

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berjalannya waktu, pada zaman sekarang banyak sekali perubahan yang dapat kita lihat dari segala hal dan segala bidang dalam kehidupan manusia. Salah satu yang terlihat adalah perubahan di bidang teknologi dan informasi yaitu internet. Internet pada saat ini bukan hanya untuk berkomunikasi saja tetapi juga sebagai media untuk pencarian informasi dan yang lainnya. Melalui internet, manusia dapat menggali informasi serta bisa memenuhi segala kebutuhan hidupnya di masa perkembangan zaman ini.

Dalam memenuhi sebuah kebutuhan, manusia tidak bisa lepas dari kegiatan konsumsi. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi dapat diartikan sebagai penggunaan barang serta jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia. Menurut Yusuf Al-Qordhawi, konsumsi merupakan sebuah pemanfaatan hasil dari produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk dapat menciptakan hidup aman dan sejahtera (Indri, 2016:98). Kegiatan konsumsi merupakan sebuah kegiatan pokok dalam sebuah kehidupan makhluk hidup. Dalam hal ini juga tidak hanya kegiatan pokok makanan dan minuman saja, tetapi juga kebutuhan hidup sandang dan papan. Hal ini harus dilaksanakan secara terencana sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang tersedia. Jangan sampai lebih besar pengeluaran dari pada pendapatan. Oleh karena itu, manusia dituntut untuk menjadi konsumen yang rasional dalam berkonsumsi, jangan sampai menjadi seorang konsumen yang konsumtif (Aldila, 2015:4-5).

Perilaku konsumtif menuntut seseorang untuk terus merasa kekurangan dengan apa yang mereka miliki atau apa yang belum dilakukan, karena gaya hidup pada zaman sekarang ini seperti tipuan yang selalu mengalami perubahan zaman sekarang saat ini seperti tipuan yang selalu mengalami perubahan dengan cepat dari waktu ke waktu, mereka tidak pernah puas akan selalu mengejar apa yang sedang menjadi *trend* saat ini sehingga perilaku konsumtif akan terus bergulir dan tidak akan pernah selesai (Mark, 2006:209).

Perilaku konsumtif adalah proses pembelian yang tidak terkontrol dan tidak rasional, hal ini secara nyata berdampak pada pemborosan dalam pengelolaan keuangan. Teknologi telah memberikan banyak kemudahan untuk kita sehingga dapat menimbulkan gaya hidup yang konsumtif bagi semua kalangan. Perilaku tersebut dapat dilihat oleh mahasiswa yang dengan rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginannya bukan kebutuhannya. Setiap manusia ingin terlihat eksis, tidak kampungan dan ketinggalan zaman berusaha mengikuti *trend*.

Internet telah mengubah pola hidup masyarakat Indonesia. Hal ini bisa dilihat dengan banyaknya pengguna internet di semua kalangan. Setiap orang baik muda maupun tua bisa mengakses internet dengan alat-alat canggih seperti *smartphone* ataupun computer yang telah terhubung dengan internet. Berdasarkan konten komersial yang paling sering dikunjungi internet oleh semua orang adalah *web online shop* yaitu sebesar 82,2 juta atau 62 % selebihnya ada 34,2 % bisnis personal dan lainnya sebesar 3,8%. Ini merupakan angka yang fantastis berarti bahwa *online shop* sangat diminati masyarakat. Dengan adanya *online shop* semua orang dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan hidupnya sehari hari tanpa harus

keluar rumah. Hal inilah yang memicu masyarakat senang melakukan belanja *online* dan menjadi lebih konsumtif karena begitu banyaknya media *online shop* yang menawarkan barang dan jasa yang menarik dengan harga dan kualitas yang bervariasi.

Menurut Usman Efendi (2016), konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau juga disebut gaya bermewah-mewahan. James F Engel (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Selanjutnya perilaku konsumtif adalah aksi yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pemakaian, dan pengaturan produk dan jasa termasuk proses pemutusan yang mendahului dan mengikuti aksi ini (Effendi, 2016:15).

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya konsumsi merupakan keniscayaan dalam kehidupan manusia. Kebutuhan konsumsi ini semakin lama semakin berkembang sejalan dengan pola dan gaya hidup manusia. Semakin maju peradaban manusia, semakin tinggi pula kebutuhannya pada barang-barang yang akan dikonsumsi dengan beragam jenisnya. Gaya hidup adalah perilaku yang tidak lagi membeli barang hanya semata-mata keinginan dan mencoba produk, walaupun sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut. Di dalam Islam perilaku seperti ini sangat tidak dianjurkan batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan

aspek halal haram saja tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, sehat dan tidak menjijikan serta larangan *israf*.

Dalam Islam, Rosulullah selalu hati-hati dan membatasi diri sesuai dengan kebutuhan dan tidak memperturutkan keinginan atau hawa nafsu. Namun karena semakin majunya perkembangan zaman pada internet dan meledaknya situs *online shop*, perilaku berbelanja pun sangat ketat di kalangan masyarakat terlebih di kalangan mahasiswa yang notabene pendatang berasal dari berbagai daerah. Mahasiswa merupakan kalangan yang melek teknologi dan sangat dekat dengan dunia internet sehingga fenomena *online shop* sangat dekat dengan mereka. Pola konsumsi mahasiswa terutama kaum wanita (mahasiwi) khususnya konsumsi produk *fashion* mengalami peningkatan. Mahasiswa tertarik untuk mengonsumsi produk *fashion* karena mengikuti trend saat ini. Pola konsumsi yang tinggi cenderung menimbulkan pengaruh gaya hidup yang konsumtif pada mahasiswa.

Gaya hidup perilaku konsumtif mahasiswa pendatang ini terjadi karena berbagai macam faktor. Selain faktor kemudahan dalam pembelian *online* faktor lain yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumtif antara lain adalah faktor kualitas informasi, faktor harga, dan kualitas produk yang dimiliki oleh toko *online* tersebut. Kategori produk yang paling sering dibelanjakan dari toko *online shop* tersebut adalah *fashion* seperti baju, kerudung, sepatu, tas dan lain-lain. Mereka lebih menyukai belanja *online* karena tren zaman sekarang, banyak model yang bisa dipilih dan lebih mudah bertransaksi.

Penggunaan media internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam ekonomi dan dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Penggunaannya juga semakin meningkat tidak hanya dari kalangan remaja seperti pelajar sekolah dan mahasiswa.

Pelaku utama gaya konsumtif adalah kelompok usia remaja. Mahasiswa merupakan individu yang seharusnya banyak mencari pengetahuan maupun keahlian tertentu. Namun karena mahasiswa hidup dalam lingkungan kampus dengan berbagai macam karakter maupun status sosial maka banyak mahasiswa yang melupakan kewajiban untuk belajar, kampus yang seharusnya menjadi tempat dimana para mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki.

Jika dahulu mahasiswa mempunyai tujuan untuk kuliah saja, hanya bertujuan mencari ilmu semata. Namun, walaupun ada perilaku konsumtif itu dilakukan secara *offline* dan memakan banyak waktu sehingga mahasiswa sangat jarang yang mempunyai sifat konsumtif, sedangkan zaman sekarang zaman di era kemudahan sehingga ketika mau membeli baju, sepatu, tas dan makanan sekalipun itu sangatlah mudah. Bisa secara mudah di dapat di *online* sehingga membuat mahasiswa menjadi malas. Sehingga ketidak tidak adanya kontrol sosial yang sepadan, maka akan berdampak pada perilaku konsumtif. Hal ini terjadi pada mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Berdasarkan penjelasan di atas, Peneliti tertarik meneliti tentang perilaku konsumtif terhadap mahasiswa yang dituangkan dalam judul “Analisis Faktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi Semester 1-2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung)”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dan observasi di lapangan, maka masalah-masalah dalam Penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Adanya faktor perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Sosiologi.
2. Bagaimana perilaku konsumtif yang ada dikalangan mahasiswa Jurusan Sosiologi.
3. Bagaimana perilaku konsumtif terhadap perubahan sosial dikalangan mahasiswa Jurusan Sosiologi.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi Penelitian di atas, maka masalah-masalah yang akan menjadi fokus dalam Penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa indikator mahasiswa berperilaku konsumtif?
2. Apa faktor penyebab mahasiswa mempunyai perilaku yang konsumtif?
3. Apa langkah yang perlu diusahakan agar mahasiswa tidak berperilaku konsumtif?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan umum dalam Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *online shop* terhadap gaya hidup mahasiswa Jurusan Sosiologi. Adapun tujuan khususnya yaitu:

1. Untuk mengetahui indikator mahasiswa berperilaku konsumtif.
2. Untuk mengetahui faktor penyebab mahasiswa mempunyai perilaku yang konsumtif.
3. Untuk langkah yang perlu diusahakan agar mahasiswa tidak berperilaku konsumtif.

1.5. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik itu secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan pada ilmu sosiologi pada umumnya dan memberikan kontribusi terhadap sosiologi.

2. Kegunaan Praktis

- a. Memberikan informasi kepada mahasiswa mengenai pengaruh *online shop* terhadap kehidupan mahasiswa sehingga mahasiswa dapat memilih apa yang lebih baik dan apa yang tidak baik.

- b. Memberikan informasi mengenai faktor yang menyebabkan mahasiswa mempunyai gaya hidup yang konsumtif.
- c. Memberikan sumbangsih pemikiran bagi mahasiswa dalam upaya menangani pengaruh dari *online shop*

1.6. Kerangka Pemikiran

Semua jenis Penelitian pasti memerlukan kerangka pemikiran sebagai pijakan dalam menentukan arah Penelitian tersebut berguna untuk menghindari perluasan pengertian yang mengakibatkan penelitian menjadi tidak terfokus. Kerangka pemikiran ini akan membahas teori dasar pemikiran dari Penelitian ini yang kemudian akan menjadi asumsi dan memungkinkan terjadinya penalaran yang sedang diajukan Peneliti. Adapun teori yang digunakan dalam Penelitian ini adalah Teori Masyarakat Konsumtif Jean Baudrillard.

Menurut Anggasari yang di kutip dalam Sumartono tahun 2002, perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang tidak mendasari pembelian dengan kebutuhan, namun semata-mata hanya demi kepuasan maupun kesenangan, sehingga menyebabkan pengeluaran dana yang berlebih.

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang di anggap paling mahal dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan

untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Gaya hidup konsumtif yang dilakukan seseorang dengan menggunakan barang-barang mewah dilakukan untuk membedakan sosial ekonomi yang dia miliki dengan orang lain (Ajidarma, 1998:117).

Menurut Usman Efendi (2016), konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau juga disebut gaya bermewah-mewahan. James F Engel (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Selanjutnya perilaku konsumtif adalah aksi yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pemakaian, dan pengaturan produk dan jasa termasuk proses pemutusan yang mendahului dan mengikuti aksi ini (Effendi, 2016:15). Gaya hidup konsumtif mendorong seseorang untuk meninggikan sesuatu serba instan dan cepat. Konsumerisme tanpa disadari sudah menjadi budaya akan tetapi menjurus pada penyakit sosial yang berpotensi menciptakan masyarakat yang individualis dan matrealistis, bahkan mengarah ke hedonisme.

Perilaku konsumtif juga merupakan salah satu fenomena yang mempengaruhi hidup mahasiswa. Mahasiswa menjadi konsumtif karena adanya *online shop*, adanya iklan, mengikuti teman-temannya, cenderung boros, dan mengikuti tren terbaru. Seiring dengan berubahnya zaman, *tren* akan terus berubah, sehingga sebagian besar mahasiswi belum puas dengan apa yang dimilikinya,

dalam hal ini pemenuhan gaya hidup, atau persaingan antar teman. Hal ini mendorong mahasiswa untuk melakukan pemborosan yang berlebih dan memiliki perilaku hidup yang konsumtif.

Penggunaan media internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam ekonomi dan dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Penggunaannya juga semakin meningkat tidak hanya dari kalangan remaja seperti pelajar sekolah dan mahasiswa, bahkan anak-anak, orang dewasa sampai kaum lanjut usia pun mulai menjadi pengguna aktif internet. Akibatnya segala informasi yang bersifat positif maupun negative dapat dengan mudah diakses seluruh masyarakat. Dan di akui atau tidak, perlahan mulai mengubah pola dan gaya hidup dan membuat mereka jadi konsumtif. Hakekat konsumsi bukan hanya merupakan objek kepuasan dan kesenangan individu, melainkan seluruh kebutuhan kehidupan manusia sehari-hari. Konsumsi terkait dengan hasrat/keinginan individu, maupun kolektif terhadap suatu objek sebagaimana komentar George Ritzer berikutnya terhadap pandangan Jean Baudrillard tentang konsumsi. “Bagi Baudrillard, konsumsi bukan sekedar nafsu untuk membeli berbagai komoditas, satu fungsi kenikamatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan dan konsumsi objek”.

Berdasarkan uraian di atas maka kerangka Penelitian ini dapat dilihat pada

Bagan di bawah ini.

1.1.Kerangka Pemikiran



