dikonsumsi tersedia untuk negara untuk investasi dalam barang-barang kapital baru; kapital berfungsi sebagai penggerak di belakang pertumbuhan ekonomi jangka-panjang dan oleh karena itu, studi perilaku

konsumsi merupakan kunci untuk memahami sebagian faktor pertumbuhan ekonomi dan siklus bisnis.

Pengertian pendapatan

Pendapatan merupakan unsur sangat penting dalam laporan keuangan, karena dalam melakukan suatu aktivitas usaha, manajemen perusahaan tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode akuntansi yang di akui sesuai dengan prinsip-prinsip yang berlaku umum.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2007) Pendapatan adalah arus masuk bruto manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama periode yang mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak termasuk dari kontribusi penanaman modal. Pendapatan hanya terdiri dari arus masuk bruto manfaat ekonomi yang diterima oleh perusahaan untuk dirinya sendiri. Jumlah yang ditagih untuk dan atau atas nama pihak ketiga bukan merupakan pendapatan karena tidak menghasilkan manfaat ekonomi bagi perusahaan dan tidak mengakibatkan kenaikan ekuitas.

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama sesuai periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal Sedangkan menurut Munandar (2006) mengatakan pendapatan adalah suatu pertambahan asset atas yang mengakibatkan bertambahnya owners equity, tetapi bukan karena pertambahan modal baru dari pemiliknya dan bukan pula merupakan pertambahan asset yang dikarenakan bertambahnya liabilities.

b. Konsep Pendapatan

Menurut Standart Akuntansi Keuangan (SAK) PSAK no. 25 yang perlu dipertegas dalam pendekatan arus keluar adalah bahwa pendapatan tersebut diperoleh dari penyerahan atau produksi barang, penyerahan jasa atau kegiatan utama lainnya perusahaan dimana didalamnya tersirat bahwa produk tersebut harus meninggalkan perusahaan.

Konsep dasar pendapatan adalah bahwa pendapatan merupakan proses arus, yaitu penciptaan barang atau jasa oleh perusahaan selama jarak waktu tertentu.

c. Pengukuran Pendapatan

Ada dua hal yang perlu diperhatikan pada saat suatu pendapatan diakui, yaitu pengukuran pendapatan dengan satuan atau ukuran moneter dan penetapan waktu bahwa pendapatan tersebut dapat dilaporkan sebagai pendapatan.

Ikatan Akuntan Indonesia (2002) memberikan ketentuan mengenai pengukuran pendapatan yang dinyatakan dalam Standar Akuntansi Keuangan yang isinya sebagai berikut:

“Pendapatan harus diukur dengan nilai wajar imbalan yang dapat diterima, jumlah pendapatan yang imbul dari suatu transaksi biasanya ditentukan oleh persetujuan antara perusahaan pembeli atau pemakai perusahaan tersebut. Jumlah tersebut, dapat diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau yang dapat diterima perusahaan dikurangi jumlah diskon dagang dan rabat volume yang diperbolehkan perusahaan”.

Pengertian Konsumsi

Konsumsi adalah pembelanjaan atas barang-barang dan jasa-jasa yang dilakukan oleh rumah tangga dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut. Pembelanjaan masyarakat atas makanan, pakaian dan barang-barang kebutuhan mereka yang lain digolongkan pembelanjaan atau konsumsi. Barang-barang yang diproduksi untuk digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dinamakan barang konsumsi (Dumairy, 2004).

Konsumsi secara umum diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Untuk dapat mengkonsumsi, seseorang harus mempunyai pendapatan. Besar kecilnya pendapatan sangat menentukan tingkat konsumsinya.

Pengertian Perilaku Konsumen

Konsumsi adalah pengeluaran oleh rumah tangga atas barang dan jasa. Elemen-elemen pokok dari konsumsi di antara yang paling penting adalah perumahan, kendaraan bermotor, makanan, dan perawatan medis. Ilmu statistik menunjukkan bahwa ada keteraturan

yang dapat diramalkan dalam cara orang-orang mengalokasikan pengeluaran mereka antara makanan, pakaian dan hal-hal pokok lainnya.

Sejumlah pertanyaan muncul saat kita berbicara tentang kegiatan konsumen untuk membeli, kita tidak tahu mengapa orang-orang membeli suatu produk baru, keinginan apa yang mereka penuhi dan penjelasan-penjelasan yang mungkin ada secara psikologis dan sosiologi mengenai mengapa konsumen membeli satu produk dan bukan produk lainnya. Hal inilah yang membuat kita perlu untuk mengetahui dan mempelajari segala hal tentang perilaku konsumen dalam kegiatan konsumsi. Teori tingkah laku konsumen menerangkan tentang perilaku konsumen di pasaran, yaitu menerangkan sikap konsumen dalam membeli dan memilih barang yang akan dibelinya. Teori ini dikembangkan dalam dua bentuk: teori utility dan analisis kepuasan sama.

Perilaku konsumen timbul karena adanya kendala dalam keterbatasan pendapatan di satu sisi dan di sisi lain adanya keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa sebanyak-banyaknya. Pada intinya yang akan dijelaskan dalam teori perilaku konsumen adalah bagaimana fungsi permintaan konsumen itu berbentuk dan lebih jelasnya kapan kepuasan konsumen itu tercapai. Teori perilaku konsumen pada dasarnya menjelaskan bagaimana konsumen itu mendayagunakan sumber daya yang ada (uang) dalam rangka memuaskan kebutuhan/keinginan dari satu atau lebih produk. Penilaian kepuasan umumnya bersifat subjektif baik bagi pemakai langsung maupun bagi penilai.

Jadi, Perilaku konsumen adalah studi dari proses keputusan mengapa konsumen dapat membeli dan mengkonsumsi produk-produk (RW.Griffin & RJ. Ebert, 2003:366).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh pendapatan dan konsumsi terhadap perilaku konsumen di Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu. Pendekatan yang digunakan dalam Penelitian ini adalah kuantitatif yang bertujuan untuk menguji teori. Sebelum melakukan pengujian hipotesis - hipotesis dalam penelitian ini, terlebih dahulu diperlukan data – data yang relevan. Tujuan menggunakan pendekatan kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis - hipotesis yang diajukan dalam penelitian berupa angka - angka dan analisis menggunakan statistik. Berdasarkan tingkat kealamiahannya tempat penelitian, metode yang digunakan adalah

metode survey yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2012:6-7).

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2012:224). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) dan dokumentasi.

HASIL

1. Uji normalitas

Tabel 1
Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		309
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	000-6
	Std. Deviation	2,54178145
	Absolute	,034
Most Extreme Differences	Positive	,019
	Negative	-,034
Kolmogorov-Smirnov Z		,587
Asymp. Sig. (2-tailed)		,912

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel di atas terlihat semua variable residual memiliki nilai signifikansi sebesar 0,912 yaitu lebih besar dari alpha ($0,912 > 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data hasil penelitian sudah berdistribui normal sehingga analisis regresi dapat dilaksanakan

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji adanya hubungan linear yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel bebas.

Tabel 2.
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pendapatan	,767	1,894
Konsumsi	,767	1,894

a. Dependent Variable: Perilaku konsumen

Dari tabel uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai tolerance pendapatan yaitu $0,767 > 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas, konsumsi yaitu $0,767 > 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai VIF dari pendapatan yaitu $1,894 < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas, nilai VIF konsumsi yaitu $1,894 < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 3
Hasil Uji Heterokedastisitas

No	Variabel	Sig	Alpa	Keterangan
1	Pendapatan	0,544	0,05	Tidak heteroskedastisitas
2	Konsumsi	0,561	0,05	Tidak heteroskedastisitas

Sumber: data diolah,

Dari Tabel 3 terlihat bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikan dari semua variabel bebas lebih besar dari alpha (0,05). Dengan demikian analisis regresi dapat dilakukan karena tidak terjadi heteroskedastisitas

4. Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (pendapatan dan konsumsi) terhadap variabel terikat (perilaku konsumen). Hasil analisis regresi sebagai berikut:

Tabel 4.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,443	1,112		3,637	,000
	Pendapatan	,045	,261	,055	4,851	,000
	Konsumsi	,065	,268	,432	4,407	,000

a. Dependent Variable: Perilaku konsumen

Hasil pengolahan komputer dapat diketahui persamaan koefisien regresi linier berganda yang diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 4,443 + 0,45 X_1 + 0,65X_2$$

5. Koefisien Determinasi (R²)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan persentase. Hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675 ^a	,632	,532	1,187

a. Predictors: (Constant), Konsumsi, Pendapatan

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan yang dihasilkan pada tabel 5 diatas menunjukkan nilai $R^2 = 0,675$. Hal ini berarti menunjukkan bahwa sebesar 67,50% Perilaku konsumen dipengaruhi oleh pendapatan dan konsumsi sedangkan sisanya sebesar 32,50% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendapatan dan konsumsi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen

Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengembangkan model analisis yang mempengaruhi perilaku konsumen. Jumlah populasi diperluas lagi supaya dapat mewakili gambaran perilaku konsumen. Masyarakat lebih memperhatikan perilaku konsumen agar tidak terlalu konsumtif akibat peningkatan pendapatan dan lebih bijak lagi dalam melakukan tingkat konsumsi yang berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Boediono. (2003). *Ekonomi Makro*. Yogyakarta: BPFE-UGM
- Danil, Mahyu. Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi PS Kantor Kabupaten Bireuen. *Jurnal Ekonomi Universitas Almuslim Bireuen-Aceh* Vol. IV, No.7, 2013
- Dumairy.1996. *Perekonomian Indonesia*.Jakarta:Erlangga
- Muttaqin, Hakim. (2014). Analisis Pengaruh Pendapatan Kepala Keluarga Terhadap Konsumsi Rumah Tangga di Kecamatan Bandar Sakti. *Jurnal*, Universitas Almuslim, Lhokseumawe.
- Murni, Asfia. (2006). *Ekonomika Makro*.Bandung: PT. Refika aditama
- Nanga, Muana. (2001). *Makro Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Prasetyo, P.Eko. (2001). *Fundamental Makro Ekonomi*. Yogyakarta: Beta offset
- Putong, Adjaswati. (2008). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Mitra wacana media
- Samuelson, Nordhus. (2004). *Ilmu Makroekonomi*, Edisi 17. Jakarta: PT. Media global edukasi
- Sarwono, Jonathan. (2011). *Mixed Methods. Cara Menggabung Riset Kuantitatif Dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: Flex Media Komputindo.

Sudarman Ari, Algifari. (2006). *Ekonomi Mikro- Makro*. Yogyakarta: BPFE.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Toing, Denova RL. (2015). Analisis Hubungan Antara Pendapatan dengan Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya), *Jurnal Ilmiah*. Malang. Universitas Brawijaya.