

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia di muka bumi tidak bisa lepas dari kegiatan ekonomi. Manusia sebagai makhluk ekonomi atau *homo economicus* dituntut untuk selalu memenuhi kebutuhannya, baik berupa barang maupun jasa. Kebutuhan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang diperlukan oleh manusia untuk menunjang kehidupannya. Konsumsi merupakan suatu kegiatan menghabiskan barang dan jasa demi memenuhi kebutuhan. Namun manusia tidak hanya mengkonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya tetapi mereka mengkonsumsi berdasarkan keinginannya. Sifat keinginan manusia adalah tidak terbatas, karena pada dasarnya manusia tidak akan pernah merasa puas. Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia pun selalu bertambah dari tahun ke tahun. Hal ini sesuai dengan data yang dicatat oleh BPS pada tahun 2015 – 2019.

Tabel 1.1

Perkembangan Pengeluaran Konsumsi akhir Rumah Tangga Tahun 2015 - 2019

Tahun	Rata – rata akhir per RT per tahun (Rp)	Pertumbuhan (%)
2015	98.963,2	4,96
2016	105.851,9	5,01
2017	113.550,4	4,94
2018	121.711,6	5,05
2019	130.505,7	5,04

Sumber : Badan Pusat Statistik (data diolah), 2020

Dari Tabel 1.1 dapat di lihat bahwa rata – rata konsumsi akhir pertahun rumah tangga terus meningkat. Pada tahun 2015 setiap rumah tangga mengeluarkan dana sekitar Rp. 98.963,2. Pengeluaran ini terus meningkat pada tahun 2016 menjadi Rp

105.85,12, tahun 2017 menjadi Rp 113.505,7, tahun 2018 menjadi Rp 121.711,6, tahun 2019 menjadi Rp 130.505,7. Rata – rata konsumsi akhir rumah tangga tumbuh sekitar 4,96 – 5,05 % dengan pertumbuhan tertinggi ada pada tahun 2018 yaitu 5,05% (Badan Pusat Statistik, 2020). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa tingkat konsumsi masyarakat selalu bertambah setiap tahunnya.

Tingkat konsumsi yang tidak dapat terkontrol menyebabkan adanya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan bentuk perilaku berkonsumsi yang tidak lagi dilakukan karena produk tersebut dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasan – alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya (Wulandari,dkk 2016). Hariyono (2015, hlm.569) menyatakan perilaku konsumtif harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada tuntutan keinginan.

Perilaku konsumtif memiliki dampak negatif, yaitu lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan sehingga memunculkan sikap pemborosan, kurangnya kesadaran untuk menabung karena suka membelanjakan uang hanya karena keinginan sesaat. Dahlan (dalam Chrisnawati & Abdullah, 2011, hlm. 2) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meski dengan kadar yang berbeda-beda, hampir tidak ada golongan yang luput dari hal tersebut.

Terkait dengan pernyataan tersebut, penulis memfokuskan penelitiannya pada wanita bekerja di Kota Bandung. Menurut Pandia dalam (Nilakusmawati & Susilawati, 2012) wanita bekerja atau *employed woman* adalah wanita yang berada di luar rumah untuk bekerja agar memperoleh uang atau penghasilan sebagai balasan atas pekerjaannya. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung pada Survei Angkatan Kerja Nasional, menyebutkan bahwa pada tahun 2020 jumlah perempuan pekerja berjumlah kurang lebih 447,874 jiwa. Artinya, bahwa saat ini dengan banyaknya wanita yang dapat menghasilkan penghasilan sendiri mampu membeli segala sesuatu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Penulis memilih wanita bekerja karena sudah memiliki penghasilan setiap bulan sehingga bertanggung jawab untuk mengelola penghasilan yang dimiliki.

Untuk mengetahui perilaku konsumtif Wanita Bekerja di Kota Bandung, penulis melakukan pra penelitian kepada 40 responden dengan karakteristik yaitu; wanita bekerja yang berumur 15 - 64 tahun dan berdomisili di Kota Bandung dengan hasil pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Perilaku Konsumtif Wanita Bekerja di Kota Bandung pada Tahun 2021

Pernyataan	Frekuensi Per Bulan			Jumlah
	Sering	Kadang	Tidak Pernah	
Membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan	30%	57,5%	12,5%	100%
Membeli suatu barang diluar perencanaan	35%	62,5%	2,5%	100%
Merasa bangga ketika memiliki barang yang tidak dimiliki orang lain	30%	50%	20%	100%
Membeli barang karna orang lain juga membeli barang tersebut	25%	45%	30%	100%
Jumlah pengeluaran lebih besar daripada jumlah uang pemasukan	30%	47,5%	22,5%	100%
Menggunakan uang saku untuk membeli barang yang diinginkan dan mengesampingkan barang yang dibutuhkan	25%	42,5%	32,5%	100%

Sumber : Angket pra penelitian data diolah

Berdasarkan data dari Tabel 1.2 menunjukkan bahwa frekuensi wanita bekerja dalam membeli suatu barang diluar perencanaan dalam sebulan terdapat sebanyak 62,5% wanita bekerja mengaku kadang – kadang membeli barang diluar perencanaan, 35% wanita bekerja mengaku sering dalam membeli suatu barang diluar perencanaan, dan sisanya 12,5% tidak pernah. Terdapat 57,5% wanita bekerja mengaku kadang –

kadang dalam membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan, 30% mengaku sering dalam membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan, dan sisanya 12,5% tidak pernah. Terdapat 47,5% masyarakat mengaku kadang – kadang jumlah pengeluarannya lebih besar daripada jumlah pemasukan, 30% mengaku sering dan 32,5% tidak pernah, hal ini menunjukkan bahwa wanita bekerja sering merasa kebutuhannya banyak dan kurang sebanding dengan pendapatan yang dimiliki. Dari hasil pra penelitian tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa wanita bekerja di Kota Bandung memiliki skala prioritas yang kurang baik dalam berkonsumsi karena banyaknya yang menjawab sering dan kadang-kadang dalam membeli barang yang lebih diinginkan daripada yang dibutuhkan dan hanya sedikit yang menjawab tidak pernah.

Menurut Engel (dalam Chrisnawati & Abdullah, 2011, hlm.5) perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga dapat menggunakan pendekatan teori perilaku konsumen. James F. Engel (dalam Mangkunegara, 2002, hlm.3) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Perilaku konsumtif dapat dilakukan oleh setiap individu. Fromm (1995, hlm.23) menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan sesungguhnya. Perilaku tersebut menunjukkan sesuatu yang irasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Engel (dalam Chrisnawati & Abdullah, 2011, hlm.5) faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen yang konsumtif yaitu faktor internal seperti motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan sikap. Sedangkan faktor eksternal dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, keluarga dan kelompok acuan. Dalam penelitian ini modernitas merupakan faktor eksternal dan konsep diri merupakan faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif erat kaitannya dengan modernitas. Modernitas dikategorikan sebagai faktor eksternal berupa kebudayaan masyarakat karena bersangkutan dengan lingkungan sekitar. Modernitas terjadi akibat dampak dari globalisasi yang semakin menyeluruh. Teknologi terbaharukan serta gaya hidup yang serba modern dengan berfikir rasional merupakan ciri dari modernitas. Kemodernan saat ini membuat masyarakat cenderung berfikir irasional dalam menggunakan uang sehingga berdampak pada perilaku konsumtif. Kartasmita dalam (Maharani, 2018) mengatakan modernitas berakar pada rasionalitas yang tinggi, sebab masyarakat lebih memikirkan objektif, afektif, dan efisiensi dalam kegiatan-kegiatannya. Modernitas adalah suatu ilmu sosial dimana dalam menjalani kehidupan sudah terlepas dari perilaku tradisional, yaitu dengan berfikir yang lebih maju dan tentunya berakar rasional. Sifat modernitas yang dimiliki masyarakat dapat memperhitungkan pengambilan keputusan dalam berbelanja.

Modernitas yang mempengaruhi perilaku konsumtif telah digambarkan melalui penelitian terdahulu yang mengatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan modernitas sebesar 27,1% terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Talun (Maharani, 2018). Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fiqriyah, dkk (2016) menyatakan sebesar 44,4% terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel modernitas terhadap rasionalitas perilaku konsumsi siswa kelas X IIS MAN 1 Malang, sedangkan Risnawati, dkk (2018) menyatakan modernitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, Agusti dan Gultom (2019) mengatakan bahwa variabel modernitas ada pengaruh negatif (tidak positif) dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Peneliti menghadirkan konsep diri sebagai variabel moderasi perilaku konsumtif. Konsep diri adalah kumpulan keyakinan dan persepsi diri mengenai diri sendiri yang terorganisasi dengan kata lain, konsep diri bekerja sebagai skema dasar (Murwanti, 2017). Konsep diri pada individu dapat mengubah perilaku menjadi positif atau negatif. Harapan dengan adanya konsep diri adalah sebagai acuan dalam berperilaku akan mengubah gaya hidup dalam diri seseorang menjadi lebih tertata dan

sejahtera, sehingga sikap menghambur-hamburkan uang akan berkurang dan perilaku konsumtif akan menurun.

Hal ini telah dibuktikan dalam penelitian terdahulu yang menyebutkan terdapat hubungan yang negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja sebesar 16,1% (Ermawati & E.P, 2011). Sejalan dengan pemikiran peneliti sebelumnya, Wijayanti dan Astiti (2017) menuturkan terdapat pengaruh negatif antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 40%. Pengaruh negatif yang dimunculkan dalam penelitian terdahulu terhadap perilaku konsumtif dapat memicu keadaan diri yang lebih baik. Ketika seseorang memiliki konsep diri yang kuat, individu senantiasa akan mempelajari pelajaran ekonomi dengan cermat.

Berdasarkan pada pemaparan mengenai *fenomena gap* yang didukung dengan data, teori, dan *research gap*, maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif beserta faktor – faktor yang diprediksi sebagai penyebabnya. Faktor – faktor yang diprediksi cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif adalah modernitas dengan konsep diri sebagai variabel moderator. Adapun judul penelitian yang akan peneliti angkat adalah **“Pengaruh Modernitas terhadap Perilaku Konsumtif dengan Konsep Diri sebagai Variabel Moderator (Survei pada Wanita Bekerja di Kota Bandung)”**.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran umum tentang modernitas, konsep diri, dan perilaku konsumtif Wanita Bekerja di Kota Bandung?
2. Apakah tingkat modernitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Wanita Bekerja di Kota Bandung?
3. Apakah tingkat konsep diri memoderasi pengaruh modernitas terhadap perilaku konsumtif Wanita Bekerja di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini adalah:

Arinda Shabrina, 2021

PENGARUH MODERNITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN KONSEP DIRI SEBAGAI VARIABEL MODERATOR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Untuk mengetahui gambaran umum tentang modernitas, konsep diri, dan perilaku konsumtif Wanita Bekerja di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh modernitas terhadap perilaku konsumtif Wanita Bekerja di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah konsep diri memoderasi pengaruh modernitas terhadap perilaku konsumtif Wanita Bekerja di Kota Bandung.

1.4 Manfaat/Signifikansi Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya ilmu pengetahuan dan wawasan tentang modernitas, konsep diri, dan perilaku konsumtif..
 - b. Memberikan sumbangan pengetahuan dan sebagai bahan kajian dalam penelitian sejenis.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan informasi tentang modernitas, konsep diri, dan perilaku konsumtif, sehingga dapat berperilaku konsumsi secara rasional.
 - b. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam melakukan penelitian sejenis dengan cakupan yang lebih luas.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika penulisan karya tulis ilmiah ini merujuk pada pedoman karya tulis ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia 2019 yang terbagi dalam lima bab, kelima bab tersebut tersusun sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan
Pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang melakukan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi skripsi.
2. BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Teoritis dan Hipotesis

Bagian kajian pustaka, kerangka teoritis dan hipotesis menjelaskan teori – teori yang berkaitan dengan penelitian yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang dirumuskan dan memuat dugaan sementara yang akan diuji dalam penelitian.

3. BAB III Metode Penelitian

Bagian metode penelitian ini menjelaskan objek dan subjek penelitian, metode penelitian yang digunakan, operasional variabel, populasi dan sampel, teknik dan alat pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan.

4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian hasil penelitian dan pembahasan dikemukakan tentang hasil penelitian serta pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan.

5. BAB V Kesimpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bagian kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi berisi kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis sekaligus mengajukan hal – hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.