

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia pada umumnya telah mengalami perubahan yang begitu cepat menghadapi terpaan modernitas dan globalisasi yang menuntut manusia untuk bisa mengikuti perkembangan zaman. Saat ini globalisasi terjadi hampir diseluruh aspek kehidupan termasuk bidang sosial ekonomi yang dapat dikatakan telah meningkatkan taraf kehidupan masyarakat. Sehingga kegiatan konsumsi tidak pernah bisa lepas dari kehidupan manusia. Karena kebutuhan manusia tidak terbatas dan manusia selalu saja merasa kurang atau selalu merasa tidak puas akan sesuatu. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka kebutuhan lain akan muncul. Konsumtif merupakan keinginan untuk memiliki barang yang akan dikonsumsi biasanya barang yang kurang diperlukan dan bukan kebutuhan pokok.

Lubis, (dalam Adiputra dan Moningga, 2012:78) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena ada keinginan yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional dan pembelian tidak lagi didasarkan pada factor kebutuhan (*need*) atau tetapi sudah ada factor keinginan (*went*). Sukari (2013:127) mengemukakan perilaku konsumtif yang menyatakan bahwa: konsumtif berkeinginan untuk memiliki

atau mengonsumsi barang secara berlebihan dan barang yang dikonsumsi kurang dibutuhkan dan bukan menjadi kebutuhan pokok.

Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu kebiasaan dalam melakukan konsumsi tanpa batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Pola perilaku ini mengarah pada pemenuhan kebutuhan yang berlebihan tanpa adanya perencanaan. Hal ini dikarenakan seseorang dalam mengonsumsi barang lebih dikuasai oleh keinginan daripada kebutuhan. Dalam memenuhi barang atau jasa tidak didasarkan lagi pada skala prioritas namun didasarkan pada keinginan dan hasrat sehingga terjadilah pemborosan.

Mahasiswa memiliki hal yang sama dengan masyarakat atau rumah tangga, yang juga melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari termasuk konsumsi. Kalangan mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, trend, dan mode yang sedang berlaku. Bagi mahasiswa sendiri, mode, penampilan, dan kecantikan merupakan hal penting yang dibutuhkan untuk mendapatkan perhatian khusus. Perilaku konsumtif mahasiswa terjadi karena mahasiswa mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kegunaannya atau kebutuhannya.

Untuk mengetahui bagaimana tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2019 Universitas Negeri Medan, peneliti

melaksanakan observasi awal dengan menyebarkan angket awal kepada 20 orang yang diambil secara acak yang dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1. 1
Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi 2019

No	Pertanyaan	S	TS
1	Saya membeli produk baru karena iming-iming diskon	55 %	45 %
2	Ketika melihat produk terbaru, saya segera membelinya, walaupun saya sudah memilikinya	60 %	40 %
3	Saya suka membeli barang-barang yang saya pikir sebenarnya kurang berguna	65 %	35 %
4	Saya membeli barang atau jasa untuk menjaga penampilan diri dan gengsi	85 %	15 %
Rata-Rata		66,25 %	33,75 %

Sumber: hasil observasi awal

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 66,25 % mahasiswa yang berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dipicu beberapa faktor yaitu : Saya membeli produk baru karena iming-iming diskon, Ketika melihat produk terbaru, saya segera membelinya, walaupun saya sudah memilikinya, Saya suka membeli barang-barang yang saya pikir sebenarnya kurang berguna, Saya membeli barang atau jasa untuk menjaga penampilan diri dan gengsi. Hal itu membuktikan bahwa cukup besar perilaku konsumtif di Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2019.

Menurut Kotler (1997 : 52) Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu 1. Faktor budaya seperti peran budaya, sub budaya, kelas sosial pembeli.

2. Faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Dan 3. Faktor pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Perilaku konsumtif mahasiswa yang meningkat juga dapat di pengaruhi oleh lingkaran pertemanan melalui media sosial. Setiap saat mahasiswa selalu melihat informasi atau *newsfeed* pada media sosial mereka mengenai trend saat ini, baik itu *fashion, kuliner, gaded*. Tak jarang media sosial dijadikan ajang pamer bagi sebagian mahasiswa. Ini sesuai dengan Puntoadi (2011) yang mengatakan bahwa media sosial merupakan salah satu tempat membangun citra diri seseorang di depan orang lain. Berdasarkan faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif dari ahli diatas, peneliti mengambil dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif untuk variabel penelitian yaitu penggunaan media sosial instagram dan kondisi ekonomi orang tua.

Media sosial merupakan alat komunikasi sederhana bagi orang untuk tetap berhubungan dengan teman dan kerabat (Pradeep & Nair 2018). Media sosial juga menyediakan ruang virtual bagi orang untuk berkomunikasi melalui internet, yang juga mungkin menjadi agen pendtng sosialisasi konsumen (Khatib, 2016).

Penggunaan media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial, dimana memudahkan para pengguna untuk berkomunikasi, berbagi, dan banyak kegiatan lainnya. Media sosial yang sering digunakan saat ini adalah Instagram, Facebook, Yootube, Twitter dan lain sebagainya. Media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang trend dikalangan masyarakat terutama di

kalangan para mahasiswa, dimana media sosial instagram menjadi tempat berbelanja online sehingga mengakibatkan mahasiswa berperilaku konsumtif. Penyebab mahasiswa berperilaku konsumtif didukung dengan kemajuan teknologi yang memudahkan mahasiswa untuk berbelanja secara online melalui media sosial, banyaknya pusat perbelanjaan dan adanya perubahan lingkungan.

Untuk mengetahui pemahaman mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2019 mengenai penggunaan media sosial instagram peneliti telah melaksanakan observasi awal dengan menyebarkan angket awal kepada 20 orang yang diambil secara acak, dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1. 2

Penggunaan Media Sosial Instagram Prodi Pendidikan Ekonomi 2019

No	Pernyataan	S	TS
1	Saya merasa jenuh jika dalam sehari tidak membuka media sosial instagram	65 %	35 %
2	Kemudahan akses instagram dapat membuat saya menjadi lebih sering berbelanja online	55%	45 %
3	Berbelanja di media sosial instagram membuat saya semakin percaya diri.	60 %	40 %
4	Saya tertarik berbelanja online di media sosial instagram karena saya melihat banyak produk yang trend dan menarik.	55 %	45 %
Rata-Rata		58,75 %	41,25 %

Sumber: hasil observasi awal

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 58,75 % dimana presentasi tertinggi pada kategori setuju, hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pendidikan ekonomi masih tinggi. Perilaku konsumtif di picu karena beberapa faktor yaitu: Saya merasa jenuh jika dalam sehari tidak membuka media sosial, Kemudahan akses instagram dapat membuat saya menjadi lebih sering berbelanja online, Berbelanja di media sosial instagram membuat saya semakin percaya diri, Saya tertarik berbelanja online di media sosial instagram karena saya melihat banyak produk yang trend dan menarik.

Menurut teori *Use and Effect*, penyebab orang menggunakan media adalah adanya kebutuhan. Karena didalam media banyak sekali informasi termasuk informasi tentang berbagai macam produk. Dengan kata lain, orang yang mempunyai kebutuhan sesuatu produk, terdorong untuk menggunakan media sosial karena dapat memperoleh berbagai informasi tentang produk. Frekuensi, durasi, kemudahan akses internet menjadi faktor yang dapat menyebabkan orang berperilaku konsumtif karena tergiur informasi atau iklan di media sosial. Menurut Ardianto (2004:125), tingkatan penggunaan media bisa dilihat dari frekuensi serta durasi dari penggunaan media. Sejalan dengan hal tersebut menurut Cristiany dalam Hidayatun (2015:36) durasi penggunaan media dapat dikatakan tinggi jika ≥ 3 jam/hari dan frekuensi penggunaan media dapat dikatakan tinggi jika ≥ 4 kali/hari. Hal itu membuktikan bahwa penggunaan media sosial instagram berpengaruh dengan perilaku konsumtif.

Dalam hal ini selain Media Sosial Instagram faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kondisi ekonomi orang tua. Kondisi ekonomi orang tua merupakan kedudukan atau suatu posisi seorang masyarakat. Kondisi ekonomi merupakan gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari sosial ekonomi, seperti tingkat pendidikan, pendapatan, pekerjaan, jumlah tanggungan, jenis tempat tinggal, dan sebagainya. Orang tua memegang peranan penting dalam perkembangan anak. Tinggi rendahnya pendapatan orang tua tentu akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif anak.

Anak yang berasal dari keluarga dengan keadaan ekonomi yang rendah biasanya memiliki perilaku konsumtif yang rendah dikarenakan tidak mempunya penghasilan orang tua, berbeda dengan keluarga yang keadaan ekonominya yang tergolong tinggi tentu akan memiliki perilaku yang konsumtif yang relatif tinggi dikarenakan mempunyai orang tua memenuhi kebutuhan tersebut.

Untuk mengetahui keadaan sosial ekonomi orang tua peneliti telah melaksanakan observasi awal terhadap Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2019 dengan memilih 20 orang yang diambil secara acak.

Tabel 1. 3
Kondisi Ekonomi Orang Tua Pendidikan Ekonomi 2019

No	Pertanyaan	S	TS
1	Pendidikan orang tua saya sampai ke jenjang sarjana (S1)	20 %	80 %
2	Penghasilan orang tua Saya mencapai 2jt-3jt	20 %	80 %
3	Orang tua saya memiliki penghasilan tambahan dan sampingan	20 %	80 %
4	Orang tua saya memenuhi kebutuhan saya setiap bulannya	55 %	45 %
Rata-Rata		28,75 %	71,25 %

Sumber: hasil observasi awal

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil observasi yang dilakukan pada 20 mahasiswa Fakultas Ekonomi stambuk 2019 menyatakan terdapat 71,25% mahasiswa yang berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dipicu oleh beberapa faktor antara lain: Pendidikan orang tua saya sampai ke jenjang sarjana (S1), penghasilan orang tua mencapai 2jt-3jt, orang tua memiliki penghasilan tambahan atau sampingan, dan orang tua mahasiswa memenuhi kebutuhannya setiap bulannya. Hal itu membuktikan bahwa kondisi sosial ekonomi orang tua dapat mempengaruhi perilaku kosumtif.

Iftita Hurbania (2021) melakukan penelitian tentang “ Pengaruh Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X SMAN 1 Tanjung Bumi. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan

totally sampling. Populasi dalam penelitian ini kelas X IPA I dan II, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 40 siswa. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui variabel media sosial instagram (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (perilaku konsumtif). Nilai T_{hitung} yaitu $3,117 > T_{tabel}$ 2,106 dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, ditunjukkan nilai T_{hitung} yaitu $1,907 < T_{tabel}$ yaitu 2,106 dengan nilai signifikansi $0,065 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, ditunjukkan nilai T_{hitung} $1,142 < T_{tabel}$ 2,106 dengan nilai signifikansi $0,261 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, ditunjukkan nilai T_{hitung} $1,702 < T_{tabel}$ 2,106 dengan nilai signifikansi $0,098 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan berdasarkan hasil uji F_{hitung} $8,338 > F_{tabel}$ 2,64, maka menunjukkan media sosial instagram (X_1), teman sebaya (X_2), status sosial ekonomi orang tua (X_3), gaya hidup (X_4) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, bahwa ada pengaruh penggunaan media sosial instagram dan kondisi ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Kondisi Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi identifikasi masalah pada penelitian diatas adalah:

1. Perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan stambuk 2019 yang masih tinggi.
2. Kondisi ekonomi orang tua yang masih di bawah rata-rata, Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2019.
3. Media sosial instagram digunakan untuk berbelanja barang yang bukan hanya kebutuhan melainkan keinginan mahasiswa, Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan stambuk 2019.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk membatasi pembahasan yang lebih luas, maka penulis membuat pembatasan masalah dalam penelitian ii.pembatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penggunaan Media sosial Instagram yang diteliti adalah Penggunaan media sosial instagram Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2019 Universitas Negeri Medan

- b. Kondisi Ekonomi orang tua yang diteliti adalah kondisi ekonomi orang tua Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2019 Universitas Negeri Medan
- c. Perilaku Konsumtif yang diteliti adalah perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2019 Universitas Negeri Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh penggunaan media social Instagram terhadap perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2019 Universitas Negeri Medan?
2. Apakah ada pengaruh kondisi ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2019 Universitas Negeri Medan?
3. Apakah ada pengaruh penggunaan media social Instagram dan kondisi ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2019 Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media social Instagram terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2019 Universitas Negeri Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh kondisi ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2019 Universitas Negeri Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media social Instagram dan kondisi ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2019 Universitas Negeri Medan

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam kemajuan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Pendidikan. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi terkait dengan Penggunaan Media Sosial Instagram, Kondisi Ekonomi Orang Tua dan Perilaku Konsumtif.

2. Secara Praktis

- a. Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif.

b. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai sarana untuk berlatih dalam pembangunan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berpikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi kaitannya dengan ekonomi.