

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas konsumsi dan kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan karena manusia perlu memenuhi kebutuhannya agar dapat bertahan hidup dan hidup dengan baik. Perkembangan sarana dan prasarana berbelanja yang semakin banyak, menarik, dan mudah ditemukan dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Produk-produk yang ditawarkan tidak hanya barang yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga produk yang dapat memuaskan kesenangan konsumen. Oleh karena itu, muncul keinginan untuk meningkatkan konsumsi yang cenderung didorong oleh keinginan akan kepuasan diri serta kebutuhan untuk memenuhi tuntutan. Tingkat konsumsi yang tidak terkendali ini secara tidak sengaja mempengaruhi cara seseorang berperilaku konsumtif.<sup>1</sup>

Perilaku konsumtif mengacu pada perilaku mengonsumsi makanan, produk atau jasa yang diinginkan tanpa memperhitungkan kebutuhan atau tujuannya.<sup>2</sup> Perilaku konsumtif tidak hanya melibatkan pemenuhan kebutuhan tetapi juga pemenuhan keinginan untuk meningkatkan *prestige*, menjaga gengsi, mengikuti tren, dan alasan lain yang kurang penting.<sup>3</sup>

Selama perkuliahan mahasiswa membutuhkan alat tulis kerja, buku paket perkuliahan, transportasi dari rumah ke universitas dan sebaliknya, serta perlengkapan penunjang lainnya, dimana untuk memenuhi kebutuhan tersebut tentunya ada biaya yang harus dikeluarkan oleh mahasiswa. Pemenuhan kebutuhan sangat penting untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang

---

<sup>1</sup> Neng Dini Amaliah, 'Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Hedonis Serta Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif', (*Skripsi*, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi, 2021), h. 1.

<sup>2</sup> Fikri Al Farasyi and Heni Iswati, 'Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif', *Syntax Idea*, 3.11 (2021), h. 2357.

<sup>3</sup> Sofia Miranda, 'Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Riau', *Jom Fisip*, 4.1 (2017), h. 5 <<https://beritagar.id/artikel/sains->>.

selaras dengan lingkungannya. Setiap orang khususnya mahasiswa melakukan kegiatan konsumsi dan menyenangi kegiatan konsumtif seperti berbelanja.<sup>4</sup>

Media sosial merupakan salah satu kemajuan teknologi yang populer di kalangan milenial yang menggunakan internet untuk mendapatkan informasi. Dengan munculnya media sosial, orang dihadapkan pada dunia yang lebih besar termasuk informasi dan teknologi yang dapat membentuk persepsi mereka untuk berkembang dan mengikuti segala macam perubahan di era globalisasi.<sup>5</sup>

Saat ini beberapa orang tidak lagi menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri dan bersosialisasi di dunia maya, melainkan untuk memasarkan produk mereka dan transaksi jual beli yang biasa kita sebut *online shop*. Pemasaran media sosial bukan lagi konsep baru, tetapi masih merupakan bidang studi yang berkembang.<sup>6</sup> Banyak produsen yang memanfaatkan fenomena ini untuk memasarkan barang dagangannya melalui media sosial, sehingga terjadi aktivitas jual beli online yang memudahkan mahasiswa yang menggunakan media sosial untuk mencari komoditas atau barang baru. Karena prevalensi media sosial dan banyaknya pembelian online, sangat mudah untuk memahami tren gaya hidup terbaru di masyarakat saat ini yang membuat seseorang menjadi lebih konsumtif.<sup>7</sup>

Kecenderungan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Gaya hidup merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup mencerminkan citra seseorang dan sering dikaitkan dengan kelas sosial ekonomi.<sup>8</sup> Jika diartikan, gaya hidup

---

<sup>4</sup> Nurul Wahidah, 'Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan', *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 3.2 (2013), h. 3.

<sup>5</sup> Charissa Fransisca and Rezi Erdiansyah, 'Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif', *Prologia*, 4.2 (2020), h. 436 <<https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>>.

<sup>6</sup> Dede Mustomi and Aprilia Puspasari, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4.1 (2020), h. 135 <[https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i1.496](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496)>.

<sup>7</sup> Tiara Vebriyani, 'Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2016)', (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, 2021), h. 1.

<sup>8</sup> Nesa Patricia and Sri Handayani, 'Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X"', *Jurnal Psikologi*, 12.01 (2014), h. 12.

itu mengacu pada cara hidup di dunia yang diekspresikan melalui kegiatan, hasrat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup seseorang yang mengacu pada bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uang mereka juga mencerminkan sesuatu tentang apa yang ada di balik kelas sosial ekonomi seseorang. Pada umumnya gaya hidup ialah pola pengelolaan waktu dan uang seseorang.<sup>9</sup>

Gaya hidup mengacu pada kebiasaan individu yang sejalan dengan perkembangan zaman yang membedakan satu individu dari individu lain yang berinteraksi satu sama lain dengan cara yang mungkin sulit dipahami oleh seseorang yang tidak hidup dalam masyarakat modern. Beberapa orang bersaing untuk mengikuti tren bahkan ketika mereka tidak benar-benar membutuhkan gaya hidup tertentu, hal ini menandakan bahwa mereka hanya tidak ingin ketinggalan dengan yang lainnya.<sup>10</sup>

Meskipun gaya hidup mahasiswa dapat berubah, tetapi perubahan ini tidak didorong oleh perubahan kebutuhan. Ketika seorang anak mencapai pubertas, orang-orang seusia mereka mulai menggantikan orang tua mereka sebagai panutan yang dominan. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk meniru perilaku orang-orang di sekitar mereka. Peniruan ini terutama terlihat pada remaja. Remaja sering menghabiskan waktu bersama teman-temannya. Dalam perkumpulan itu, remaja sering membahas berbagai topik termasuk gaya hidup. Mahasiswa biasanya tertarik dengan apa yang kebanyakan teman mereka gunakan.<sup>11</sup>

Untuk dapat mengelola sumber daya dan mencegah pemborosan, seseorang harus memiliki kemampuan literasi keuangan. Kemampuan literasi keuangan mencakup pengetahuan dan kemampuan untuk berhasil mengelola

---

<sup>9</sup> Deasy Lestary Kusnandar and Dian Kurniawan, 'Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Tasikmalaya', *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage*, 8.1 (2018), h. 3.

<sup>10</sup> Hasnidar Thamrin and Adnan Achridin Saleh, 'Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi', *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11.1 (2021), h. 4 <<https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>>.

<sup>11</sup> Rika Pristian Fitri Astuti, 'Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro', *Jurnal Pendidikan Edutama*, 3.2 (2016), h. 52-53 <<https://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/JPE/article/download/36/36>>.

sumber daya keuangan sendiri untuk kesejahteraan.<sup>12</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengemukakan bahwa literasi diartikan sebagai kemampuan untuk memahami, jadi literasi keuangan adalah kemampuan untuk mengelola kekayaan agar seseorang dapat tumbuh dan menjadi lebih kaya di masa depan.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Silalahi, literasi keuangan adalah pemahaman keahlian manajemen keuangan dan melakukan segala daya untuk mengurangi resiko yang mungkin timbul.<sup>14</sup> Sehingga dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pemahaman tentang bagaimana menangani dan memanfaatkan keuangan dengan baik untuk meminimalisir akibat negatif dari kemajuan teknologi pada aspek keuangan.

Mahasiswa dengan keterampilan literasi keuangan yang buruk akan membuat keputusan yang salah ketika mereka mengkonsumsi karena mereka tidak mempertimbangkan prioritas mereka yang paling mendesak. Misalnya, meskipun sangat penting untuk mencegah pembengkakan pengeluaran, mahasiswa jarang membuat anggaran bulanan karena mereka tidak bisa, malas, dan membuang waktu. Kesalahan dalam pembelian barang dapat menyebabkan pengeluaran meningkat karena barang tersebut bukanlah barang yang sebenarnya dibutuhkan, melainkan barang yang diinginkan.<sup>15</sup>

Terkait dengan pengamatan yang penulis lakukan, penulis menemukan fenomena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara angkatan 2018, permasalahan tersebut muncul sebagai akibat dari perkembangan zaman dan fakta bahwa banyak produk terbaru ditawarkan melalui media sosial yang membuat mahasiswa berkeinginan untuk membelinya terlepas dari manfaat

---

<sup>12</sup> Dewi Kumalasari and Yohanes Hadi Soesilo, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12.1 (2019), h. 62 <<http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>>.

<sup>13</sup> 'Literasi Keuangan', *Otoritas Jasa Keuangan*, 2017 <<https://www.ojk.go.id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx>> diakses pada tanggal 10 Mei 2022.

<sup>14</sup> Rudi Yanto Batara Silalahi, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online', *Khazanah Ilmu Berazam*, 3.2 (2020), h. 192.

<sup>15</sup> Wanda Nuara Ciptasari, Endah Andayani, and Udik Yudiono, 'Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi Dan Modernitas Individu', *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 2.1 (2017), h. 2.

yang mereka dapatkan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Charissa Fransisca dan Rezi Erdiansyah bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif yakni intensitas interaksi di media sosial dapat menyulitkan pengguna untuk mengontrol waktu, penggunaan data, dan keinginan mereka yang berujung pada perilaku konsumtif.<sup>16</sup>

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara angkatan 2018 cenderung menjalani gaya hidup modern dan menghindari dianggap ketinggalan zaman yang akhirnya berujung pada perilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan penelitian Rizki Amala Nasution yang menyatakan bahwa gaya hidup seseorang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif seseorang cenderung meningkat seiring dengan gaya hidupnya.<sup>17</sup>

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dinilai telah memperoleh pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan ekonomi tentang bagaimana mengelola keuangan, waktu, dan pengendalian diri. Dengan demikian, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara angkatan 2018 harus dapat menunjukkan sikap yang baik terhadap kebiasaan konsumsi mereka. Hal ini dikuatkan oleh penelitian Delyana Rahmawaty Pulungan dan Hastina Febriaty yang menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa menurun seiring dengan meningkatnya tingkat literasi keuangan. Dan sebaliknya, jika mahasiswa kurang memiliki pengetahuan keuangan, tingkat konsumsi mereka akan meningkat.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Charissa Fransisca and Rezi Erdiansyah, 'Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif', *Prologia*, 4.2 (2020), h. 438 <<https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>>.

<sup>17</sup> Rizki Amalia Nasution, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara', (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2020), h. 67.

<sup>18</sup> Delyana Rahmawaty Pulungan and Hastina Febriaty, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2.3 (2018), h. 109 <<https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>>.

Berikut jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara angkatan 2018:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Mahasiswa FEBI UINSU Angkatan 2018**

No.	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1.	Akuntansi Syariah	290
2.	Asuransi Syariah	96
3.	Ekonomi Islam	265
4.	Manajemen	102
5.	Perbankan Syariah	330
<b>Jumlah</b>		1083

*Sumber: Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif dengan judul penelitian **“Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang masih belum bisa mengendalikan hasrat/keinginan untuk membeli barang-barang terbaru yang diiklankan di media sosial, membuat Mahasiswa menjadi konsumtif.
2. Gaya hidup hedonisme atau anggapan bahwa kenikmatan dan kesenangan adalah yang utama mengakibatkan Mahasiswa berperilaku konsumtif.
3. Pengetahuan manajemen keuangan mahasiswa masih rendah.

4. Mahasiswa memiliki gaya hidup yang mudah mengikuti tren masa kini seperti belanja online, menghabiskan waktu di kafe, bioskop dan lainnya.

### **C. Batasan Masalah**

Dikarenakan luasnya ruang lingkup penelitian ini serta keterbatasan penulis, penulis kemudian mempersempit masalah menjadi:

Penelitian ini dibatasi dengan satu variabel *dependent* yaitu Perilaku Konsumtif (Y), dan variabel *independent* yaitu Media Sosial ( $X_1$ ), Gaya Hidup ( $X_2$ ), dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ). Sedangkan untuk objek penelitian, penulis memfokuskan penelitian ini pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara angkatan 2018.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
4. Apakah media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
4. Untuk mengetahui pengaruh media sosial, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Peneliti

Temuan ini diharapkan untuk menambah pengetahuan, memperluas wawasan, dan menganalisis masalah aktual yang terjadi terutama yang memengaruhi perilaku konsumtif.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai sarana untuk membantu mahasiswa dalam memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang ditinjau dari variabel: Media Sosial, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman kita dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian.