# BAB I
# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk hidup melakukan kegiatan konsumsi untuk bertahan hidup. Rosyidi mengartikan konsumsi sebagai suatu kegiatan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi *(the use of goods and services in the satisfaction of human want)* (Rosyidi, 2006). Berbagai macam barang dan jasa pada umumnya dikonsumsi oleh masyarakat sesuai dengan tujuan dan manfaatnya. Mulai dari barang pokok seperti makanan, baju, rumah, sampai dengan barang mewah seperti perhiasan dan mobil.

Indonesia sebagai bagian dari masyarakat dunia tentu tidak bisa lepas adanya globalisasi. Globalisasi berasal dari kata *globe* yang berarti "dunia". Secara harfiah, globalisasi dapat dikatakan sebagai proses mendunia. Sedangkan secara umum globalisasi diartikan sebagai suatu keadaan dimana ada keterikatan serta ketergantungan antar bangsa dan antar manusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer dan bentuk-bentuk interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi semakin sempit. Globalisasi meliputi segala aspek kehidupan baik dari segi politik, ekonomi, sosial budaya maupun keamanan.

Globalisasi yang terjadi pada bidang ekonomi disebut dengan globalisasi perekonomian. Dalam bidang ekonomi Indonesia turut dalam perjanjian dagang seperti APEC dan AFTA yang membuat perluasan pasar bagi negara produsen dan meningkatkan kemakmuran suatu negara. Perluasan pasar diartikan sebagai suatu proses kegiatan ekonomi, dimana negara-negara di seluruh dunia menjadi satu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi tanpa rintangan batas teritorial negara. Ketika globalisasi ekonomi terjadi, batas-batas suatu negara akan menjadi kabur dan keterkaitan antara ekonomi nasional dengan perekonomian internasional akan semakin erat. Globalisasi ekonomi di satu pihak akan membuka peluang pasar produk dari dalam negeri ke pasar luar negeri, dan sebaliknya juga membuka peluang masuknya

produk-produk global ke dalam pasar domestik. Globalisasi juga berdampak pada memudarnya kebudayaan lokal, karena semakin mudahnya akses teknologi dan informasi, salah satunya adalah media sosial. Dimana melalui media sosial kita dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai barang dan jasa dengan banyak pilihan tanpa perlu merasa kesulitan untuk memperolehnya, apabila hal tersebut tidak dikontrol maka bukan tidak mungkin pola konsumtif akan menjadi budaya pada sebagian besar masyarakat di Indonesia.

Bagi para pelaku bisnis dan importir, perilaku konsumtif ini seperti tambang emas yang tidak akan habis untuk digali. Hal ini menjadi lebih buruk ketika mewabah di negara-negara yang baru berkembang seperti di Indonesia. Dengan menjamurnya pusat perbelanjaan seperti *shopping mall*, industri mode, kawasan hunian mewah, kesukaan terhadap merk asing, makanan serba instan (fast food), telepon seluler dan lain sebagainya. Dengan demikian, masyarakat akan terkondisikan untuk terbiasa bergantung terhadap semua fasilitas yang ada saat ini.

Pada awalnya konsumsi hanya diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa-jasa yang secara langsung untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kemudian karena adanya globalisasi terjadi pergeseran perilaku konsumsi yang disebabkan karena adanya pengadopsian nilai-nilai baru yang bersifat positif maupun negatif, pola konsumsi sebagian besar masyarakat di Indonesia yang tidak lagi hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan, melainkan bertukar fungsi menjadi suatu kegiatan untuk mencari kepuasan, menyalurkan hobi, dan hanya sebagai alat pemuas kebutuhan.

Konsumsi yang melebihi kebutuhan atau konsumsi yang berlebihan disebut sebagai perilaku konsumtif. Lina dan Rasyid menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional. Menurut Afrizal, seorang sosiolog, gaya hidup konsumtif mendorong seseorang untuk menginginkan segala sesuatunya secara instan dan cepat. Perilaku konsumtif ini dikhawatirkan dapat membawa dampak bagi kehidupan seseorang, bukan hanya pada orang dewasa tetapi

juga pada remaja yang sejatinya masih dalam masa pertumbuhan dan proses pencarian jati diri. Mahasiswa termasuk dalam kelompok remaja dimana mereka belum mempunyai dasar atau prinsip yang kuat dalam berperilaku, bersikap, dan bertanggung jawab. Perilaku konsumtif ini didorong pula dengan semakin maraknya pengusaha yang menggunakan media sosial sebagai media pemasaran yang menawarkan kemudahan bertransaksi.

> "*A social media is an online platform which people use to build social networks or social relations with other people who share similiar personal or career interests, activities, background on real life connections*"(Akram W. , 2018).

Media sosial adalah platform online yang digunakan oleh orang untuk membangun jaringan atau hubungan dengan orang lain yang memiliki minat, aktivitas atau latar belakang yang sama di dalam kehidupan nyata.

> *"Social media is a innovative idea with a very brilliant opportunity with additional scope for advancements. With the advancement of social media many organizations are making use of this medium to better their practices. With the use of social networking we can advertise or communicate in a more efficient way. Likewise people don't have to rely on media or TV to get their daily dose of news it can all be obtained from a social networking site. People can track or get information from all over the world*" (Akram W. , 2018).

Media sosial adalah sebuah inovasi dengan ide dan peluang yang sangat luar biasa dengan ruang lingkup tambahan untuk kemajuan. Dengan kemajuan media sosial banyak organisasi yang menggunakan media ini untuk meningkatkan kinerja mereka. Dengan penggunaan jejaring sosial kita dapat beriklan atau berkomunikasi dengan cara yang lebih efisien. Demikian juga orang tidak perlu bergantung di media atau televisi (TV) untuk mendapatkan berita karena mereka dapat melacak dan mendapatkan informasi dari seluruh

dunia.

Salah satu media sosial yang saat ini banyak diminati adalah *Instagram*. Berikut ini merupakan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 :

**Gambar 1.1 Hasil Survei 2016 - Perilaku Pengguna Internet Indonesia**

Sumber*: https://www.apjii.or.id/*

Gambar di atas menunjukkan bahwa konsumen Indonesia justru lebih senang berbelanja melalui media sosial. Dari total 132,7 juta pengguna internet di Indonesia, sebanyak 62% atau 82,2 juta orang mengaku bahwa *online shop* adalah konten komersial yang sering di kunjungi, dimana *Instagram* berada pada urutan kedua yaitu sebesar 15% sebagai konten media sosial yang paling sering dikunjungi di Indonesia.

Perilaku berbelanja *online* melalui akun *Instagram* sudah merajalela di kalangan remaja terlebih lagi di kalangan remaja perempuan. Bagi para remaja penampilan merupakan cara mereka menunjukan jati diri, cara berkomunikasi dan juga menunjukkan mereka pantas berada dalam suatu kelompok tertentu, maka belanja *online* menjadi salah satu alternatif berbelanja guna menunjang itu semua, karena dalam berbelanja *online* para remaja dapat membeli barang yang mereka inginkan dengan harga yang mudah dijangkau dan cocok dengan uang jajan yang mereka dapatkan namun tetap bisa mengikuti trend gaya hidup yang sedang populer di lingkungannya.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dapat berasal dari faktor eksternal dan faktor internal. Menurut Suparmoko terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi konsumsi yaitu pendapatan, selera, faktor sosial ekonomi, kekayaan, keuntungan atau kerugian, tingkat bunga serta tingkat harga. Namun James S. Dusenberry mengemukakan bahwa konsumsi seseorang banyak dipengaruhi oleh konsumsi orang lain dalam hubungan sosialnya dan menyebutnya sebagai konsep *Demonstration Effect* (Dzufri, 2014). *Demonstration Effects* adalah efek peniruan yang dilakukan oleh masyarakat dalam mengkonsumsi suatu produk karena terpengaruh oleh pola konsumsi kelompok masyarakat lain yang memiliki kemampuan finansial yang lebih tinggi darinya. Tak jarang masyarakat juga meniru pola konsumsi para pesohor dunia, mulai dari gaya berpenampilan ataupun barang-barang yang digunakan.

Begitu pula dengan remaja, mereka berperilaku konsumtif karena cenderung mengikuti hal- hal yang sama agar diterima dengan baik di kelompok sebayanya dan tidak jarang ada yang merasa minder apabila ia tidak memiliki atau menggunakan produk yang sedang menjadi trend dipasaran. Pergaulan dengan teman sebaya juga dapat mempengaruhi perubahan perilaku seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Remaja yang dalam lingkungan pergaulannya dikelilingi oleh remaja lain yang juga berperilaku konsumtif maka dia akan mengikuti gaya dan penampilan agar tidak kalah dari teman sebayanya.

Yusuf mengemukakan bahwa teman sebaya lebih memberikan pengaruh dalam memilih: cara berpakaian, hobi, perkumpulan (*club*), dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya (Yusuf, 2012). Karena terkadang remaja membeli sesuatu bukan karena kebutuhan tapi karena pendapat orang lain sangat penting bagi dirinya dan ia ingin tampil menarik seperti teman-temannya. Menurut Santrock dalam jurnal nya yang berjudul *Adollesence* mengemukakan bahwa bagi banyak remaja, bagaimana mereka dilihat oleh teman sebayanya adalah aspek yang paling penting dari hidup mereka.

Terkait dengan perilaku konsumtif pada remaja dan mahasiswa, salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah

proses belahar, karena pendidikan memegang peranan penting dalam konsep diri dan meningkatkan sumber daya manusia berkualitas. Dengan kata lain, seseorang dikatakan telah belajar apabila dari dalam dirinya terjadi perubahan baik tingkah laku maupun pengetahuan sebagai proses pengalaman. Belajar merupakan proses perubahan ke arah yang lebih baik yang dilakukan oleh setiap individu. Berkaitan dengan hal ini maka pendidikan atau literasi mengenai ekonomi khusunya keuangan dapat dianggap sebagai hal penting untuk meminimalisir perilaku konsumtif pada remaja dan mahasiswa.

Literasi keuangan ini menjadi wujud dari hasil pembelajaran dan proses masuknya informasi mengenai pengetahuan yang diperoleh mahasiswa dari mata kuliah di kampus. Pembelajaran tentang keuangan pada dasarnya mengajarkan mahasiswa bagaimana mengelola keuangan secara bijak dan mampu mengontrol pengeluaran keuangan dengan membedakan mana yang menjadi kebutuhan dan mana yang menjadi keinginan. Melalui pembelajaran keuangan juga mahasiswa dapat menetapkan skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi. Maka dari itu literasi keuangan diharapkan mampu meminimalisir perilaku konsumtif pada remaja. Seperti yang diungkapkan Budiawati, rendahnya literasi keuangan akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan terhadap cara mengelola keuangan, kualitas barang, dan kebutuhan mendadak yang mendesak akan lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi (Budiwati, 2014).

Pengetahuan mengenai cara mengelola keuangan ini salah satunya diperoleh oleh mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, TEMAN SEBAYA DAN LITERASI KEUANGAN, TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF".**

## B. Rumusan Penelitian

Jika diajukan dalam bentuk pertanyaan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
4. Bagaimana pengaruh literasi keuangan, penggunaan media social instagram konformitas teman sebaya dan penggunaan instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
5. Seberapa besar pengaruh literasi keuangan, penggunaan media social instagram konformitas teman sebaya dan penggunaan instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian diatas dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Untuk mengetahui pengaruh teman sebaya terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, penggunaan media social instagram konformitas teman sebaya dan penggunaan instagram terhadap perilaku konsumtif Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
5. Seberapa besar pengaruh literasi keuangan, penggunaan media social instagram konformitas teman sebaya dan penggunaan instagram terhadap perilaku konsumtif Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2016/2017 IAIN Syekh Nurjati Cirebon

## D. Manfaat Penelitian

Peneliti mempunyai beberapa harapan untuk terealisasinya sebuah karya ilmiah yang bermanfaat bagi pembaca, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
   a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara lengkap mengenai pengaruh media sosial *Instagram*, teman sebaya dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa serta menambah khasanah keilmuan dan teori yang sudah diperoleh melalui penelitian sebelumnya.
   b. Dapat menjadi dasar bahan kajian untuk penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam tentang permasalahan yang terkait.
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi mahasiswa

      Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa dalam hal literasi keuangan yang sekiranya dapat diterapkan untuk membantu pengelolaan keuangan mahasiswa.
   b. Bagi kalangan akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bukti empiris serta menjadi rekomendasi untuk penelitian pada masa yang akan datang tentang literasi keuangan.

c. Bagi peneliti
   - Sebagai sarana dalam menambah pengetahuan dan wawasan tentang literasi keuangan.
   - Sebagai sarana dalam mengembangkan kemampuan dan pengetahuan terkait dengan manajemen keuangan dan akuntansi manajemen agar bermanfaat untuk kontribusi kepada pihak-pihak terkait.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari 5 bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori yang digunakan oleh penulis dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian. Teori-teori yang dijelaskan bersumber dari buku, jurnal, artikel yang sesuai dengan masalah yang diteliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan terdiri dari : jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, metode dan desain penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil analisis pengolahan data dan pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, berbagai keterbatasan yang didapat selama melakukan penelitian dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON