

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumtif telah menjadi fenomena yang semakin mencolok di tengah masyarakat saat ini. Kemajuan teknologi dan perkembangan gaya hidup modern telah memberikan dampak signifikan terhadap kecenderungan perilaku konsumtif, terutama pada kalangan mahasiswa dan masyarakat perkotaan. Perilaku konsumtif ditandai dengan kecenderungan untuk terus-menerus membeli barang dan jasa, bahkan ketika kebutuhan sebenarnya telah terpenuhi.

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan untuk menginginkan atau menggunakan barang dalam jumlah berlebihan, yang seringkali tidak diperlukan dan bukan merupakan kebutuhan utama. Sesuai pendapat Khabiba, perilaku konsumtif mencakup tindakan berlebihan individu dalam mengkonsumsi atau membeli barang dan layanan, tanpa dasar ekonomi yang rasional, yang mengakibatkan pemborosan sumber daya, lebih menitikberatkan pada kesenangan daripada kebutuhan pokok, dan berpotensi menimbulkan perasaan cemas dan ketidakamanan secara psikologis. (Khabiba, 2020).

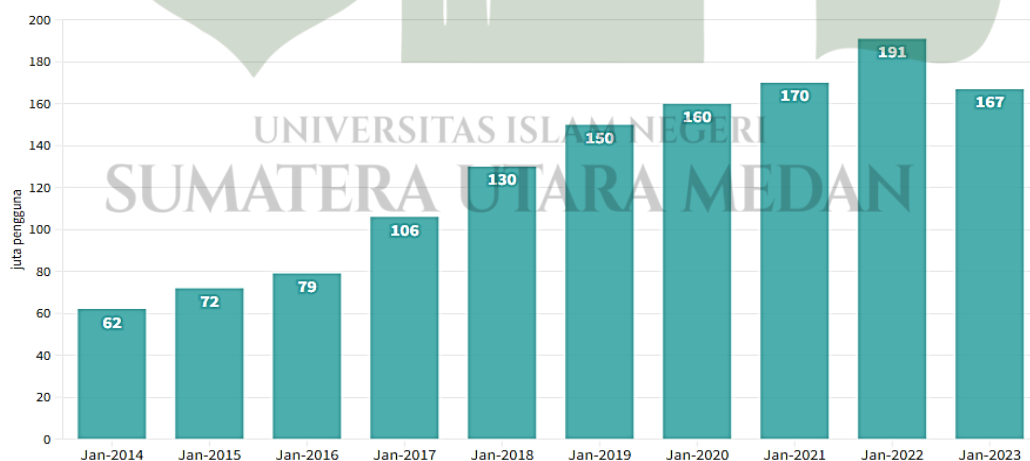
Namun, menurut pandangan Lubis (dalam Sumartono, 2002), perilaku konsumtif mengindikasikan tindakan yang tidak lagi berdasarkan pertimbangan rasional, melainkan dipicu oleh keinginan yang telah mencapai taraf yang tidak lagi rasional. Pendekatan lain mengenai perilaku konsumtif, seperti yang diutarakan oleh Zebua dan Nurdjayadi (2001), juga mencerminkan suatu perilaku yang tidak rasional dan cenderung bersifat kompulsif, mengakibatkan pemborosan dan kurang efisiennya pengeluaran.

Shintya mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perbuatan memperoleh barang bukan dengan niat memenuhi kebutuhan, tetapi dengan maksud untuk memenuhi hasrat, yang dilakukan secara berlebihan dan pada akhirnya menghasilkan pemborosan (Shintya Novita Sari, 2021). A. Nooriah Mujahidah menguraikan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan di mana muncul dorongan untuk memperoleh suatu barang yang sebenarnya tidak terlalu

dibutuhkan demi memuaskan kepuasan pribadi. Dalam bidang psikologi, fenomena ini dikenal sebagai *compulsive buying disorder* (gangguan kecanduan belanja), di mana individu yang terperangkap dalam situasi ini kesulitan memisahkan antara kebutuhan dan keinginan (Mujahidah, 2020).

Dari penjelasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan naluri manusia untuk terlibat dalam aktivitas konsumsi yang tidak terbatas, contohnya seperti membeli barang secara berlebihan dan tanpa perencanaan terlebih dahulu. Tindakan konsumtif ini umumnya dipicu oleh keinginan bukan kebutuhan yang sebenarnya. Perkembangan teknologi dan tren baru juga turut mendorong individu untuk mendapatkan barang-barang yang diinginkan.

Perilaku konsumtif semakin didorong oleh perkembangan pesat media sosial. Media sosial menghadirkan berbagai situs jejaring sosial yang mudah diakses oleh masyarakat. Banyak situs jejaring sosial seperti *Tiktok, Instagram, Youtube, Facebook, Whatsapp, Twitter*, dan lainnya yang sangat populer dan banyak digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan laporan *We Are Social* jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Berikut gambar jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia.



Sumber : *We Are Social*

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial Di Indonesia (2014-2023)

Berdasarkan data tersebut jumlah pengguna media sosial di Indonesia dari tahun 2014 terus mengalami peningkatan, dimulai dari 62 juta pengguna hingga mencapai titik tertinggi sebanyak 191 juta pengguna pada tahun 2022 dan kembali mengalami penurunan ditahun 2023 diangka 167 juta pengguna. Penurunan tersebut merupakan yang pertama kali terjadi dalam sepuluh tahun terakhir. Tetapi, kondisi ini terjadi karena *We Are Social* telah melakukan revisi penting terhadap sumber data yang digunakan pada Januari 2023. Penyesuaian tersebut menyebabkan data terbaru tidak dapat dibandingkan langsung dengan angka pada tahun-tahun sebelumnya. Adapun waktu yang dihabiskan untuk bermain media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap hari, yang merupakan peringkat kesepuluh tertinggi di dunia.

Akses terhadap media sosial sudah menjadi salah satu kebutuhan utama setiap individu karena mereka membutuhkan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari berbagai belahan dunia. Tidak hanya itu media sosial memberi manfaat sebagai sarana pengganti kehidupan dari dunia nyata ke dunia maya, seperti mengirim pesan, berkomentar pada pesan orang lain, menjalin pertemanan lebih banyak, mencari pasangan, berbagi foto, berdiskusi, dan lain sebagainya.

Penggunaan media sosial saat ini banyak digunakan untuk memperlihatkan eksistensi diri secara berlebihan, hingga terkadang tidak ada batas antara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya. Mereka ingin mendapatkan perhatian, dukungan, dan validasi dari teman-teman mereka, serta mendapatkan perasaan diakui dan dihargai. Dalam prosesnya, beberapa orang bisa terjebak dalam menciptakan citra diri yang sempurna dan ideal di dunia maya, walaupun mungkin tidak selalu mencerminkan kenyataan sebenarnya.

Selain itu gaya hidup juga dapat membentuk pola konsumsi seseorang, dengan standar gaya hidup yang tinggi dapat menjadikan seseorang berperilaku konsumtif. Gaya hidup adalah fondasi dari perilaku individu. Gaya hidup mencerminkan cara seseorang menjalani kehidupan, termasuk bagaimana cara mereka menghabiskan uangnya dan mengalokasikan waktu mereka. Oleh karena itu, gaya hidup merupakan pola hidup individu yang tercermin dalam kegiatan,

minat, dan pandangan mereka terhadap pengeluaran finansial dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Gaya hidup bukanlah kebutuhan pokok seseorang, hanya saja tidak mau ketinggalan dengan orang lain sehingga berlomba-lomba mengikuti tren (Thamrin, 2021). Gaya hidup mahasiswa saat ini cenderung konsumtif, dimana mereka lebih memprioritaskan gaya hidup daripada kebutuhan untuk mendukung perkuliahan. Sebagai contoh, seorang mahasiswa mungkin lebih memilih menggunakan uangnya untuk membeli barang-barang yang sedang tren di media sosial, seperti makanan atau minuman di kafe yang sedang populer dengan harga mahal, produk kecantikan terbaru, aksesoris pakaian, aksesoris untuk motor, laptop, atau *smartphone*, serta melakukan *top up voucher game online*, daripada menggunakan uangnya untuk kebutuhan perkuliahan.

Sedangkan gaya hidup yang diharapkan dari mahasiswa adalah menjadi sekelompok pemuda yang rajin belajar untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keahlian. Mereka diharapkan mengisi waktu mereka dengan berbagai kegiatan positif yang memberikan manfaat, sehingga memiliki fokus pada masa depan sebagai warga yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Hal ini dapat dicapai dengan ikut serta dalam berbagai aktivitas kampus, aktif dalam kelas, berpartisipasi dalam organisasi, dan sejenisnya.

Berdasarkan prariset yang dilakukan dari 10 mahasiswa Prodi Ekonomi Islam FEBI UINSU tahun angkatan 2022 banyak mahasiswa yang mempunyai media sosial dan aktif bermain media sosial. Sebagian mahasiswa dapat menghabiskan waktu selama 6 sampai 7 jam dalam sehari untuk mengakses media sosial. Media sosial yang dimilikinya yaitu *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter*, *Whatsapp*. Dan mereka juga aktif mengikuti gaya hidup yang sedang tren di media sosial, dan seringkali menghabiskan sebagian uang sakunya untuk membeli barang-barang dan mengunjungi tempat-tempat yang sedang tren di media sosial.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti apakah dalam penggunaan media sosial dan gaya hidup akan memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa pada Prodi Ekonomi Islam yang berada di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang dituangkan dalam bentuk skripsi

yang berjudul “**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi FEBI UIN Sumatera Utara**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan data dari lembaga survei *We Are Social* mengenai jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia, pada tahun 2022 merupakan puncak tertinggi dari tahun tahun sebelumnya yakni mencapai angka 191 juta pengguna.
2. Banyak mahasiswa menghabiskan waktu dengan menggunakan *handphone* mereka untuk beraktivitas di media sosial.
3. Banyak mahasiswa yang aktif mengikuti tren gaya hidup yang sedang populer di media sosial.
4. Mahasiswa banyak terpengaruh untuk membelanjakan uang mereka dengan membeli barang-barang terbaru yang sedang tren di media sosial.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas telah dikemukakan masalah-masalah yang terjadi. Agar masalah ini dapat dibahas secara tuntas dan terfokus maka diperlukan batasan masalah. Peneliti hanya menitikberatkan pada pengaruh penggunaan media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara tahun angkatan 2022 saja.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan batasan masalah di atas maka dapat dituliskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara?

3. Apakah media sosial dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan poin-poin rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Universitas
Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi bagi seluruh mahasiswa UIN Sumatera Utara. Mahasiswa dan para pembaca dapat menambah pengetahuan dan menggunakan atau memanfaatkan media sosial untuk hal-hal yang positif sehingga tidak terjebak dalam perilaku konsumtif.
2. Bagi Peneliti dan Mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah pengetahuan dalam studi pengaruh penggunaan media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan motivasi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya serta dapat

memberikan masukan, pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN