

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi memiliki dampak yang cukup signifikan. Mulai dari sektor perekonomian, politik, sosial, dan budaya. Di era modern ini hampir seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses internet tanpa adanya batasan usia, gender, dan status sosial ekonomi. Kemajuan teknologi memicu lahirnya platform perdagangan elektronik atau biasa disebut *e-commerce* seperti: Lazada, Shopee, Tokopedia, dan lainnya. Perdagangan ini memanfaatkan internet dan penggunaan web sehingga memudahkan masyarakat dalam membeli suatu barang dimanapun dan kapanpun tanpa harus membelinya secara langsung dan tidak terhalang oleh jarak dan waktu.

Banyak manfaat yang dapat kita rasakan dari kemajuan teknologi. Namun, kemudahan yang dirasakan membuat masyarakat terlena dan cenderung membelanjakan uangnya dengan konsumtif. Pola hidup konsumtif merupakan masalah yang hingga saat ini sulit untuk diatasi. Perilaku konsumtif merupakan perilaku dalam membelanjakan sesuatu dengan cara berlebihan yang didasari oleh hawa nafsu semata, serta membeli barang yang kurang diperlukan hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi. Hampir sebagian besar masyarakat Indonesia berperilaku konsumtif, khususnya dikalangan remaja hingga dewasa. Mereka cenderung menyukai barang-barang mewah, barang baru, dan juga rela

menghabiskan uangnya untuk membeli produk yang sedang tren.

Hal tersebut diperkuat dengan fakta Menurut data Otoritas Jasa Keuangan, masyarakat Indonesia semakin konsumtif dan mulai meninggalkan kebiasaan menabung. Hal ini tercermin dari menurunnya Marginal Propensity to Save (MPS) dalam 3 tahun terakhir dan naiknya Marginal Propensity to Consume (MPC). Rasio tabungan dibandingkan dengan PDB (Gross National Savings per GDP) di Indonesia berdasarkan data International Monetary Fund (IMF) di 2015, adalah 30,87%. Memang masih di atas Malaysia yang jumlahnya 29,83%. Namun, angka ini rendah dibandingkan Singapura (46,73%), Korea Selatan (35,11%), dan China (48,87%). Hal tersebut membuktikan bahwa kondisi tabungan nasional di Indonesia menurun. (Kompas.com)

Bukti bahwa masyarakat Indonesia berperilaku konsumtif juga dapat dilihat dari survei yang dirilis oleh Lembaga Perlindungan Konsumen pada tahun 2013. Faktanya berdasarkan data survei menunjukkan adanya permintaan barang-barang mewah yang cukup signifikan. Dari yang tadinya 3.6 % menjadi 19% dari total permintaan barang selama tahun 2013. Subyek survei kebanyakan merupakan kalangan menengah kebawah (berpenghasilan 8.00.000-3.000.000 per bulan) menunjukkan adanya kecenderungan masyarakat kelas menengah menjadi konsumtif. (kompas.com)

Survei diatas menunjukan bahwa mayoritas masyarakat yang membelanjakan uangnya untuk berbelanja di e-commerce adalah generasi milenial dan generasi z. Generasi milenial dan generasi z dianggap sebagai generasi yang sudah lekat dengan nafas digital. Sehingga, karakter digital sudah melekat pada dua generasi tersebut. Termasuk dalam perilaku berbelanja.

Menurut data dari Marknetter's (2013) yang menyatakan bahwa penggerak ekonomi pasar website jual beli online merupakan kaum muda, dengan rincian; remaja berumur 17-19 menempati urutan pertama (34%), dilanjutkan oleh netizen berumur 20-28 (27%) kemudian berumur 28-35 (21%) dan diatas 35 tahun (18%). Dari sini kemudian disimpulkan bahwasannya pasar online sangat bergantung dari budaya konsumsi dari netizen yang berusia relatif muda. (Kompasiana.Com). Pada usia remaja, seseorang masih sangat labil dan mudah terpengaruh oleh hal-hal yang menarik mata. Tanpa adanya pertimbangan yang matang, mereka membelanjakan uang jajannya tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan saja, juga untuk membeli sesuatu yang bersifat memenuhi kesenangan sesaat.

Pada masa kanak-kanak mereka cenderung lebih dekat dengan keluarganya, ketika masa remaja anak akan cenderung lebih dekat dengan teman-teman sebaya atau kelompok referensinya dibanding keluarganya sendiri. Hal tersebut tentu bisa berdampak pada pola kehidupannya. Banyak remaja yang rela menghabiskan uang jajannya untuk membeli pakaian, tas, dan juga mengikuti gaya hidup yang setara dengan teman disekitarnya. Masa remaja disebut masa kehausan sosial yakni adanya keinginan untuk bergaul dan diterima di lingkungan kelompok sebayanya (peer group), jadi kebanyakan remaja berpikir untuk dapat diterima di dalam kelompok mainya ia harus menyesuaikan diri dengan kelompok tersebut, termasuk dalam segi penampilan, dan gaya hidup, jika seorang remaja tidak diterima di dalam kelompok sebayanya maka ia akan merasa terasingkan, dan lebih memilih untuk menyendiri.

Remaja yang terjebak dalam kehidupan konsumtif akan rela menghabiskan uangnya demi memenuhi gengsi, dan ajang pamer semata. Remaja tersebut seakan

tidak mau kalah dari temannya yang lain. Sehingga timbul keinginan untuk menyesuaikan diri agar mendapatkan pengakuan dan diakui eksistensinya sebagai anggota kelompok. Remaja seperti itu cenderung bergantung dengan kelompok, dan tidak mempunyai pendirian yang kuat.

Kelompok yang dimaksud adalah kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang dijadikan acuan oleh seorang individu dalam berperilaku, memperoleh informasi, sikap, cara bicara, cara berpakaian, dan pandangan dari seorang remaja. Sehingga ketika remaja memiliki kelompok referensi yang negatif dan selalu mengikuti tren terbaru akan menyebabkan individu yang berada dalam lingkup pertemanan yang sama akan melakukan hal serupa dengan kelompoknya. Hal tersebut didukung oleh survei yang dilakukan oleh situs YouNeedBudget.com, sebuah situs yang membuat anggaran pribadi, pada 1.000 orang. (Beritasatu.com)

Hasil dari survei menunjukkan bahwa sebanyak 64 persen responden mengungkapkan, ketika belanja dengan teman-teman, mereka menghabiskan lebih banyak uang. Alasan utama hal ini bisa terjadi adalah pamer dan tak bisa menahan bujukan teman untuk membeli barang yang sebenarnya tak kita perlukan. Lalu, sebanyak 45 persen responden mengungkapkan kalau belanja lebih banyak dengan teman terjadi karena terbawa dengan kegembiraan. (Beritasatu.com)

Mereka akan mengikuti saran dan bujukan dari temannya untuk membeli barang meskipun mungkin hal tersebut bukan sesuatu yang diperlukan dan berguna bagi mereka. Mereka berasumsi untuk dapat diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan remaja akan terus berusaha mengikuti tren yang sedang berkembang, dan melihat apa yang dipunyai oleh teman-temannya.

Budaya digital dan penggunaan internet untuk transaksi ini telah membuat generasi milenial sangat konsumtif. Hal ini juga didukung oleh beberapa faktor. Faktor yang pertama adalah peer pressure dari komunitas atau lingkaran pertemanan. Seorang anak milenial akan merasa tertekan untuk ikut membeli barang-barang tertentu jika teman-teman di dalam komunitasnya juga menggunakan atau memiliki barang tersebut. (CNNIndonesia.com)

Adanya globalisasi berdampak pada pemuda Indonesia yang semakin diserang oleh gaya hidup hedonis dan konsumtif. Karena pada arus globalisasi, masyarakat dituntut untuk cakap dalam teknologi yang modern dan gaya hidup dari zaman ke zaman yang semakin hedonis. Mereka lebih aktif di sosial media, mencari serba-serbi gaya hidup kekinian, dan menghiraukan bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. Seseorang yang mempunyai gaya hidup konsumtif dan hedonisme akan sulit untuk menyimpan uangnya. Mereka cenderung membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang yang menarik mata walaupun sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Hal tersebut diperkuat oleh fakta berikut. Bahwa sebanyak 60 persen dari uang yang dikeluarkan generasi milenial hanya digunakan untuk hura-hura, kongkow, dan biaya konsumtif lainnya. selain itu, faktor yang mendukung generasi tersebut berperilaku konsumtif salah satunya tentu adanya cicilan kartu kredit. Adanya kartu kredit membuat mereka yang mempunyai uang pas-pasan tetap bisa membeli berbagai barang, kemudian mereka membayar cicilan setiap bulannya. Hal tersebut tentu mendukung mereka lebih boros dan tidak terkendali. (JPNN.Com)

Kasus tersebut merupakan bukti nyata, bahwa remaja lebih sering menggunakan uangnya untuk mengikuti gaya hidup mewah. Mereka akan bersedia melakukan berbagai upaya meskipun mungkin hal itu bukan sesuatu yang diperlukan dan berguna bagi mereka. Bahkan mereka rela melakukan tindak kriminal dan merugikan orang lain hanya untuk mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan serta dapat bergaya hidup mewah. Seperti kasus yang terjadi di Blitar - Jawa Timur seorang suami dengan inisial SB nekat mencuri helm demi memenuhi keinginan istrinya yang suka bergaya hidup mewah. SB lelaki berprofesi sebagai kuli ini sudah mencuri helm milik karyawan toko di Kota Blitar sebanyak tiga kali, didepan petugas, dia mengaku mencuri helm untuk memenuhi tuntutan dari sang istri yang selalu minta uang lebih. (JPNN.Com)

Berdasarkan pengamatan peneliti di dalam pergaulan siswa SMK Negeri 16 Jakarta terdapat suatu sistem bergaul yang berkelompok-kelompok. Mereka mengikuti gaya bergaul ini sesuai dengan tingkat ekonomi mereka. Di dalam kelompok itu pun mereka saling menunjukkan penampilan yang dipandang sebagai ukuran status ekonomi mereka masing-masing di depan teman-temannya dan dengan sendirinya teman-teman yang lain akan berusaha mengikuti agar mereka merasa tidak berbeda dan diterima di dalam kelompok tersebut.

Hal ini dapat dilihat mulai dari kebiasaan mereka di lingkungan sekolah maupun setelah pulang sekolah, seperti sering makan di kafe yang di sekitar sekolah, jalan-jalan ke mall, dan memakai barang-barang mahal dan *branded* pada saat mereka sekolah.

Penelitian yang berkaitan dengan kelompok referensi terhadap perilaku konsumtif juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya yaitu

penelitian yang dilakukan oleh (Gumati, 2017), penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kelompok referensi terhadap perilaku konsumsi guru SD, SMP, dan SMA di Kecamatan Gunung Talang, yang ditunjukkan pada hasil penelitian bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(2,279 > 1,1972)$ dengan sig. 0,024 dan $Y = 32,920 + 1,401X_1 + 0,095X_2 + 0,226X_3 + 7,094$

D. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Alhulaniyah, 2015), penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kelompok acuan atau kelompok teman sebaya dengan perilaku konsumtif siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji parsial (t) diketahui bahwa variabel kelompok teman sebaya memperoleh nilai t hitung sebesar 6,911 dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh (Nofriansyah & Marwan, 2019) menunjukkan hasil penelitian yang berbeda dengan peneliti diatas. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nofriansyah & Marwan, 2019) menunjukan bahwa Kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Selain kelompok referensi, pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif juga telah diteliti oleh para peneliti sebelumnya. Diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Kanserina, 2015) dengan memperoleh $t_{hitung} = 4,1814 > t_{tabel} = 2,048$. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Pulungan & Febriaty, 2018) hasil penelitian tersebut menunjukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. hal tersebut dilihat Pada tingkat $\alpha = 0.05$ nilai t untuk $n = 100 - 2 = 98$ adalah 1,984. Sementara itu, nilai t_{hitung} adalah 2.501. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} $2.501 > 1,984$ dan nilai

signifikan gaya hidup sebesar $0.045 < 0.05$ artinya H_0 ditolak H_a diterima. Adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nofriansyah & Marwan, 2019) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif. hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 5,647 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Enrico, Aron, & Oktavia, 2014) menunjukkan hasil yang berbeda dengan peneliti diatas, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap perilaku konsumtif pada siswa?
2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada siswa?
3. Apakah terdapat pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada siswa?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan penelitian yang peneliti rumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipercaya mengenai:

1. Pengaruh kelompok referensi terhadap perilaku konsumtif

2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif
3. Pengaruh konformitas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

D. Manfaat penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi ilmu, wawasan dan pengetahuan baru dalam bidang ekonomi khususnya tentang perilaku konsumtif serta bagaimana kelompok referensi dan gaya hidup mempengaruhinya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang ekonomi yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, kelompok referensi, dan gaya hidup

- b. Bagi sekolah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan masukan bagi siswa, sekolah maupun Lembaga lainnya serta dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan di dunia pendidikan dan ekonomi dalam rangka mengurangi perilaku konsumtif khususnya pada siswa.

- c. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi perpustakaan Universitas Negeri Jakarta dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan

meneliti mengenai pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

d. Bagi masyarakat

Dapat menambah wawasan mengenai perilaku konsumtif serta dapat menelaah dampak negatif dari perilaku konsumtif, sehingga diharapkan untuk kedepannya masyarakat khususnya orang tua dapat lebih memantau anak-anaknya dalam mengelola keuangan agar tidak dialokasikan uangnya pada barang yang memang dibutuhkan bukan pada hal-hal yang bersifat kesenangan sesaat saja.

