

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Terpenuhinya kebutuhan hidup merupakan naluri setiap manusia. Semakin besar dan dewasanya seseorang, kebutuhan dan keinginannya akan terus meningkat. Dalam memenuhi kebutuhannya manusia dihadapkan pada masalah ekonomi dengan adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia yang tidak terbatas dengan alat pemuas kebutuhan yang jumlahnya terbatas (Astuti et al., 2013).

Salah satu teori motivasi kebutuhan manusia adalah teori hirarki kebutuhan yang diciptakan oleh Abraham Maslow. Di dalamnya mengatakan bahwa manusia memiliki lima tingkat kebutuhan yaitu kebutuhan paling bawah sampai paling atas. Lima kebutuhan tersebut adalah sebagai berikut: Kebutuhan fisiologis (*Physiological needs*), kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*), kebutuhan sosial (*Social needs*), kebutuhan akan harga diri (*Esteem needs*), dan kebutuhan akan aktualisasi diri (*Self actualization*)(Sada, 2017).

*Physiological needs* atau kebutuhan bersifat fisiologis yang merupakan kebutuhan paling mendasar dan paling mendominasi kebutuhan manusia. kebutuhan ini lebih bersifat biologis seperti oksigen, makanan, air dan sebagainya (Subaidi, 2019). Untuk memenuhi kebutuhan fisiologisnya manusia memerlukan kegiatan konsumsi. Konsumsi adalah upaya manusia dalam memenuhi kebutuhannya baik itu kebutuhan secara fisik ataupun kebutuhan yang non fisik (Sukma & Canggih, 2021).

Pergeseran makna dalam mengkonsumsi suatu barang bukan lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia, namun sebagai alat pemuas keinginan. Perilaku ini dilakukan hanya untuk memuaskan keinginan yaitu meningkatkan kualitas gaya hidup. Sehingga, sebagian besar manusia membeli barang yang diinginkan karena terpengaruh oleh lingkungan sekitar yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan (Desty R, 2017).

Agama Islam melarang hal yang berlebih-lebihan (Sukma & Canggih,

2021). Hal ini terdapat dalam firman Allah SWT Q.S Al-A'raf Ayat 3.

﴿ تَتَّبِعُوا مَا نَزَّلَ إِلَيْكُمْ مِنْ رَبِّكُمْ وَلَا تَتَّبِعُوا مِنْ دُونِهِ أَوْلِيَاءَ قَلِيلًا مَّا تَذَكَّرُونَ ﴾

*“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Q.S Al-A'raf : 31).*

Ayat ini menjelaskan tentang bagaimana tata cara pola dan perilaku konsumsi dalam Islam yang baik. Ayat tersebut memberikan penjelasan kepada manusia agar mengkonsumsi yang sewajarnya saja dan melarang kita untuk tidak berlebih-lebihan.

Islam pula mengajarkan muslim agar jangan terlalu kikir, dan jangan pula terlalu pemurah. Seorang konsumen muslim dapat dibidang rasional jika ia membelanjakan tidak hanya untuk barang-barang yang bersifat duniawi semata, melainkan untuk kepentingan jalan Allah (Achiria, n.d., 2018). Hal ini sesuai dalam Q.S Al-israa : 26 dan Al-Furqan : 67.

﴿ تَبَذِّرَ تَبَذَّرًا وَلَا أَلْسَبِيلِ وَأَبْنِ وَالْمَسْكِينِ حَقَّهُ الْقُرْبَىٰ ذَا وَءَاتِ ﴾

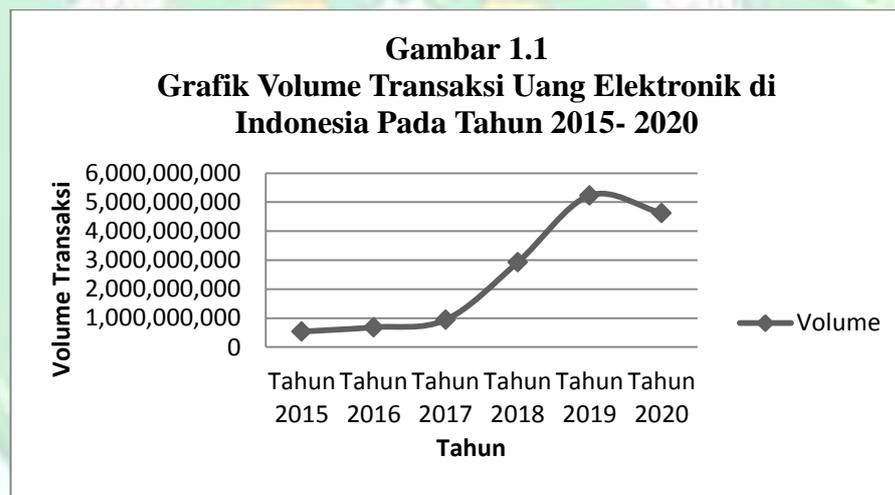
*“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” (Q.S Al-israa: 26)*

﴿ قَوْمًا ذَلِكَ بَيْنَ وَكَانَ يَقْتُرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذَا وَالَّذِينَ ﴾

*“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (Q.S Al-Furqan: 67)*

Di era digital saat ini, masyarakat dapat dengan mudah bertransaksi secara non-tunai, dan kemudian muncul istilah *cashless society* (masyarakat tanpa uang tunai). Hadirnya uang elektronik dapat mendorong laju perekonomian Indonesia kearah yang lebih baik lagi. Pemakaian *e-money* mempunyai potensi dimana akan selalu ada peningkatan selaras dengan perkembangan teknologi saat ini, terlebih masyarakat disajikan penawaran-penawaran yang menarik dengan *cashback*, *discount* dan promosi menarik lainnya yang akhirnya menjadikan masyarakat tergiur dan terus melakukan pemakaian *e-money* (Delin, 2018).

Hal ini mempengaruhi pola dan perilaku konsumsi generasi milenial dalam bertransaksi. Menurut data statistik (Bank Indonesia, 2021) yang telah disajikan dalam Gambar 1.1 menunjukkan volume transaksi uang elektronik pada tahun 2015– 2020.



*Sumber : Bank Indonesia, 2021 (Data Diolah)*

Meskipun *e-money* telah lama hadir namun perkembangan yang sangat pesat terjadi pada 4 tahun terakhir ini yaitu tahun 2017, 2018, 2019, dan 2020 dilihat dari Gambar 1.1 Volume transaksi uang elektronik mengalami kenaikan yang sangat pesat yaitu pada tahun 2017 dan mengalami kenaikan pada tahun 2018 dan terus mengalami kenaikan hingga tahun 2019 serta sedikit menurun di tahun 2020 karena adanya Covid-19 yang menyebabkan kepanikan dalam segala aktivitas. Hal ini tidak menutupi kemungkinan bahwa hadirnya uang elektronik dapat mendorong laju perekonomian Indonesia kearah yang lebih

baik lagi. Pemakaian *e-money* mempunyai potensi dimana akan selalu ada peningkatan selaras dengan perkembangan teknologi saat ini, hal ini memicu adanya perilaku konsumtif dalam segi pengeluaran mahasiswa.

Gaya hidup merupakan faktor yang turut serta dalam memberikan pengaruh terhadap konsumsi, yang mana gaya hidup sendiri ialah hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dalam menghadapi gaya hidup yang *cashless society* pada saat ini dibutuhkan adanya upaya pengendalian diri agar tidak terjerumus dalam perilaku konsumsi yang hedonisme ataupun pembelian secara impulsive (Ramadhani, 2019).

Perilaku pengendalian diri merupakan cara seseorang dalam mengontrol atau mengendalikan perilaku. Seorang individu yang mempunyai tingkat pengendalian diri yang tinggi akan melakukan pertimbangan mengenai apakah keputusan perilaku konsumsi itu merupakan aktivitas membeli yang didasarkan atas kebutuhan atau hanya keinginan semata. Pengendalian diri yang baik bisa mencegah dari timbulnya perilaku konsumtif, hal ini dikarenakan dapat mengontrol perilaku kognitif dan keputusannya. Sehingga, seseorang tersebut dapat melakukan konsumsi dengan bijak dengan terpenuhi kebutuhannya dan tidak berperilaku konsumtif (Dikria & W., 2016).

Generasi muda dan gaya hidup *cashless society* memiliki hubungan erat dengan perkembangan ekonomi digital. Oleh karena itu, generasi muda sebagai generasi yang melek akan teknologi dan hidup didalam “*internet of things*” dianggap dapat lebih mudah menyesuaikan diri dengan digitalisasi. Tentu saja hal ini sesuai dengan karakteristik dari generasi Z yang salah satunya adalah mahasiswa yang menyukai segala sesuatu itu praktis dan bisa dikerjakan melalui ponsel atau kartu *e-money* mereka (Sukma & Canggih, 2021).

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat. Fenomena ini menarik untuk diteliti, mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan mahasiswa yang sebenarnya belum mempunyai kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya salah satunya adalah mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Mahasiswa memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk

industri, antara lain karena karakteristik yang masih cenderung labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar.

Berdasarkan uraian fenomena yang telah dipaparkan diatas, penelitian mengenai perilaku konsumsi pengguna *electronic money* menjadi menarik karena gaya hidup adalah faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan konsumsi, sedangkan perilaku pengendalian diri diharapkan dapat mengatasi perilaku konsumtif pada pengguna *electronic money*. Dari latar belakang di atas, peneliti sangat tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“STUDI KOMPARASI PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka disini penulis mengidentifikasi beberapa masalah pokok yang dibahas, sehingga muncul pertanyaan-pertanyaan penulis seperti berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pengeluaran terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon ?
2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon ?
3. Apakah terdapat pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
4. Apakah terdapat pengaruh pengeluaran, gaya hidup, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
5. Apakah terdapat perbedaan perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan, adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh pengeluaran terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Untuk mengidentifikasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Untuk mengidentifikasi pengaruh pengeluaran, gaya hidup, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
5. Untuk mengidentifikasi perbedaan perilaku konsumtif pada Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

#### **D. Batasan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang di uraikan diatas maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitian adalah Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Pengeluaran, gaya hidup, dan pengendalian diri dalam penelitian ini hanya dibatasi pada perilaku konsumtif Mahasiswa FSEI dan FITK IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dalam suatu penelitian atau pembahasan suatu masalah yang dilakukan tentunya diharapkan dapat memberi manfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang tertarik dan berkepentingan dengan masalah-masalah yang diteliti dan dibahas, diantaranya adalah :

##### **1. Kegunaan teoritis**

Diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

##### **2. Kegunaan praktis**

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- b. Bagi mahasiswa, ikut serta menambah khasanah keilmuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- c. Bagi lembaga, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan ataupun referensi dalam menciptakan karya-karya ilmiah bagi seluruh civitas akademika di IAIN Syekh Nurjati Cirebon maupun pihak-pihak lain yang membutuhkan.
- d. Bagi masyarakat, kajian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam penyusunan dan memahami terhadap penelitian ini penulis menguraikan sistematika penulisan menjadi beberapa bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, memuat uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah tujuan dan manfaat dari penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metodologi penelitian serta sistematika penelitian.

Bab II landasan teori, memuat tentang teori yang melandasi penelitian sebagai acuan dalam melakukan analisis terhadap permasalahan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III metode penelitian, memuat deskripsi tentang variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

Bab IV penelitian dan pembahasan, memuat uraian tentang gambaran umum tentang objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V penutup, memuat tentang uraian kesimpulan, saran dan keterbatasan dalam penelitian.