

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

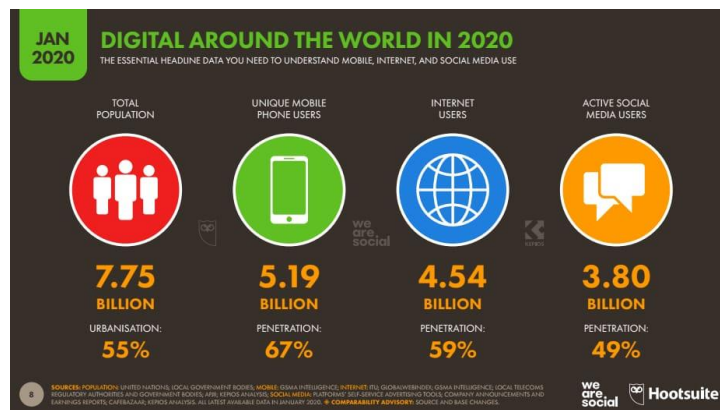
Manusia dalam memenuhi kebutuhannya tidak dapat terlepas dari aktivitas dalam mengkonsumsi barang maupun jasa. Kebutuhan manusia tidak terbatas jumlahnya. Terdapat tiga jenis kebutuhan manusia, yaitu kebutuhan utama (primer), kebutuhan pendukung (sekunder), dan kebutuhan atas barang mewah (tersier). Kebutuhan utama merupakan kebutuhan yang paling penting dan harus dipenuhi, seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Setelah kebutuhan utama terpenuhi, maka manusia dapat memenuhi kebutuhan pendukungnya, seperti meja, kursi, dan lain-lain. Selanjutnya, apabila kebutuhan utama dan kebutuhan pendukung telah terpenuhi, maka manusia pada umumnya akan memenuhi kebutuhan atas barang mewah, misalnya perhiasan, motor *sport*, mobil mewah, dan lain-lain.

Namun pada kenyataannya, manusia selalu merasa tidak puas. Apabila satu kebutuhan telah terpenuhi, maka selanjutnya akan muncul kebutuhan yang lainnya. Bahkan kebutuhan pendukung ataupun kebutuhan atas barang mewah berubah menjadi kategori kebutuhan utama yang harus dipenuhi oleh manusia.

Di era digital saat ini serta semakin berkembangnya teknologi memberikan kemudahan untuk berkomunikasi antar individu satu dengan

individu yang lainnya. Sehingga membuat media elektronik, salah satunya *smartphone* menjadi kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. *Smartphone* selain berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi antar individu, tetapi juga memiliki fungsi untuk memperoleh informasi dari seluruh dunia melalui internet.

Dengan adanya kemudahan dalam mengakses berbagai informasi hanya melalui *smarphone*, sehingga banyak pengguna dari seluruh dunia yang memanfaatkan adanya internet. Berdasarkan data yang diperoleh dari *We Are Social* dan *Hootsuite* bulan Januari 2020, mengungkapkan bahwa jumlah orang yang mengakses internet di seluruh dunia yaitu mencapai 4,54 Milyar pengguna, berikut adalah hasil survey-nya:

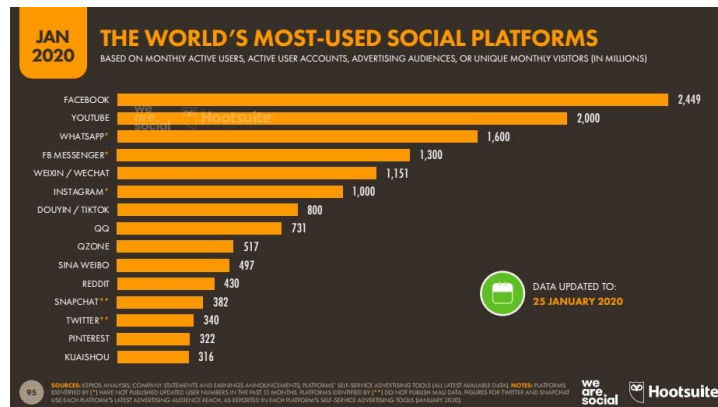


Sumber: <https://wearesocial.com>

Gambar 1.1
Hasil Survey Januari 2020 – Data Pengguna Internet Skala Dunia

Pada perkembangannya, internet menghadirkan berbagai media sosial untuk berkomunikasi antar individu, misalnya *FaceBook*, *Line*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain sebagainya. Media sosial tidak hanya

menyuguhkan konten berupa tulisan saja, melainkan para penggunanya juga dapat meng-*upload* foto dan video. Berikut adalah data pengguna media sosial yang diperoleh dari *We Are Social* dan *Hootsuite* bulan Januari 2020:



Sumber: <https://wearesocial.com>

Gambar 1.2 Hasil Survey Januari 2020 – Data Pengguna Media Sosial Skala Dunia

Dari hasil survey di atas, memberikan gambaran bahwa pengguna internet serta media sosial di seluruh dunia tidak sedikit jumlahnya. Bahkan banyak pengguna media sosial yang memanfaatkan akun media sosialnya tidak hanya sebagai sarana untuk berkomunikasi, melainkan juga sebagai lahan bisnis. Para pebisnis memanfaatkan media sosial yaitu sebagai sebuah media promosi mengenai produk yang dijualnya. Kegiatan promosi dengan media sosial dapat meminimalisir pengeluaran uang dan tenaga, karena promosi tersebut dapat dengan mudah diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun hanya dengan menggunakan data internet. Sehingga jaringan promosi dapat tersebar luas karena dilakukan secara *online*, dan penjual

dapat mengemas produknya semenarik mungkin yang didesain secara visual serta merangkai kalimat atau keterangan untuk menarik minat konsumen dalam pembelian produknya. Hal tersebut dapat memberikan pengaruh adanya perilaku konsumtif pada siswa atau kalangan remaja. Karena pada umumnya, usia remaja merupakan usia masa pencarian jati diri dan mudah terpengaruh oleh rayuan iklan. Dan mereka dengan mudah dapat mengakses akun-akun penjual toko *online* pada media sosial melalui *smartphone*-nya. Serta transaksi pembelian barang dapat dilakukan dengan mudah dan praktis karena pembeli tidak perlu pergi ke toko dan mengantri panjang, sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga.

Dalam mengkonsumsi barang, seseorang yang memiliki perilaku konsumtif dapat dikatakan tidak lagi memikirkan tentang fungsi, kegunaan, serta manfaat dari barang yang dikonsumsi atau dibelinya. Melainkan lebih mementingkan nilai yang melekat pada barang tersebut.² Dalam arti luas, perilaku konsumtif adalah perilaku dalam mengkonsumsi barang maupun jasa yang boros dan berlebihan, serta lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan sehingga orang yang berperilaku konsumtif tidak memiliki skala prioritas (Sembiring: 2008)³

² Annisa Adzkiya, *Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017)*, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (Jakarta: Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah), 2018, Hal: 1

³ Yasin`ta Aulia Nurachma dan Sandy Arief, *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya, Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016*, *Economic Education Analysis Journal*, Vol.: 6 No.: 2, Universitas Negeri Semarang, 2017, Hal: 492

Perilaku konsumtif tidak memandang usia, jenis kelamin, maupun status sosial. Siswa memiliki usia muda yang masih tergolong dalam kategori remaja. Perilaku konsumtif banyak dijumpai pada usia remaja. Remaja berperilaku konsumtif karena mereka cenderung mengikuti hal-hal yang biasa dilakukan pada lingkungan sosialnya. Lingkungan sosial memiliki peranan dalam mempengaruhi adanya perilaku konsumtif seseorang. Menurut Peter dan Olson (2000: 6), lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial yang dilakukan antar masyarakat sekitar, misalnya seorang remaja melakukan diskusi dengan teman sebayanya tentang pengamatan mengenai apa yang sedang dikenakan atau apa yang sedang dilakukan oleh orang lain. Sehingga remaja dan teman sebayanya akan belajar tentang sesuatu melalui dua jenis interaksi tersebut.⁴ Lingkungan sosial merupakan sebuah faktor yang mampu memberikan pengaruh atas perubahan-perubahan perilaku seseorang. Dalam lingkungan sosial, selain keluarga, teman sebaya memiliki pengaruh yang besar dalam pergaulan seseorang remaja. Dengan adanya dukungan dari teman sebaya, remaja akan mengikuti gaya hidup tanpa disaring terlebih dahulu. Padahal seseorang dalam usia remaja seharusnya memiliki pola atau hubungan pertemanan yang baik guna meningkatkan prestasi belajarnya. Menurut Jatman (yang dikutip Yustisi: 2009) mengatakan bahwa remaja merupakan salah satu dari golongan lingkungan masyarakat tidak terlepas dari perilaku konsumtif dan

⁴ Hartiyani Sadu Budianti, dkk, *Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS*, Jurnal Pendidikann Bisnis dan Ekonomi, Vol.: 3 No.: 2, 2017, Hal: 5

mudah terpengaruh rayuan iklan, serta mereka tidak dapat mengontrol hasrat mereka untuk berbelanja. Sehingga menjadi kesempatan untuk produsen untuk mendapatkan keuntungan.⁵ Apalagi untuk menuruti perilaku konsumtif tentu membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Sedangkan pendapatan seorang remaja (khususnya siswa) sebagian besar masih berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tuanya.

Orang tua memberikan uang saku yang seharusnya digunakan siswa dengan baik sebagai penunjang kebutuhan yang berhubungan dengan prestasinya, namun siswa tidak mengelola uang saku tersebut dengan baik atau secara rasional. Siswa menggunakan uang saku tersebut untuk kegiatan konsumsi di luar kebutuhan prestasi, sehingga dapat mengurangi minat siswa dalam menabung.

Menurut isu yang tersebar di lapangan, mengatakan bahwa siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek memiliki perilaku konsumtif yang cukup tinggi. Apalagi didukung dengan adanya kemajuan teknologi saat ini yang membuat mereka lebih tertarik untuk berbelanja menggunakan media sosial dengan alasan lebih sederhana(*simple*), hanya dengan cara meng-klik barang yang mereka inginkan dan pembayarannya dilakukan melalui transfer, kemudian barang tersebut akan diantar ke alamat mereka. Sehingga mereka tidak perlu pergi ke toko. Bagi kalangan remaja (siswa) dengan melalui penampilan, mereka dapat menunjukkan jati diri serta menunjukkan bahwa

⁵ Suviona, *Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Kontrol Diri pada Remaja di SMU WR. Supratman 1 Medan*, Jurnal Psikologi Prima, Vol: 3 No: 1 Mei 2020, Universitas Prima Indonesia, Hal: 57

mereka pantas berada dalam kelompok lingkungan sosial tertentu. Remaja berperilaku konsumtif cenderung melakukan hal-hal yang sama dengan lingkungan sosialnya agar mereka diterima dengan baik. Sedangkan untuk menunjang kegiatan berbelanja, mereka masih menggunakan uang yang berasal dari pemberian orang tuanya. Di mana uang saku ini yang seharusnya digunakan untuk memenuhi kebutuhan prestasinya, tetapi malah digunakan untuk mengkonsumsi barang yang bukan prioritas. Sehingga peneliti tertarik untuk membuktikan apakah isu perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021 tersebut benar terjadi atau tidak.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas serta mengambil judul **“PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, LINGKUNGAN SOSIAL, DAN UANG SAKU DARI ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA KELAS XI SMA NEGERI 2 TRENGGALEK TAHUN AJARAN 2020/2021”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi perilaku konsumtif, dengan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi internet terutama di bidang media sosial sangat berkembang dengan pesat, membuat para siswa tertarik untuk selalu mengakses akun media sosialnya.
2. Usia remaja merupakan usia masa peralihan dalam mencari jati diri, sehingga remaja dapat dengan mudah terbujuk rayuan iklan, sehingga remaja menjadi sasaran dari berbagai produk perusahaan.
3. Remaja cenderung mengikuti hal-hal yang biasa dilakukan pada lingkungan sosialnya, seperti mengenai apa yang sedang dikenakan atau yang sedang dilakukan oleh orang lain.
4. Dalam perilaku konsumtif tentunya membutuhkan biaya yang tidak sedikit, sedangkan pendapatan seorang remaja (khususnya siswa) sebagian besar masih berasal dari uang saku yang diberikan orang tua. Seharusnya remaja dapat memanfaatkan uang tersebut untuk menunjang kebutuhan prestasinya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021 ?
2. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021 ?

3. Apakah uang saku dari orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021 ?
4. Apakah penggunaan media sosial, lingkungan sosial, dan uang saku dari orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021 ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disebutkan tujuan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021.
2. Untuk mengetahui lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021.
3. Untuk mengetahui uang saku dari orang tua berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021.
4. Untuk mengetahui penggunaan media sosial, lingkungan sosial, dan uang saku dari orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak yang membutuhkan informasi atau data yang terkait dengan penelitian ini. Berikut penjelasan mengenai manfaat yang terbagi secara:

1. Secara Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh penggunaan media sosial, lingkungan sosial, dan uang saku dari orang tua terhadap perilaku konsumtif pada usia remaja khususnya siswa. Serta diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan mengenai perilaku konsumtif.

2. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

a. Bagi Penulis

Dengan adanya hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta mampu menerapkan teori yang telah dipelajari, khususnya pengetahuan yang berhubungan dengan pengaruh penggunaan media sosial, lingkungan sosial, dan uang saku dari orang tua terhadap perilaku konsumtif.

b. Bagi Siswa

Diharapkan dapat mengarahkan siswa agar dapat mengontrol perilaku konsumtif, dan dapat memanfaatkan uang

saku secara rasional dengan mengutamakan kebutuhan yang menjadi prioritas dalam artian tidak mengutamakan keinginannya atau gengsi semata.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai perilaku konsumtif, agar masyarakat dapat mengutamakan kebutuhan yang menjadi prioritas.

d. Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para peneliti di masa yang akan datang, sebagai referensi untuk melakukan penelitian pada permasalahan di bidang yang sama dengan variabel yang berbeda guna menghasilkan penelitian yang lebih baik.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini, yaitu berkaitan dengan variabel X dan Y. Di mana terdiri dari variabel independen (variabel bebas) yaitu penggunaan media sosial (X_1), lingkungan sosial (X_2), dan uang saku dari orang tua (X_3), serta variabel dependen (variabel terikat) yaitu perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021 (Y).

Selanjutnya, keterbatasan penelitian yaitu hanya meneliti perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021 khususnya dalam penggunaan media sosial.

G. Penegasan Istilah

1. Penegasan Istilah secara konseptual

a. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif diartikan sebagai kegiatan seseorang dalam membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan prioritas atau hanya berdasar pada keinginan semata.⁶

b. Penggunaan Media Sosial

Media sosial merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam interaksi sosial dengan berbasiskan adanya internet.⁷ Sedangkan penggunaan media sosial diartikan sebagai jumlah waktu yang digunakan seseorang dalam menggunakan media yang berbasis internet yang dapat digunakan sebagai sarana interaksi dengan orang lain yang paling praktis, efektif, dan efisien.

⁶ Aulia Nur Rahma, *Skripsi: Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah 1 Kota Magelang*, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018, Hal: 4

⁷ Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, Jurnal Psikologi, Vol: 25 No: 1 2017, Universitas Negeri Semarang, Hal: 37

c. Lingkungan Sosial

Menurut Peter dan Olson (2000: 6), lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial yang dilakukan antar masyarakat, misalnya seorang remaja melakukan diskusi dengan teman sebayanya tentang pengamatan mengenai apa yang sedang dikenakan atau apa yang sedang dilakukan oleh orang lain. Sehingga remaja dan teman sebayanya akan belajar tentang sesuatu melalui dua jenis interaksi tersebut.⁸

d. Uang Saku dari Orang Tua

Uang saku dapat juga diartikan sebagai uang jajan. Uang saku merupakan uang yang berasal dari orang tua yang diberikan kepada anaknya yang belum memiliki penghasilan, dan dapat dibelanjakan untuk keperluan sewaktu-waktu.⁹

e. **Penegasan Istilah secara operasional**

Penegasan operasional penelitian pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Lingkungan Sosial, dan Uang Saku dari Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 Trenggalek Tahun Ajaran 2020/2021”, membahas mengenai bagaimana perilaku konsumtif siswa yang ditimbulkan karena adanya penggunaan media sosial. Diharapkan siswa SMA

⁸ Hartiyani Sadu Budianti, dkk, *Pengaruh Lingkungan Sosial...*, Hal: 5

⁹ Fadilla, *Pengaruh Penghasilan Orang Tua dan Uang Saku Terhadap Prestasi Mahasiswa (STEBIS UGM)*, Jurnal Keuangan dan Bisnis, Maret 2017, Hal: 29

Negeri 2 Trenggalek dapat mengendalikan perilaku konsumtif atau mengkonsumsi barang tidak secara rasional.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini sesuai dengan buku panduan penulisan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang terdiri dari enam bab. Dalam setiap bab-nya terdiri atas komponen sub bab, serta sebelum menuju pada pembahasan bab pertama yang berisikan pendahuluan, penulis menyajikan suatu permulaan yang tersusun secara terperinci dan urut yang meliputi halaman sampul luar, halaman sampul dalam, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Berikut adalah pembahasan dalam skripsi ini yang terdiri dari enam bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang untuk memberikan penjelasan dari pembahasan yang diteliti. Dalam bab ini memuat beberapa hal yang menjadi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan mengenai teori-teori yang membahas tentang pengaruh penggunaan media sosial, lingkungan sosial, dan uang saku dari orang tua, serta menerangkan mengenai perilaku konsumtif, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian. Dari bab inilah yang menjadi bahan pembahasan hasil temuan atau hasil penelitian dari lapangan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menerangkan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menampilkan deskripsi data yang diperoleh peneliti, hasil analisis data yang diperoleh, dan hasil uji hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini menerangkan mengenai hasil penelitian yang telah di bahas. Serta membahas keterkaitan antara hasil penelitian yang telah dilakukan dengan teori-teori yang telah ada, dan mengintepretasikan temuan teori yang telah diperoleh peneliti di lapangan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini menerangkan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari pembahasan. Saran yang diajukan berkaitan dengan penelitian dan merupakan anjuran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.