

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu unsur yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah konsumsi, yang memberikan gambaran umum tentang seberapa sejahteranya seseorang atau masyarakat. Konsumsi rumah tangga pada tahun 2023 memberikan kontribusi yang lebih tinggi dibandingkan tahun 2022, yakni sebesar 53,18 persen terhadap PDB pada tahun 2023 dan 51,88 persen pada tahun 2022, berdasarkan data PDB atas dasar harga konstan tahun 2010. Seiring dengan terus meningkatnya statistik pertumbuhan konsumsi Indonesia. Singkatnya, pola konsumsi memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Tingkat konsumsi Indonesia cukup tinggi dibandingkan dengan negara-negara ASEAN. Selain itu, sektor konsumsi menyumbang 5% dari PDB, menunjukkan kecenderungan konsumtif Indonesia dibandingkan dengan negara lain. Tren peningkatan konsumsi ini mengindikasikan kondisi ekonomi yang baik dan kepercayaan diri masyarakat terhadap kemampuan mereka untuk berbelanja. Berbagai alasan berkontribusi terhadap peningkatan ini, termasuk pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan, peningkatan daya beli, dan stabilitas keuangan nasional (Utami dkk, 2024).

Perubahan Demografi dan preferensi juga mempengaruhi kecenderungan peningkatan konsumsi ini. Berkembangnya populasi kelas menengah di Indonesia, yang merupakan sumber utama dari daya beli, meningkatkan permintaan akan produk dan jasa (Development Bank, 2023). Selain itu, urbanisasi juga turut berkontribusi pada pergeseran pola konsumsi, baik di kalangan penduduk kota maupun migran yang pindah ke wilayah perkotaan. Urbanisasi memiliki dampak yang menguntungkan dan merugikan. Manfaatnya antara lain peningkatan pendapatan bagi para migran yang mampu dan modifikasi gaya hidup metropolitan, yang mengurangi stigma bahwa desa adalah tempat yang miskin.

Namun, urbanisasi juga memiliki beberapa konsekuensi negatif, seperti terciptanya permukiman kumuh di kota-kota tujuan, kelangkaan tenaga kerja produktif di desa-desa, penghambat pembangunan desa, penurunan produksi pertanian, dan kesulitan untuk mendapatkan tenaga kerja terdidik. Selain itu, urbanisasi juga sering dianggap sebagai penyebab meningkatnya pengangguran, kerusakan lingkungan, dan kriminalitas di perkotaan, serta menghambat pertumbuhan pedesaan dan sektor pertanian (Hidayati, 2021).

Namun, tingginya kontribusi konsumsi terhadap PDB juga memunculkan tantangan tersendiri. Jika pertumbuhan ekonomi bergantung pada konsumsi domestik semata-mata tidak diimbangi dengan pertumbuhan sektor produktif lainnya, seperti investasi dan ekspor, hal itu dapat menyebabkan kerentanan (Murtagh, 2024). Oleh karena itu, agar pertumbuhan Indonesia tidak hanya bergantung pada sektor konsumsi, diperlukan kebijakan yang mendorong diversifikasi ekonomi. Di sisi lain, peningkatan konsumsi dapat menunjukkan peningkatan kualitas belanja jika diikuti oleh pengeluaran yang lebih besar untuk bidang pendidikan, kesehatan, dan investasi jangka panjang.

Kemudahan mengakses informasi, khususnya melalui internet dan media sosial, memengaruhi preferensi dan pola pembelian masyarakat, yang berkontribusi pada tingkat pertumbuhan konsumsi masyarakat Indonesia yang umumnya tinggi. Selain untuk memenuhi kebutuhan pokok, masyarakat modern juga memiliki kecenderungan membuat keputusan yang terburu-buru dan terkadang prioritas yang tidak tepat guna membeli produk tambahan, seringkali dalam jumlah besar, menurut Gunawan & Carissa dalam Asrun (2024). Perilaku konsumtif sangat dipengaruhi oleh moral. Orang yang konsumtif sering kali merasa rendah diri terhadap orang yang memiliki lebih banyak. Lestari dalam A. N. Mujahidah (2021) menegaskan bahwa orang terus-menerus mengonsumsi barang yang memuaskan keinginannya daripada kebutuhannya dalam upaya untuk merasa puas. Hal ini sesuai dengan Rahmawati (2021) yang mengutip Mowen & Michael (2002), yang mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan pembelian barang atau jasa yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan untuk memuaskan emosi atau kesenangan seseorang.

Yuniarti dalam Armelia (2021) berpendapat bahwa perilaku konsumtif biasanya hanya didorong oleh keinginan akan keduniawian dan kesenangan. Oleh karena itu, perilaku konsumtif dapat dicirikan sebagai kecenderungan orang untuk menghabiskan barang dan jasa tanpa batas, lebih mengutamakan gengsi daripada akal sehat, dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Agustina, 2020). Dan juga menjadi perilaku yang tidak lagi dimotivasi oleh kekhawatiran yang masuk akal, melainkan oleh keinginan yang tidak rasional (Julita dkk, 2022). Hal ini sejalan dengan Lina dan Rosyid dalam Julita dkk, (2022) berpendapat bahwa perilaku konsumsi seseorang bersifat bawaan dan jika mereka memperoleh sesuatu di atas keinginan wajar mereka, mereka bertindak berdasarkan keinginan yang berlebihan dan bukan karena kebutuhan.

Kecenderungan berperilaku konsumtif muncul seiring dengan meningkatnya pola konsumsi. Perilaku ini, yang berpotensi membahayakan, semakin diperparah oleh kemudahan akses terhadap pemenuhan kebutuhan di era modern. Individu yang tidak mampu mengendalikan dorongan untuk membeli cenderung terjebak dalam perilaku konsumtif, di mana mereka memprioritaskan pemenuhan keinginan melalui aktivitas belanja daripada kebutuhan yang sebenarnya. Remaja usia 12-18 tahun menunjukkan konsumerisme yang tidak rasional, sehingga mereka menjadi salah satu kelompok masyarakat yang memiliki sifat ini. Remaja merupakan salah satu kelompok usia sekolah menengah yang berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi, memanfaatkan penghasilan orang tua untuk menutupi biaya yang berkaitan dengan sekolah, seperti membeli makanan, minuman, transportasi, fotokopi, dan kebutuhan lainnya. Remaja memiliki keinginan kuat untuk mengonsumsi dan lebih cenderung terlibat dalam kegiatan yang berhubungan dengan konsumsi. Menurut Luddiana (2024) pola konsumsi mengacu pada bagaimana individu membelanjakan uangnya untuk membeli produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan menjadi bahagia.

Remaja mengonsumsi karena mereka ingin menunjukkan bahwa mereka mampu mengimbangi teman-temannya, mengikuti tren mode, menonjol dari orang lain, dan tidak pernah puas dengan apa yang sudah mereka miliki. Hal

ini sesuai dengan Safitri & Arviani dalam Hummaira (2024) Sebab, sebagian remaja saat ini beranggapan bahwa untuk mempercantik diri, menjalani gaya hidup konsumtif adalah hal yang wajar dan alami. Menurut Effendi dalam N. Mujahidah (2020), remaja yang melakukan perilaku konsumtif akan mengalami beberapa dampak, yaitu: Pertama, dampak psikologis, jika keinginannya tidak terpenuhi, mereka akan merasa tertekan; Kedua, dampak sosial, mereka akan terus mengikuti tren yang sedang populer tanpa ingin menjadi diri sendiri. Ketiga, dampak ekonomi, yaitu remaja yang terus melakukan konsumsi tidak akan mampu mengelola keuangannya dengan baik. Konsumsi remaja tentu saja memiliki dampak positif dan negatif. Misalnya, remaja mungkin akan boros dalam mengelola uang, tetapi perekonomian dapat diuntungkan dengan harga produsen yang lebih tinggi dan harga diri yang meningkat.

Kebiasaan konsumsi remaja adalah topik yang umum dalam studi sosial dan ekonomi. Remaja mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial, tren, dan media. Menurut Dzakiyyah (2022) dalam Oktaviani, dkk (2023, hlm. 137) menyatakan bahwa “Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang bertindak tidak rasional dengan membeli produk dan/atau mengonsumsi layanan secara berlebihan yang tidak diperlukan untuk kebutuhan dasar mereka dengan tujuan merasa baik tentang diri mereka sendiri dan memperoleh reputasi”. Hal ini berpotensi menyebabkan kebiasaan konsumsi yang berlebihan tanpa mempertimbangkan nilai fungsional atau efisiensi ekonomi. Fenomena perilaku konsumtif ini juga ditemukan pada siswa SMA Pasundan 2 Bandung. Adapun hasil observasi awal ditujukan kepada kelas X SMA Pasundan 2 Bandung dan SMAN 1 Wanayasa pada tanggal 23 mei 2025 yang telah penulis lakukan terhadap responden dengan *google form* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1

Hasil Observasi Awal

No	Keterangan	Pilihan Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Cenderung mengikuti tren dalam berkonsumsi barang maupun jasa	60%	40%

No	Keterangan	Pilihan Jawaban	
		Ya	Tidak
2.	Sering terpengaruh oleh iklan dan lingkungan teman sebayanya sehingga mereka berperilaku konsumtif	70%	30%
3.	Tidak memiliki skala prioritas sehingga barang yang dibeli sesuai dengan hawa nafsu sendiri	67,5%	32,5%

Sumber: <https://forms.gle/efC33gQPWmJo8cCe9>

Berdasarkan data pada tabel, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menunjukkan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Sebanyak 60% responden cenderung mengikuti tren dalam mengonsumsi barang maupun jasa, menunjukkan bahwa popularitas suatu produk berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Selain itu, 80% responden mengaku sering terpengaruh oleh iklan dan lingkungan teman sebaya, yang turut mendorong perilaku konsumtif. Lebih lanjut, 67,5% responden menyatakan tidak memiliki skala prioritas dalam pembelian, sehingga barang yang dibeli lebih didasarkan pada keinginan atau hawa nafsu. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden belum memiliki kontrol yang baik dalam merencanakan konsumsi secara rasional. Perilaku tersebut sejalan dengan pendapat Santrock (2007) dalam Agnia (2022, hlm. 2750) yang menyatakan bahwa remaja berada pada fase perkembangan identitas di mana pengaruh teman sebaya memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam konsumsi. Pola konsumsi yang tidak sehat pada masa remaja dapat berlanjut hingga dewasa jika tidak disertai dengan pemahaman yang kuat tentang manajemen keuangan dan persyaratannya.

Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk mengkaji penyebab perilaku konsumtif, dan beberapa di antaranya menyimpulkan bahwa salah satu faktor utamanya adalah pengaruh lingkungan sosial. Menurut Albert Bandura dalam Warini dkk, (2023) yang disebut sebagai lingkungan sosial konsumen adalah orang-orang di sekitar mereka. Lingkungan sosial mencakup interaksi dengan

individu, kelompok, dan masyarakat secara keseluruhan. Lingkungan sosial memengaruhi perilaku, nilai, dan identitas seseorang. Budaya, norma sosial, peran gender, struktur sosial, dan hubungan dengan kelompok sosial lainnya, semuanya dapat berdampak pada individu, kelompok sosial memiliki kemampuan untuk memengaruhi orang secara langsung atau tidak (2023, hlm. 269).

Konteks sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen, menurut penelitian Pujiastuti (2022); lingkungan yang mendukung untuk mengambil keputusan akan membantu orang menghindari pembelian impulsif. Semakin bijak perilaku pembelian seseorang, semakin baik pula perilaku pembeliannya di lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, siswa akan mampu menjadi lebih logis, terutama dalam perilaku konsumtifnya, berkat pengaruh positif dari lingkungannya. Menurut penelitian lain oleh Kenale Sada (2022), perilaku konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh lingkungan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan seseorang, terutama teman-temannya, dapat memengaruhi keputusannya untuk berbelanja. Misalnya, ketika seorang teman senang berbelanja, teman-temannya mendorongnya untuk membeli barang yang diinginkannya.

Menurut sejumlah penelitian yang telah dilakukan, salah satu penyebab perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Menurut Sumarwan dalam Azizah (2020) Cara seseorang memilih untuk menghabiskan waktu dan uang mereka tercermin dalam gaya hidup mereka. Karena kemampuan mereka untuk beradaptasi, gaya hidup orang biasanya tidak kaku dan dapat berubah dengan cepat. Hobi, minat, dan sikap seseorang tentang cara menghabiskan uang dan mengalokasikan waktu mereka adalah contoh gaya hidup mereka. (2020, hlm. 2020) Azizah. Gaya hidup konsumtif, yang berarti meninggalkan gaya hidup produktif, merupakan salah satu perubahan gaya hidup yang dianggap memprihatinkan. Orang yang menjalani gaya hidup konsumtif menghabiskan uang untuk produk dan layanan untuk memenuhi keinginan dan persyaratan mereka dari kegiatan konsumsi. Perilaku konsumtif telah menjadi budaya, terutama di kalangan muda, sebagaimana dibuktikan oleh evolusi peradaban.

Perilaku konsumtif kontemporer banyak dilakukan oleh masyarakat, terutama remaja, seperti siswa. Ada banyak alasan mengapa siswa berperilaku konsumtif selain di sekolah. Hal ini meliputi variasi dalam lingkungan sosial dan mentalitas setiap siswa, perubahan gaya hidup, uang saku orang tua, serta berbagai sumber daya yang dimiliki dan dimanfaatkan anak, seperti mobil, telepon seluler, dan gawai elektronik. Hal ini berdampak pada derajat kepercayaan diri seseorang terhadap suatu barang yang dibeli dan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Septiansari dalam Yulianti (2023, hlm. 293), remaja pada usia ini memiliki kecenderungan untuk dapat membeli dan mengonsumsi barang atau berbagai jenis pakaian dan dianggap lebih konsumtif terhadap pakaian bermerek atau barang dengan merek yang cukup terkenal.

Penulis tertarik untuk meneliti perilaku konsumen siswa SMA Pasundan 2 Bandung terkait dengan isu tersebut. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul penelitian ini yaitu **“Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Pasundan 2 Bandung”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Siswa zaman sekarang cenderung mengikuti trend dalam berkonsumsi barang maupun jasa.
2. Siswa sering terpengaruh oleh iklan dan lingkungan teman sebayanya sehingga mereka berperilaku konsumtif
3. Siswa tidak memiliki skala prioritas sehingga barang yang dibeli sesuai dengan hawa nafsu sendiri.

C. Batasan Masalah

Peneliti memberikan batasan masalah untuk mempersempit ruang lingkup penelitian karena mengingat keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti dan banyaknya masalah yang ada sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya melibatkan Siswa SMA Pasundan 2 Bandung sebagai subjek penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih spesifik terkait perilaku konsumtif kelompok tertentu berdasarkan latar belakang akademis mereka.
2. Penelitian ini hanya membahas perilaku konsumsi yang berkaitan dengan kebutuhan sekunder dan tersier, seperti barang elektronik, pakaian bermerek, hiburan, dan kegiatan gaya hidup lainnya. Kebutuhan primer seperti makanan dan tempat tinggal hanya dianalisis sebagai perbandingan untuk menunjukkan pergeseran prioritas kebutuhan.
3. Fokus penelitian hanya pada pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup, tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti pendidikan orang tua atau status ekonomi dll.

D. Rumusan Masalah

Untuk mempermudah dalam penelitian, maka diperlukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Pasundan 2 Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Pasundan 2 Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh simultan antara lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Pasundan 2 Bandung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Pasundan 2 Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Pasundan 2 Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Pasundan 2 Bandung.

F. Manfaat Peneliti

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmiah di bidang ekonomi pendidikan, khususnya terkait dengan perilaku konsumtif siswa. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini akan menambah literatur terkait hubungan antara faktor sosial, gaya hidup, dan perilaku konsumtif, yang dapat digunakan sebagai acuan dalam studi perilaku ekonomi siswa.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Siswa

Penelitian ini dapat membantu siswa memahami pola konsumsi mereka, serta menyadarkan mereka akan pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap pengeluaran mereka. Dengan demikian, siswa diharapkan dapat lebih bijaksana dalam mengelola kebutuhan dan keinginan

b. Bagi Sekolah

Untuk mendorong perilaku konsumen yang lebih logis sesuai dengan prinsip ekonomi, lembaga pendidikan dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk menginformasikan pembuatan program literasi keuangan atau kursus manajemen keuangan bagi siswa.

c. Bagi Masyarakat Umum

Studi ini dapat menjelaskan pentingnya gaya hidup dan dampak lingkungan sosial terhadap keputusan pembelian konsumen muda, yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi masyarakat secara keseluruhan.

G. Definisi Oprasional

Penulis menentukan variabel terkait sebagai berikut untuk mencegah kesalahpahaman saat menafsirkan judul penelitian dan sebagai referensi penelitian:

1. Menurut Sumartono dalam Anggaraeni, dkk (2022) Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan individu dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, tanpa didasari pertimbangan yang rasional. Dalam hal ini, individu lebih memprioritaskan keinginan dibandingkan kebutuhan. Perilaku konsumtif dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator, yaitu: (1) pembelian impulsif (*impulsive buying*), (2) pengeluaran yang boros (*wasteful buying*), dan (3) konsumsi untuk mencari kesenangan tanpa alasan rasional (*non-rational buying*).
2. Menurut Dewantara dalam Pakaya (2021) Lingkungan sosial adalah tempat interaksi sehari-hari di mana individu berkomunikasi dan menghabiskan waktu bersama teman, keluarga, atau kelompok tertentu. Dalam lingkungan ini, konsumen cenderung meminta pendapat atau rekomendasi sebelum membeli suatu produk, sehingga perilaku konsumsi mereka sering kali dipengaruhi oleh dorongan untuk menyesuaikan diri agar diterima oleh lingkungan. Pola ini dapat mendorong individu melakukan pembelian secara berlebihan. Indikator lingkungan sosial meliputi: (1) kelompok acuan, (2) keluarga, dan (3) peran serta status.
3. Aktivitas, minat, dan pendapat seseorang— terutama yang berkaitan dengan upaya membangun citra diri dan mencerminkan status sosial semuanya berfungsi sebagai indikator gaya hidup mereka. Berikut ini adalah beberapa indikator gaya hidup menurut Sunarto dalam Mardiani, dkk (2020): (1) aktivitas (*activities*), (2) minat (*interests*), dan (3) opini (*opinions*).

H. Sistematika Skripsi

Peneliti memberikan uraian mengenai struktur metodis pembahasan tertulis mengenai pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap kebiasaan pembelian pada siswa kelas XII SMA Pasundan 2 Bandung sebagai berikut:

BAB I Mencakupi sesuai dengan judulnya, merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi, rumusan, tujuan penelitian, keuntungan, dan pembahasan metodis.

- BAB II** Mencakupi yang terdiri dari landasan teori atau kajian, temuan penelitian sebelumnya, kerangka konseptual, serta hipotesis dan asumsi penelitian.
- BAB III** Mencakupi pendekatan penelitian ini digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah diajukan, yaitu variabel, definisi operasional variabel, desain penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, metode pengumpulan data, alat, dan metode analisis data.
- BAB IV** Mencakupi deskripsi objek penelitian, temuan penelitian, dan pembahasan menyeluruh tentang temuan dan implikasinya semuanya disertakan dalam produk studi dan perdebatan ini. Profil objek penelitian, temuan dari pengujian dan analisis data, dan pembahasan tentang temuan data semuanya akan dibahas dalam bab ini.
- BAB V** Mencakupi kesimpulan yang diambil dari temuan penelitian, keterbatasannya, dan rekomendasi untuk penelitian tambahan.