

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Ekonomi Makro

Ilmu Ekonomi secara garis besar dibagi atas 2 (dua) cabang, yaitu ekonomi mikro dan ekonomi makro. Ekonomi mikro membahas mengenai unit-unit individu seperti perusahaan dan rumah tangga (mekanisme pasar, perilaku konsumen, perilaku produksi, serta berbagai bentuk pasar). Jadi, yang menjadi perhatian adalah individu.

Sedangkan dalam teori makro ekonomi perilaku-perilaku individu tersebut digabungkan menjadi satu, atau secara *agregat* (keseluruhan). Jadi, yang menjadi perhatian tidak lagi pada produksi satu perusahaan dan harga suatu barang, tetapi produksi total dan tingkat harga umum (perekonomian suatu negara). Pada ekonomi makro pembahasannya menakup konsep pendapatan nasional, mekanisme penentuan pendapatan nasional melalui interaksi antara permintaan *agregat* (konsumsi, investasi, belanja pemerintah, sektor luar negeri) dan penawaran *agregat* (fungsi produksi agregat dan pasar tenaga kerja).

Teori ekonomi makro diajarkan agar kita mengetahui permasalahan-permasalahan ekonomi makro dan menganalisisnya sehingga dapat mengambil kebijakan-kebijakan makro yang dapat menyebabkan permasalahan ekonomi nasional.²¹

²¹ Aang Curatman, *Teori Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Swagati Press, 2010), hal. 1

1. Masalah-Masalah Pokok Ekonomi Makro

Secara garis besar terdapat empat masalah pokok pada ekonomi makro, yaitu:²²

a. Masalah Inflasi

Inflasi secara definisi adalah kenaikan harga secara umum yang terjadi terus-menerus. Inflasi menjadi masalah karena hal ini menyangkut daya beli masyarakat suatu negara. Jika harga umum mengalami kenaikan (inflasi) tetapi tidak diimbangi dengan kenaikan pendapatan per kapita, maka jelas daya beli masyarakat menjadi sangat berkurang.

b. Masalah Pengangguran

Adanya pengangguran berarti menunjukkan perekonomian negara itu tidak dalam kondisi *full-employment*. Ada faktor yang tidak terpakai (berlebih) yaitu tenaga kerja. Memang kondisi idealnya suatu negara harus berada di dalam keadaan *full-employment*, akan tetapi untuk mencapai kondisi ini tidak mungkin sangat jarang terjadi. Bahkan Keynes, mengatakan bahwa kondisi perekonomian suatu negara selalu berada dalam keadaan *under-employment*, kalau pun terjadi pada keadaan *full-employment* itu hanya kebetulan saja.

c. Masalah Keseimbangan Neraca Pembayaran

²² *Ibid.*, hal. 2-5

Neraca pembayaran merupakan informasi keadaan keuangan satu negara secara umum. Jika negara tersebut memiliki kondisi yang *surplus* berarti negara itu memiliki cadangan devisa yang besar. Apa gunanya cadangan devisa itu? Cadangan ini digunakan untuk kegiatan transaksi perdagangan luar negeri. Cadangan ini digunakan untuk membiayai impor barang-barang dari luar negeri.

d. Masalah Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari adanya peningkatan di dalam GDP (*Gross Domestic Product*) atau GNP (*Gross National Product*). Adanya peningkatan dalam GDP berarti menunjukkan adanya peningkatan pendapatan per kapita. Pendapatan per kapita merupakan pendapatan masyarakat per individu.

B. Konsumsi

1. Pengertian Konsumsi

Konsumsi adalah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan faedah suatu benda (barang dan jasa) dalam rangka pemenuhan kebutuhan. Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi mencakup keperluan, kesenangan, dan kemewahan. Konsumsi merupakan salah satu kegiatan pokok dalam islam.²³

Konsumsi adalah kegiatan dalam menggunakan, memakai, mamakan, atau menghabiskan barang atau jasa. Islam memberikan aturan tentang konsumsi bukan berarti islam melarang umatnya untuk menikmati rezeki yang diberikan Allah Swt, tetapi islam mengaturnya

²³ H. Fakhry Zamzam, *Etika Bisnis Islam "Seni Bisnis Keberkahan"*, (Sleman: CV Budi Utama, 2010), hal. 34

agar bisa dirasakan seluruh umat manusia baik di dunia maupun di akhirat.²⁴

Jadi dapat dipahami bahwa konsumsi merupakan pemenuhan kebutuhan baik jasmani maupun rohani, sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah Swt untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan.

Pada dasarnya konsumsi dibangun atas dasar dua hal, yaitu kebutuhan (*need*) dan kegunaan atau kepuasan (*utility*). *Utility* sebagai kepemilikan terhadap barang atau jasa yang digambarkan untuk memuaskan keinginan manusia. Padahal kebutuhan merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan. Keinginan ditetapkan berdasarkan konsep *utility*, sedangkan kebutuhan didasarkan pada konsep maslahat. Karena semua barang dan jasa yang memberikan maslahat disebut kebutuhan manusia.²⁵

Dalam istilah sehari-hari konsumsi sering diartikan sebagai tindakan pemenuhan makanan dan minuman saja. Namun sejatinya tindakan konsumsi lebih luas dari pengertian tersebut di atas, konsumsi merupakan tindakan penggunaan barang dan jasa akhir yang siap digunakan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. “Fungsi utama dari barang dan jasa konsumsi ialah memenuhi kebutuhan langsung pemakainya” .

²⁴ *Ibid.*, hal. 34

²⁵ *Ibid.*, hal. 35

Konsumsi adalah barang atau jasa yang dibeli oleh rumah tangga konsumsi. Barang dapat dipilah menjadi barang tidak tahan lama (*nondurable goods*) yaitu barang yang habis dipakai dalam waktu pendek, seperti makanan dan pakaian dan barang tahan lama (*durable goods*) yaitu barang yang memiliki usia panjang seperti mobil, televisi, dan alat-alat elektronik. Sementara itu jasa (*service*) meliputi pekerjaan yang dilakukan untuk konsumen oleh individu dan perusahaan seperti potong rambut dan berobat ke dokter.²⁶

2. Fungsi Konsumsi

Fungsi konsumsi menunjukkan hubungan antara tingkat pengeluaran konsumsi dengan tingkat pendapatan. Sedangkan fungsi tabungan menunjukkan hubungan antara tingkat tabungan dengan tingkat pendapatan.²⁷

Fungsi konsumsi dan tabungan dapat dinyatakan dalam persamaan:

i. Fungsi konsumsi

$$C = a + b Y$$

ii. Fungsi tabungan

$$S = -a + (1-b)Y$$

Dimana a adalah konsumsi rumah tangga ketika pendapatannya nol, b adalah kecenderungan mengkonsumsi marginal,

²⁶ Muhammad Sandra, "Pola Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi 2013 (Studi tentang Mahasiswa Beasiswa Bidikmisi 2013 Universitas Riau)", *JOM FISIP* Vol. 4 No. 2, Oktober 2017, hal. 5

²⁷ Samuelson dan Nordhaus, *Ilmu Makroekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2004), hal. 129

C adalah tingkat konsumsi, dan Y adalah tingkat pendapatan. Fungsi konsumsi dan tabungan dapat pula menunjukkan hubungan di antara konsumsi atau tabungan dengan pendapatan disposabel Y_d .

Konsep kecenderungan mengkonsumsi bisa dibedakan menjadi dua istilah yaitu kecenderungan mengkonsumsi marginal (MPC) dan kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (APC). Berikut penjelasan mengenai konsep tersebut:

a) Kecenderungan mengkonsumsi marginal (*Marginal Propensity to Consume*), atau secara ringkas selalu dinyatakan sebagai MPC, dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara pertambahan konsumsi (ΔC) yang dilakukan dengan pertambahan pendapatan disposabel (ΔY_d) yang diperoleh. Nilai MPC dapat dihitung dengan menggunakan formula:

$$MPC = \Delta C / \Delta Y_d$$

b) Kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*Average Propensity to Consume*), atau secara ringkas selalu dinyatakan sebagai APC, dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara tingkat konsumsi (C) dengan tingkat pendapatan disposabel ketika konsumsi tersebut dilakukan (Y_d). Nilai APC dapat dihitung dengan menggunakan formula:

$$APC = C / Y_d$$

Konsep kecenderungan menabung juga bisa dibedakan menjadi dua istilah yaitu kecenderungan menabung marginal

(MPS) dan kecenderungan menabung rata-rata (APS). Berikut penjelasan mengenai konsep tersebut:

- 1) Kecenderungan menabung marginal (*Marginal Propensity to Save*), atau secara ringkas selalu dinyatakan sebagai MPS, dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara penambahan tabungan (ΔS) dengan penambahan pendapatan disposabel (ΔY_d). Nilai MPS dapat dihitung dengan menggunakan formula:

$$MPS = \Delta S / \Delta Y_d$$

- 2) Kecenderungan menabung rata-rata (*Average Propensity to Save*), atau secara ringkas selalu dinyatakan sebagai APS, menunjukkan perbandingan antara tabungan (S) dengan pendapatan disposabel (Y_d). Nilai APS dapat dihitung dengan menggunakan formula:²⁸

$$APS = S / Y_d$$

3. Teori Konsumsi

a. Teori Konsumsi John Maynard Keynes

Keynes membuat tiga dugaan tentang fungsi konsumsi. Pertama, Keynes menduga bahwa kecenderungan mengkonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*) yaitu jumlah yang dikonsumsi dari setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu. Ia menyatakan bahwa manusia sudah pasti, secara alamiah

²⁸ Sadono Sukirno, *Makroekonomi: Teori pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 109-112

dan berdasarkan rata-rata, untuk meningkatkan konsumsi ketika pendapatan mereka naik, tetapi tidak sebanyak kenaikan pendapatan mereka. Artinya, ketika orang-orang menerima tambahan pendapatan, mereka biasanya mengkonsumsi sebagian dan menabung sebagian. Dari asumsi Keynes tersebut menjelaskan pada saat pendapatan seseorang semakin tinggi maka semakin tinggi pula konsumsi dan tabungannya.

Kedua, Keynes menyatakan bahwa rasio konsumsi terhadap pendapatan, yang disebut kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*avarage propensity to consume*), turun ketika pendapatan naik. Ia percaya bahwa tabungan adalah kemewahan, sehingga ia menduga orang kaya menabung dalam proporsi yang lebih tinggi dari pendapatan mereka ketimbang si miskin.

Ketiga, Keynes berpendapat bahwa pendapatan merupakan determinan konsumsi yang penting dan tingkat bunga tidak memiliki peranan penting. Fungsi konsumsi Keynes sering ditulis sebagai:²⁹

$$C = C + cY, C > 0, 0 < c < 1$$

Keterangan:

C = konsumsi

Y = pendapatan disposebel

C = konstanta

²⁹ N. Gregory Mankiw, *Makroekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hal. 447-448

c = kecenderungan mengkonsumsi marginal.

b. Stagnasi Sekuler, Teka-Teki Konsumsi (Simon Kuznets)

1) Stagnasi Sekuler (*Secular Stagnation*)

Pemusatan perhatian pada dugaan Keynes bahwa kecenderungan mengkonsumsi rata-rata turun bila pendapatan naik. Beberapa ekonom membuat prediksi selama Perang Dunia II. Para ekonom ini beralasan bahwa bila pendapatan dalam perekonomian tumbuh sepanjang waktu, rumah tangga akan mengkonsumsi bagian yang semakin kecil dari pendapatan mereka. Para ekonom takut bahwa mungkin saja tidak ada proyek investasi yang cukup menguntungkan untuk menyerap seluruh tabungan ini. Jika benar, maka konsumsi yang rendah akan mengakibatkan permintaan atas barang dan jasa yang tidak mencukupi, yang mengakibatkan depresi begitu permintaan masa perang dari pemerintah terhenti. Perekonomian akan mengalami apa yang mereka sebut stagnasi sekuler yaitu depresi panjang dalam durasi tanpa batas. Pada akhir Perang Dunia II, meskipun pendapatan jauh lebih tinggi setelah perang daripada sebelumnya, namun pendapatan yang lebih tinggi ini tidak meningkatkan tabungan dalam jumlah besar. Dugaan Keynes bahwa kecenderungan

mengonsumsi rata-rata akan turun ketika pendapatan naik ternyata tidak terjadi.³⁰

2) Teka-Teki Konsumsi (Simon Kuznets)

Simon Kuznets menemukan bahwa rasio konsumsi terhadap pendapatan cenderung stabil dari dekade ke dekade meskipun terdapat kenaikan yang besar dalam pendapatan. Temuan Kuznets menunjukkan bahwa kecenderungan mengonsumsi rata-rata hampir konstan selama periode waktu yang panjang. Fakta ini menunjukkan teka-teki yang memotivasi diadakannya penelitian mengenai konsumsi.³¹

c. Teori Konsumsi dengan Hipotesis Siklus Hidup

Franco Modigliani menekankan bahwa pendapatan bervariasi secara sistematis selama kehidupan seseorang dan tabungan membuat konsumen dapat mengalihkan pendapatan dari masa hidupnya ketika pendapatan tinggi ke masa hidup ketika pendapatan rendah. Satu alasan penting bahwa pendapatan bervariasi selama kehidupan seseorang adalah masa pensiun. Kebanyakan orang merencanakan akan berhenti bekerja pada usia kira-kira 65 tahun, dan mereka berekspektasi bahwa penghasilan mereka akan turun ketika pensiun. Tetapi mereka tidak ingin standar kehidupannya mengalami penurunan besar, sebagaimana diukur dengan konsumsi mereka. Untuk mempertahankan

³⁰ *Ibid.*, hal. 448

³¹ *Ibid.*, hal. 449

konsumsi setelah berhenti bekerja, orang-orang harus menabung selama masa-masa kerja mereka.³²

4. Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menjelaskan bagaimana seseorang dengan pendapatan yang diperolehnya, sanggup membeli banyak sekali barang dan jasa sehingga tercapai kepuasan tertentu sesuai dengan apa yang diharapkannya. Dilihat dari pengkonsumsian suatu produk sikap konsumen dibedakan menjadi dua yaitu:³³

a). Perilaku Konsumen Rasional

Suatu kegiatan konsumsi bisa dikatakan rasional bila beberapa hal dibawah ini diperhatikan.

1. Produk tersebut bisa menawarkan kepuasan dan nilai guna yang optimal.
2. Produk tersebut memang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen.
3. Kualitas atau mutu produk tersebut terjamin atau baik.
4. Harga suatu produk sesuai dan setara dengan kemampuan yang dimiliki konsumen.

b). Perilaku Konsumen Irasional

Perilaku irasional yaitu kebalikan dari sikap rasional. Suatu sikap yang dilakukan oleh konsumen bisa dikatakan irasional

³² *Ibid.*, hal. 460-461

³³ Artonang, *Teori Sikap Konsumen*, diakses <https://giletelus.blogspot.com/2018/01/teori-sikap-konsumen.html?m=1> pada Sabtu, 24 Juli 2021 pukul 12.44

apabila konsumen melaksanakan pembelian produk tanpa memperkirakan kegunaan dari produk tersebut, teladan sikap irasional antara lain:

1. Tertarik dan terpujau pada promosi dan iklan dari suatu produk baik melalui media cetak, elektronik ataupun sosial
2. Merk yang dimiliki hayanya brand terkenal
3. Mengutamakan gengsi atau prestise.

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.³⁴

Perkembangan harga mempengaruhi pilihan dan keputusan konsumen dalam membeli sejumlah barang. Jika harga barang naik konsumen cenderung mengurangi pembeliannya. Jika harga turun konsumen akan menambah pembeliannya. Keterbatasan pendapatan menuntut konsumen untuk berhati-hati dalam membelanjakan atau mengalokasikan dana yang dimilikinya. Agar dengan keterbatasan pendapatan tersebut dapat memperoleh barang yang mempunyai utilitas (nilai guna) tinggi sesuai dengan kebutuhannya. Utilitas (nilai guna) adalah kemampuan suatu barang dalam memenuhi kebutuhan manusia.³⁵

³⁴ James F Engel, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), hal. 3

³⁵ Lia Amaliawati dan Asfia Murni, *Ekonomi Mikro*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), hal. 121

Akan diuraikan beberapa pendekatan untuk menjelaskan perilaku konsumen, yaitu:

a. Pendekatan Kardinal (*Cardinal Approach*)

Menurut pendekatan ini, nilai guna dapat diukur dengan satuan uang, dan tinggi rendahnya nilai guna bergantung pada subjek yang menilai. Pendekatan ini juga mengandung anggapan bahwa semakin berguna suatu barang maka akan semakin diminati. Asumsi dari pendekatan ini adalah:

- 1) Konsumen rasional, artinya konsumen bertujuan memaksimalkan kepuasannya dengan batasan pendapatannya.
- 2) *Diminishing marginal utility*, artinya tambahan utilitas (nilai guna) yang diperoleh konsumen makin menurun dengan bertambahnya konsumsi dari komoditas tersebut.
- 3) Pendapatan konsumen tetap.
- 4) *Constant marginal utility of money*, artinya uang mempunyai nilai subjektif yang tetap.
- 5) Total *utility* menunjukkan jumlah kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi berbagai jumlah barang. Total *utility* adalah *additive* dan *independent*. *Additive* artinya nilai guna dari sekumpulan barang adalah fungsi dari kuantitas masing-masing barang yang dikonsumsi. Sedangkan *independent* mengandung pengertian bahwa nilai guna X_1 , tidak

dipengaruhi oleh tindakan mengkonsumsi barang X_2 , X_3 , $X_4 \dots X_n$ dan sebaliknya.³⁶

Dalam pendekatan kardinal terdapat satu landasan aturan yaitu aturan Gossen :³⁷

- i. Hukum Gossen I : menyatakan bahwasanya kepuasan konsumen akan menurun ketika kebutuhan mereka dipenuhi terus-menerus.
- ii. Hukum Gossen II : menyatakan bahwasanya seorang konsumen akan terus menerus memenuhi kebutuhannya hingga mencapai intensitas yang sama. Maksud dari intensitas yang sama yaitu rasio antara marginal utility dan harga dari produk yang satu dengan rasio marginal utility dan harga produk yang lainnya.

b. Pendekatan Ordinal (*Ordinal Approach*)

Dalam pendekatan ordinal, nilai guna tidak dapat diukur atau dikuantifikasi. Nilai guna hanya dapat dibandingkan tinggi atau lebih tinggi, sebaliknya rendah atau lebih rendah. Pendekatan yang dipakai dalam teori ordinal adalah *indifference curve*, yaitu kurva yang menunjukkan kombinasi dua macam barang konsumsi yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. Asumsi dari pendekatan ini adalah:

³⁶ Tati Suhartati dan Fathorrazi, *Teori Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 53-54

³⁷ Artonang, *Teori Sikap Konsumen*, diakses <https://giletelus.blogspot.com/2018/01/teori-sikap-konsumen.html?m=1> pada Sabtu, 24 Juli 2021 pukul 12.44

- 1) Konsumen rasional.
- 2) Konsumen mempunyai pola preferensi terhadap barang yang disusun berdasarkan urutan besar kecilnya nilai guna.
- 3) Konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu.
- 4) Konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan maksimum.
- 5) Konsumen konsisten, artinya bila A lebih dipilih daripada B karena A lebih disukai daripada B, dan tidak berlaku sebaliknya B lebih dipilih daripada A.
- 6) Berlaku hukum transitif, artinya bila A lebih disukai daripada B, B lebih disukai daripada C, maka A lebih disukai daripada C. Artinya barang yang paling disukai konsumen adalah barang yang paling mempunyai nilai guna.³⁸

c. Preferensi Nyata (*Revealed Preference*)

Teori ini diperkenalkan oleh Paul Samuelson. Dalam memilih berbagai macam barang yang dihadapinya, dengan syarat bahwa konsumen konsisten dalam preferensinya akan barang satu dibandingkan barang lain. Asumsi dari teori ini adalah:

- 1) Rasionalitas, yaitu konsumen adalah rasional. Juga mengandung pengertian bahwa jumlah barang yang banyak lebih disukai daripada barang yang sedikit.

³⁸ *Ibid.*, hal. 58-59

- 2) Konsisten, artinya apabila konsumen telah menentukan A lebih disukai daripada B maka dia tidak sekali-kali mengatakan bahwa B lebih disukai daripada A.
- 3) Asas transitif, artinya bila konsumen menyatakan A lebih disukai daripada B, dan B lebih disukai daripada C, maka ia akan menyatakan juga bahwa A lebih disukai daripada C.
- 4) *Revealed preference axioma*, yaitu konsumen tentu akan menyisihkan sejumlah uang tertentu untuk pengeluarannya. Jumlah ini merupakan anggaran yang dapat dipergunakannya. Kombinasi barang X dan Y yang sesungguhnya dibeli di pasar merupakan preferensi atas kombinasi daripada kombinasi X dan Y yang lain. Kombinasi yang dibeli ini akan memberikan nilai guna yang tertinggi baginya.³⁹

d. Pendekatan Atribut

Pendekatan ini diperkenalkan oleh Kelvin Lancaster. Pendekatan ini mempunyai pandangan bahwa konsumen dalam membeli produk tidak hanya karena nilai guna dari produk tersebut, tetapi karena karakteristik atau atribut-atribut yang disediakan oleh produk tersebut. Kita akan terlepas dari diskusi mengenai bagaimana mengukur nilai guna suatu barang, yang merupakan asumsi dasar dari pendekatan sebelumnya. Pendekatan ini memandang suatu barang yang diminta konsumen bukan

³⁹ *Ibid.*, hal. 78

jumlahnya, melainkan atribut yang melekat pada barang tersebut, sehingga lebih dapat menjelaskan tentang pilihan konsumen terhadap produk.⁴⁰

Adapun beberapa teori sikap konsumen yaitu:

i. Teori Ekonomi Mikro

Teori ini beranggapan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal. Mereka akan berupaya meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk apabila memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsi, dimana kepuasan ini sebanding atau lebih besar dengan marginal utility yang diturunkan dari pengeluaran yang sama untuk beberapa produk yang lain,

ii. Teori Psikologis

Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Bidang psikologis ini sangat kompleks dalam menganalisa sikap konsumen, alasannya yaitu proses mental tidak sanggup diamati secara langsung.

iii. Teori Antropologis

Teori ini juga menekankan sikap pembelian dari suatu kelompok masyarakat yang ruang lingkungannya sangat luas, ibarat kebudayaan, kelas-kelas sosial, dan sebagainya.

⁴⁰ *Ibid.*, hal. 80-83

5. Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya pengeluaran konsumsi rumah tangga, antara lain:⁴¹

a. Faktor-Faktor Ekonomi:

Ada empat faktor yang menentukan tingkat konsumsi, yaitu:

1) Pendapatan Rumah Tangga (*Household Income*).

Pendapatan rumah tangga sangat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Biasanya makin baik tingkat pendapatan, tingkat konsumsi makin tinggi. Karena ketika tingkat pendapatan meningkat, kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar atau mungkin juga pola hidup menjadi semakin konsumtif, setidaknya-tidaknya semakin menuntut kualitas yang baik.

2) Kekayaan Rumah Tangga (*Household Wealth*). Tercakup

dalam pengertian kekayaan rumah tangga adalah kekayaan riil (rumah, tanah, dan mobil) dan financial (deposito berjangka, saham, dan surat-surat berharga). Kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi, karena menambah pendapatan disposable.

3) Tingkat Bunga (*Interest Rate*). Tingkat bunga yang tinggi

dapat mengurangi keinginan konsumsi. Dengan tingkat

⁴¹ H. Abdul Wahab, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Cet. I; Alauddin University Press, 2012), hal. 79-84.

bunga yang tinggi, maka biaya ekonomi (*opportunity cost*) dari kegiatan konsumsi akan semakin mahal. Bagi mereka yang ingin mengonsumsi dengan berutang dahulu, misalnya dengan meminjam dari bank dan menggunakan kartu kredit, biaya bunga semakin mahal, sehingga lebih baik menunda/mengurangi konsumsi.

- 4) Perkiraan Tentang Masa Depan (*Household Expectation About The Future*). Faktor-faktor internal yang dipergunakan untuk memperkirakan prospek masa depan rumah tangga antara lain pekerjaan, karier dan gaji yang menjanjikan, banyak anggota keluarga yang telah bekerja. Sedangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi antara lain kondisi perekonomian domestik dan internasional, jenis-jenis dan arah kebijakan ekonomi yang dijalankan pemerintah.

b. Faktor-Faktor Demografi

- 1) Jumlah Penduduk. Jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun pengeluaran rata-rata per orang atau per keluarga relatif rendah. Pengeluaran konsumsi suatu negara akan sangat besar, bila jumlah penduduk sangat banyak dan pendapatan per kapita sangat tinggi.

2) Komposisi Penduduk. Pengaruh komposisi penduduk terhadap tingkat konsumsi, antara lain; Makin banyak penduduk yang berusia kerja atau produktif (15-64 tahun), makin besar tingkat konsumsi. Sebab makin banyak penduduk yang bekerja, penghasilan juga makin besar; Makin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, tingkat konsumsinya juga makin tinggi, sebab pada saat seseorang atau suatu keluarga makin berpendidikan tinggi maka kebutuhan hidupnya makin banyak; Makin banyak penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan, pengeluaran konsumsi juga semakin tinggi. Sebab umumnya pola hidup masyarakat perkotaan lebih konsumtif dibanding masyarakat pedesaan.

c. Faktor-Faktor Non Ekonomi

Faktor-faktor non-ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial budaya masyarakat. Misalnya saja, berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih hebat/ideal.

Ketiga faktor yang telah disebutkan diatas saling terkait erat dan saling mempengaruhi. Karena itu, bisa saja terjadi dalam kelompok masyarakat yang berpendapatan rendah yang memaksakan untuk membeli barang-barang dan jasa yang sebenarnya tidak sesuai dengan kemampuannya.

Adapun menurut kotrel dalam Putu Hendry Ryan Hartanto faktor yang mempengaruhi pola konsumsi barang dan jasa yaitu:⁴²

- 1) Faktor budaya yang terdiri dari: kebudayaan, sub kebudayaan dan kelas sosial.
- 2) Faktor sosial yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
- 3) Faktor Pribadi yang terdiri dari usia dan tahap hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep pribadi pembeli.
- 4) Faktor psikologi yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, serta kepercayaan dan sikap pendirian.

C. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan rumah tangga menentukan tingkat konsumsi secara seunit kecil atau dalam keseluruhan ekonomi. Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apa pun. Apabila pendapatan pribadi dikurangi dengan pajak yang harus dibayar oleh para penerima pendapatan, nilai yang tersisa dinamakan pendapatan disposable.⁴³

⁴² Putu Hendry Ryan Hartanto, Skripsi: “*Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswi Dalam Menggunakan Jasa Salon di Kota Yogyakarta*”, (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016), hal. 9

⁴³ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makroekonomi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1999), hal. 49-51

Arus uang mengalir dari pihak dunia usaha kepada masyarakat dalam bentuk upah, bunga, sewa, dan laba. Keempatnya merupakan bentuk-bentuk pendapatan yang diterima oleh anggota masyarakat sebagai balas jasa untuk faktor-faktor produksi. Pendapatan mengacu kepada aliran upah, pembayaran bunga, keuntungan saham, dan hal-hal lain mengenai pertambahan nilai selama periode waktu tertentu. Jumlah dari seluruh pendapatan adalah pendapatan nasional.⁴⁴

Salah satu faktor penting lainnya dalam menentukan pola permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa adalah pendapatan suatu masyarakat. Perubahan yang terjadi terhadap pendapatan akan selalu mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Secara umum, apabila pendapatan seorang konsumen meningkat maka permintaan terhadap suatu barang tertentu juga akan meningkat, dengan asumsi faktor lain dianggap tetap. Berdasarkan sifat perubahan permintaan apabila pendapatan berubah, maka berbagai macam barang dapat dikelompokkan menjadi:⁴⁵

- a. Barang normal adalah barang yang mengalami kenaikan permintaan terjadi kenaikan pendapatan.
- b. Barang inferior. Suatu barang dinamakan sebagai barang inferior apabila permintaan terhadap barang tersebut meningkat ketika

⁴⁴ A. Samuelson, *Ilmu Makro Ekonomi*, (Jakarta: PT Media Global Edukasi, 2003), hal. 264

⁴⁵ Muslimin Kara dkk, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Makassar: Alauddin Pers: 2009), hal. 86-87

pendapatan masyarakat lebih rendah dan sebaliknya akan berkurang permintaannya ketika pendapatan meningkat.

- c. Barang essential (pokok) adalah barang yang sangat penting artinya bagi kehidupan masyarakat sehari-hari.
- d. Barang mewah. Barang-barang mewah adalah barang-barang yang dikonsumsi oleh masyarakat yang berpenghasilan relatif tinggi, dimana sekelompok konsumen ini telah memenuhi kebutuhan pokoknya berupa sandang, pangan, dan perumahan.

Pendapatan rumah tangga menentukan tingkat konsumsi secara seunit kecil dalam keseluruhan ekonomi. Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apa pun. Apabila pendapatan pribadi dikurangi dengan pajak yang harus dibayarkan oleh para penerima pendapatan, nilai yang terisa dinamakan pendapatan disposable.⁴⁶

2. Hubungan Konsumsi dan Pendapatan

Soekartawi menjelaskan bahwa pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Bahkan seringkali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan, beras yang dikonsumsi adalah beras dengan kualitas

⁴⁶ Sadono Sukrino, *Makroekonomi Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 49-51

kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka kualitas beras yang dikonsumsi menjadi lebih baik.⁴⁷

Apabila naiknya pendapatan konsumen, konsumsinya terhadap suatu barang semakin besar, ini dapat diartikan barang itu merupakan barang rekreasi. Sedangkan bila dengan meningkatnya pendapatan konsumen, jumlah suatu barang yang dikonsumsinya relatif tetap, maka barang tersebut merupakan barang kebutuhan sehari-hari. Hubungan antara tingkat pendapatan dan jumlah barang yang dikonsumsi ini disebut dengan kurva Engel, sebagai penghormatan terhadap Profesor Ernst Engel yang pertama kali menyatakan hubungan tersebut.⁴⁸

Pendapatan memiliki hubungan yang positif terhadap barang normal, sedangkan barang inferior memiliki hubungan yang negatif terhadap pendapatan. Pada pendapatan yang lebih rendah, berarti kita memiliki lebih sedikit uang untuk dibelanjakan, sehingga kita akan mengurangi pembelanjaan terhadap barang tertentu. Jika permintaan terhadap suatu barang berkurang ketika pendapatan berkurang, maka barang itu disebut barang normal. Jika permintaan suatu barang bertambah ketika pendapatan berkurang, barang itu disebut barang inferior. Contoh barang inferior adalah karcis bus kota. Saat

⁴⁷ Septia S.M. Nababan, "Pendapatan dan Jumlah Tanggungan Pengaruhnya terhadap Pola Konsumsi PNS dan Tenaga Kependidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado", *Jurnal EMBA* Vol. 1 No. 4, Desember 2013, hal. 2132

⁴⁸ Suparmoko, *Teori Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPF, 2011), hal. 241

pendapatan menurun, kemungkinan besar kita tidak naik taksi, melainkan naik bus kota.⁴⁹

Sadono Sukirno mengemukakan ciri-ciri khas dari hubungan di antara pengeluaran konsumsi dan pendapatan disposabel yaitu sebagai berikut.⁵⁰

- a. Pada pendapatan yang rendah rumah tangga mengorek tabungan. Pada waktu rumah tangga tidak memperoleh pendapatan, yaitu pendapatan disposabel adalah nol, maka rumah tangga harus menggunakan harta atau tabungan masa lalu untuk membiayai pengeluaran konsumsinya.
- b. Kenaikan pendapatan menaikkan pengeluaran konsumsi. Biasanya pertambahan pendapatan adalah lebih tinggi daripada pertambahan konsumsi. Sisa pertambahan pendapatan tersebut ditabung.
- c. Pada pendapatan yang tinggi rumah tangga menabung. Disebabkan pertambahan pendapatan selalu lebih besar dari pertambahan konsumsi maka pada akhirnya rumah tangga tidak “mengorek tabungan” lagi. Ia akan mampu menabung sebagian dari pendapatannya.

D. Gaya Hidup

1. Pengertian Gaya Hidup

⁴⁹ Gregory N. Mankiw, *Pengantar Teori Ekonomi Makro*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hal.

⁵⁰ Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), hal. 109

Gaya hidup atau *lifestyle* adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung dengan perubahan jaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup bisa dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain-lain. Gaya hidup bisa dinilai relative tergantung penilaian dari orang lain. Gaya hidup juga bisa dijadikan contoh dan juga bisa dijadikan hal tabu. Contoh gaya hidup baik seperti makan dan istirahat secara teratur, makan makanan 4 sehat 5 sempurna, dan lain-lain. Contoh gaya hidup tidak baik seperti berbicara tidak sepatutnya, makan sembarangan, dan lain-lain.⁵¹

Gaya hidup adalah suatu bentuk kompensasi terhadap kekurangan sempurnaan tertentu. Hal-hal yang terkait dengan gaya hidup antara lain:⁵²

- a. Gaya hidup terbentuk pada umur 3-5 tahun dan praktis tak bisa dirubah.
- b. Gaya hidup adalah prinsip yang dipakai untuk memahami tingkah laku individu. Setiap perilaku, dan bertindak dalam gayanya sendiri yang khas.
- c. Gaya hidup melatarbelakangi sifat khas individu dan tiap orang memiliki gaya hidup yang sama yaitu *superioritash*.
- d. Gaya hidup ditentukan oleh inferioritas khusus.

⁵¹ Wikipedia, *Gaya Hidup*, diakses dari https://id.m.wikipedia.org/wiki/Gaya_hidup pada hari Minggu, 18 Oktober 2020 pukul 07.34

⁵² Sunaryo, *Psikologi Untuk Keprawatan*, (Jakarta: EGC, 2004), hal.109

- e. Gaya hidup merupakan bentuk kompensasi untuk menutupi kekurangan tertentu.

Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Gaya hidup lebih menunjukkan pada bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang, dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Kepribadian lebih merujuk pada karakteristik intenal. Meskipun keduanya merupakan konsep yang berbeda, namun sebagai karakteristik psikologi yang melekat pada individu, keduanya terkait erat. Misalnya konsumen yang memiliki karakteristik berani mengambil resiko mungkin akan memilih aktivitas yang spekulatif seperti berspekulasi di pasar modal, mendaki gunung, dan lainnya yang sangat tidak mungkin dilakukan oleh konsumen yang kurang berani mengambil resiko.

2. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Armstrong menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal):⁵³

a. Faktor Internal

1) Sikap

Sikap bisa dipahami sebagai cara seseorang dalam memberikan tanggapan terhadap suatu hal sesuai dengan keadaan jiwa dan

⁵³ Angga Sandy Susanto, "Life Style (Gaya Hidup)" *JIBEKA*, Vol. 7 No. 2, Agustus 2013, hal. 1-6

pikirannya dan mempengaruhi secara langsung terhadap perilaku orang tersebut. Sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap objek atau ide. Sikap menempatkan orang ke dalam kerangka pikiran untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu, untuk bergerak menuju atau meninggalkan sesuatu.

2) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman didapat dari belajar dan juga dapat disalurkan ke orang lain dengan cara mengajarkannya. Pengamatan atas pengalaman orang lain juga dapat mempengaruhi opini seseorang sehingga pada akhirnya membentuk gaya hidup.

3) Kepribadian

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda satu sama lain. Kepribadian meliputi beberapa karakteristik khusus seperti dominasi, keagresifan, rasa percaya diri, dan sebagainya. Lina dan Rosyid menyebutkan bahwa salah satu faktor yang diperkirakan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian.

4) Konsep Diri

Cara seseorang memandang dirinya sendiri akan menentukan minat seseorang terhadap suatu objek termasuk juga suatu produk. Konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri dan mempunyai harga diri yang rendah akan membeli setiap

produk yang mempunyai arti simbolik yang dianggap bisa menaikkan harga dirinya. Kecenderungan remaja untuk menjadi konsumtif tersebut bisa merupakan indikasi bahwa mereka kurang percaya diri dan rendah diri.

5) Motif

Perilaku individu terbentuk karena adanya motif. Jika motif seseorang makan *prestise* cukup besar, maka akan ada kecenderungan orang tersebut memiliki gaya hidup hedonis sehingga bisa menjadi target pasar yang tepat untuk barang mewah.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu pemahaman dan gambaran mengenai sesuatu. Persepsi dapat mempengaruhi seseorang untuk memilih suatu produk. Sebagai contoh setelah adanya informasi yang disosialisasikan secara global mengenai isu *global warming*, terbentuklah interpretasi seseorang terhadap isi sosialisasi tersebut dan terbentuk pemahaman mengenai pentingnya mengkonsumsi produk yang dapat mengurangi dampak *global warming*.

b. Faktor Eksternal

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu. Konsumen yang mengacu perilakunya pada kelompok referensi tertentu belum tentu menjadi anggota kelompok itu. Misalnya sekelompok anak muda yang penampilannya menirukan penampilan *group band* “Ungu”, tidak berarti bahwa mereka harus menjadi anggota *group band* tersebut.⁵⁴

2) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Budaya salah satu anggota keluarga dapat menjadi kebiasaan bagi anggota keluarga lainnya yang mengamati setiap harinya. Gaya hidup anak cenderung mengikuti gaya hidup orang tuanya. Orang tua menanamkan nilai-nilai, membiasakan perilaku, dan menciptakan situasi sehingga terbentuk minat yang kemudian berkembang menjadi gaya hidupnya.⁵⁵

3) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah

⁵⁴ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 161

⁵⁵ *Ibid.*, hal. 180

laku yang sama. Setiap kelas cenderung memiliki gaya hidup yang khas dibandingkan kelas sosial lainnya. Kelas sosial bisa diklasifikasikan sebagai kelas bawah, menengah, atas, dan sebagainya. Konsumen dari keluarga kelas bawah seringkali tidak menyadari irasionalitas mereka dalam berbelanja. Mereka sering irasional ketika membeli barang-barang yang tergolong mewah karena keinginannya untuk menghilangkan stigma yang membuat mereka tertekan dianggap sebagai kelas bawah.⁵⁶

4) Kebudayaan

Kebudayaan bisa meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang membentuk gaya hidup seseorang. “Nilai-nilai kebarat-baratan, khususnya yang ada di wilayah Eropa Barat, telah berkembang dan menjadi identitas kultural bangsa Timur. Berarti, gaya hidup semacam gaya berbusana, gaya busana, tren-tren tentang sesuatu, bukan nilai asli yang ada di Indonesia. Ini adalah adopsi dan hasil pemaksaan budaya oleh orang-orang pribumi”.

3. Hubungan Gaya Hidup dengan Konsumsi

Hubungan antara gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat ialah, setiap pemilihan gaya hidup akan mempengaruhi pola konsumsi

⁵⁶ *Ibid.*, hal. 205

pada masyarakat. Gaya hidup ialah istilah untuk menggambarkan cara hidup seseorang. Orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatan.⁵⁷

Webber mengatakan bahwa konsumsi terhadap suatu barang merupakan gambaran gaya hidup tertentu dari kelompok status tertentu. Konsumsi terhadap barang merupakan landasan bagi penjenjangan dari kelompok status. Sehingga situasi kelas ditentukan oleh ekonomi sedang situasi status ditentukan oleh penghargaan sosial. Misalnya, pada masyarakat pedesaan, status guru dan pedagang lebih tinggi guru walaupun pendapatannya lebih besar pedagang. Hal ini dikarenakan guru mempunyai peluang yang besar untuk mencari peluang tambahan. Sebagai contoh bekerja sampingan sebagai pedagang. Guru akan lebih berhasil dari pada pedagan tulen karena masyarakat menganggap guru adalah orang yang berpendidikan dan tidak mungkin berbuat curang. Sehingga orang akan cenderung berbelanja pada guru. Atau pada masyarakat perkotaan, para pengusaha berhak mendapat gelar bangsawan karena dia mampu memberi suatu sumbangan pada keraton. Walau ada pihak yang lebih berhak mendapat gelar tersebut.

⁵⁷ Bilson Simamora, *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 255

Han peter Mueller (1989), mengatakan ada 4 pendekatan dalam memahami gaya hidup :⁵⁸

- a. Pendekatan psikolog perkembangan : tindakan seseorang tidak hanya disebabkan oleh teknik, ekonomi dan politik, tetapi juga dikarenakan perubahan nilai.
- b. Pendekatan kuantitatif social struktur : mengukur gaya hidup berdasarkan konsumsi yang dilakukan seseorang. Pendekatan ini menggunakan sederet daftar konsumsi yang mempunyai skala nilai.
- c. Pendekatan kualitatif dunia kehidupan : memandang gaya hidup sebagai lingkungan pergaulan.
- d. Pendekatan kelas : mempunyai pandangan bahwa gaya hidup merupakan rasa budaya yang direproduksi bagi kepentingan struktur kelas.

E. Gender

Gender sebagai fenomena sosial yaitu gender bersifat relatife dan kontekstual, dimana klasifikasi dualistis yang didasarkan pada perbedaan jenis kelamin, yang memunculkan citra dan sifat, pembagian peranan sosial yang berbeda.

Gender berasal dari Bahasa Inggris yang mempunyai makna jenis kelamin. Jadi secara umum, pengertian gender adalah perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan apabila dikaji berdasarkan nilai dan perilakunya. Istilah gender yang berarti sifat atau karakter yang

⁵⁸ Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002), hal.120

melekat pada kedua jenis kelamin yang dikonstruksi secara budaya. Oleh sebab itu, kata gender dapat diartikan sebagai perbedaan peran, fungsi, status, tanggung jawab pada laki-laki dan perempuan.⁵⁹

Istilah jenis kelamin menunjuk pada perbedaan biologis dari laki-laki dan perempuan. Sementara gender merupakan aspek psikososial dari laki-laki dan perempuan. Berupa perbedaan antara laki-laki dan perempuan yang dibangun secara sosial budaya. Perbedaan gender termasuk dalam hal peran, tingkah laku, kecenderungan, sifat, dan atribut lain yang menjelaskan arti menjadi seorang laki-laki atau perempuan dalam kebudayaan yang ada.⁶⁰

Kefgen dan Sprech menyatakan bahwa remaja putri membelanjakan uangnya lebih banyak daripada remaja putra. Remaja putri tidak mau diberi label sebagai remaja yang kuno, baik dalam hal berbusana, gaya rambut, berdandan, maupun dalam hal lainnya.

Sedangkan menurut Reynold dan Wells dilihat dari jenis kelamin biasanya wanita lebih konsumtif dibandingkan dengan pria. Disebabkan karena wanita lebih banyak membelanjakan uangnya daripada pria untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu. Wanita merupakan pembeli potensial untuk produk-produk seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu. Mereka mudah terbujuk iklan,

hal.8 ⁵⁹ Alifuahtin Utaminingsih, *Gender dan Wanita Karis*, (Malang: Tim UB Press, 2017),

⁶⁰ Sugihartono, dkk, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: UNY Pers, 2007), hal. 35

suka ikut-ikutan teman, serta cenderung boros dalam menggunakan uangnya untuk keperluan rekreasi dan hobi.⁶¹

Teori yang telah dikemukakan oleh Reynold dan Wells diatas menunjukkan bahwa perempuan lebih konsumtif daripada laki-laki. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ida Rosida membuktikan bahwa jenis kelamin memberikan pengaruh terhadap konsumsi sebab laki-laki dan perempuan mempunyai selera berbeda untuk gaya hidup. Perempuan memberikan perhatian lebih terhadap pengeluaran pakaian branded, hingga skincare dibanding laki-laki.⁶²

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pernah dilakukan oleh D.A. Rahmat bertujuan untuk mengetahui variable pengaruh pendapatan orang tua yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Rayni Banda Aceh angkatan 2014. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan orang tua mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa dalam hal mengunjungi tempat wisata, hobi berolahraga,

⁶¹ Nur Yuliani dan Rahmatiah, "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika UIN Alauddin Makassar", *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 6 No. 1 2020, hal. 14

⁶² Ida Rosida, "Tubuh Perempuan dalam Budaya Konsumen: Antara Kesenangan Diri, Status Sosial, dan Nilai Patriarki", *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya* Vol 20 No. 1 2018, hal. 94

mencoba produk makanan dan minuman terbaru, menjaga penampilan menarik dan mewah, dan memilih produk mahal dan bagus.⁶³

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Hasnira bertujuan untuk mengetahui variabel pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Wahidah Islmiyah Makassar. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan dan gaya hidup terhadap konsumsi masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar.⁶⁴

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Nur Yulianti dan Rahmatiah bertujuan untuk mengetahui variabel pendapatan, gaya hidup, dan jenis kelamin terhadap pola konsumsi mahasiswa jurusan Pendidikan Matematika UIN Alauddin Makassar. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika. Sedangkan untuk variabel jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Jurusan Pendidikan Matematika.⁶⁵

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Tanti Dwi Hardiyanti bertujuan untuk mengetahui variabel pendapatan dan gaya hidup terhadap

⁶³ D.A. Rahmat, Skripsi: *“Pengaruh Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Rayni Banda Aceh Angkatan 2014”*, (Banda Aceh: UIN Ar-Rayni, 2019), hal. 78

⁶⁴ Hasnira, Skripsi: *“Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahidah Islamiyah Makassar”*, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), hal. 73

⁶⁵ Nur Yuliani dan Rahmatiah, *“Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika UIN Alauddin Makassar”*, *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 6 No. 1 2020, hal. 19

pola masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.⁶⁶

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Sutriati, Sri Kartikowati, dan RM Riadi bertujuan untuk mengetahui variabel pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif terhadap mahasiswa jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Angkatan 2015 Universitas Riau.⁶⁷

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Aris Triyono dan Said Afriaris bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswa semester VI tahun akademik 2018-2019 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan dan gaya hidup bersama-sama

⁶⁶ Tanti Dwi Hardiyanti, Skripsi: *“Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan”*, (Medan: UIN Sumatera Utara Medan, 2019), hal. 87

⁶⁷ Sutriati, Sri Kartikowati, RM Riadi, “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau”, *Jurnal JOM FKIP* Vol. 5 Ed. 1 2018, hal. 9

berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Sekolah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri.⁶⁸

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlaili Hanum bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa UNSAM di Kota Langsa.⁶⁹

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Iskandar dan Rahmayanti bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kelompok teman sebaya, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap literasi ekonomi. Dan gaya hidup juga berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi.⁷⁰

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Rika Pristian dan Fitri Astuti bertujuan untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan *life style* terhadap perilaku mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegor. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu variabel status sosial ekonomi

⁶⁸ Aris Triyono, Said Afriaris, "Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Semester VI Tahun Akademik 2018-2019 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri", *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol. VIII No. 1 September 2019, hal. 208

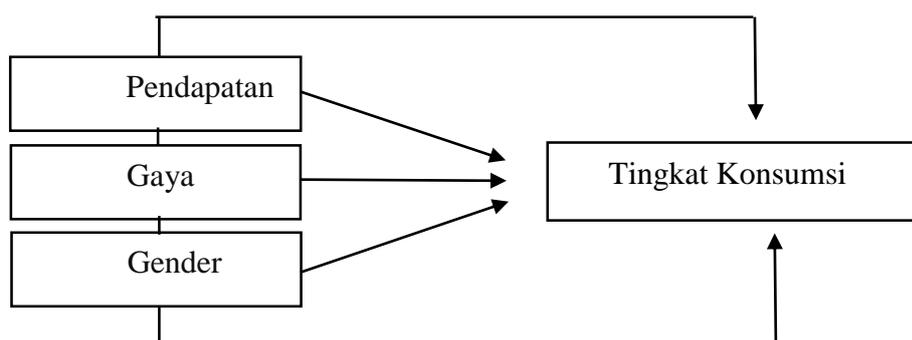
⁶⁹ Nurlaili Hanum, "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa", *Jurnal Samudra Ekonomika* Vol. 1 No. 2 Oktober 2017, hal. 115

⁷⁰ Iskandar, Rahmayanti, "Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi", *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis* Vol. 9 No. 2 September 2018, hal. 103

orang tua, literasi ekonomi, dan life style berpengaruh signifikan bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumsi.⁷¹

G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual bertujuan untuk mempermudah dalam memahami persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang dihadapi. Berdasarkan kajian teoritik dan penelitian terhadulu mengenai hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*, maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



Keterangan:

- a. Variabel bebas (*variable independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat (*variable dependent*). Variabel bebas dalam penelitian adalah pendapatan yang disebut dengan (X1), gaya hidup yang disebut dengan (X2), dan gender yang disebut dengan (X3).

⁷¹ 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 Edutama* Vol. 3 No. 2 Juli 2016, hal. 57

- b. Variabel terikat (*variable dependet*) adalah variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat oleh adanya variabel bebas (*variable independent*). Variable terikat dalam penelitian ini adalah tingkat konsumsi yang disebut dengan (Y).

H. Hipotesis Penelitian

Dari uraian masalah diatas, maka penulis menuliskan diskripsinya sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh dari jumlah pendapatan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa penerima beasiswa FEBI Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Diduga terdapat pengaruh dari gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswa penerima beasiswa FEBI Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Diduga terdapat pengaruh dari faktor gender terhadap tingkat konsumsi mahasiswa penerima beasiswa FEBI Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Diduga terdapat pengaruh dari faktor pendapatan, gaya hidup, dan gender terhadap tingkat konsumsi mahasiswa penerima beasiswa FEBI Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.