BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Aktivitas ekonomi di era globalisasi saat ini banyak memberikan kemajuan dan menuntut untuk manusia dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Adanya kemajuan ini tentunya akan memudahkan masyarakat dalam mencari produk atau barang yang akan dibutuhkannya. Hal tersebut dikarenakan semakin tingginya tingkat produksi dan peredaran produk barang dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Dampak dari adanya globalisasi perekonomian salah satunya terjadi pergeseran perilaku konsumsi (Nurfitria, 2020). Fromm (dalam Yuliyanti, 2021) mengemukakan bahwa ketika pola konsumsi masyarakat telah bergeser dan cenderung mengkonsumsi barang secara berlebihan maka masyarakat tidak lagi membuat keputusan secara rasional dan mengkonsumsi barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini nantinya akan mengakibatkan dimana konsumsi tidak lagi dianggap sebagai upaya menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa, melainkan menjadi upaya untuk menggunakan "prestise" dari barang atau jasa tersebut dalam membentuk *image* atau citra diri menjadikan pemenuhan kebutuhan tidak hanya didasarkan pada kebutuhan semata tetapi telah bergeser pada *trend* yang terjadi di masyarakat. Fenomena perubahan pola konsumsi masyarakat ini terjadi pada masyarakat di daerah Kabupaten Karawang. Hal ini dapat dilihat pada data pengeluaran konsumsi setiap bulan masyarakat di Kabupaten Karawang yang diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS)..

Tabel 1.1 Persentase Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Kabupaten Karawang 2019 dan 2020

Kelompok Komoditas	2019	2020
Makanan	53,03	52,99
Non makanan	46,97	47,01

Sumber : Badan Pusat Statistik (Karawang Dalam Angka 2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 persentase pengeluaran konsumsi masyarakat Karawang mungkin tidak menunjukan perubahan angka yang signifikan. Akan tetapi pada Tabel 1.1 tersebut menunjukan pengeluaran konsumsi masyarakat karawang terhadap komoditas makanan setiap bulan menunjukan adanya penurunan. Berbanding terbalik dengan pengeluaran untuk komoditas bukan makanan yang dimana meliputi pembelian terhadap pakaian, peralatan atau fasilitas rumah tangga, keperluan pesta, dan lainnya yang dimana pengeluaran untuk setiap bulannya mengalami peningkatan. Dalam hal ini terlihat bahwa masyarakat karawang memilih mengurangi pengeluaran untuk pembelian makanan, dan menambah pengeluarannya untuk konsumsi komoditas bukan makanan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Fromm yang mengatakan bahwa ketika pola konsumsi masyarakat telah bergeser maka keputusan konsumsi masyarakat tidak lagi menjadi rasional, sehingga pada saat ini masyarakat senang membeli barang diluar kebutuhannya. Menurut Wisnu Wibowo dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga di masa pandemi Covid 19 masyarakat senang membeli barang diluar kebutuhannya. Hal ini sebagai akibat banyaknya aktivitas yang dilakukan dirumah yang membuat masyarakat menjadi semakin konsumtif (KOMPAS.Com, 2020). Menurut Assaad Sukmawati (2016) konsumen terbesar yang sering berperilaku konsumtif dalam konsumsinya adalah seorang ibu rumah tangga. Sebagai pengelola keuangan ibu rumah tangga merupakan sasaran yang paling menguntungkan. Hal ini karena ibu rumah tangga seringkali mengikuti mode, suka mencoba produk baru, tertarik oleh potongan-potongan harga, dan ingin memperoleh status sosial yang tinggi dan sebagainya.

Menurut Irving Fisher ibu rumah tangga dalam menggunakan pendapatannya harus mempertimbangkan kondisi saat ini dan kondisi yang akan datang, sehingga ibu rumah tangga dituntut untuk rasional dalam membelanjakan pendapatannya (Mulyani, 2015). Dimana sebagai ibu rumah tangga mereka akan membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan, namun terkadang ibu rumah tangga juga dapat terpengaruh oleh promosi-promosi yang ada sehingga membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya (Sari dkk, 2019). Selain itu penulis juga telah melakukan survei

pra penelitian kepada ibu rumah tangga di Dusun Warudoyong Selatan Kabupaten Karawang dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2 Perilaku Konsumsi Ibu Rumah Tangga di Dusun Warudoyong Selatan Kabupaten Karawang

Pernyataan	Frekuensi per Bulan					Jumlah
	Selalu	Sering	Kadang-kadang	Hampir tidak pernah	Tidak pernah	
Membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan	6,67%	33,33%	13,33%	20%	26,67%	100%
Membuat daftar yang dibutuhkan	53,33%	33,33%	13,33%	0%	0%	100%
Membeli suatu barang diluar perencanaan	0%	40%	20%	13,33%	26,67%	100%
Membeli barang karena mendapat hadiah jika membelinya	33,33%	33,33%	6,67%	26,67%	0%	100%
Jumlah pengeluaran lebih besar dari pada pemasukan	40%	40%	6,67%	0%	13,33%	100%
Menyisihkan sebagian pendapatan untuk menabung	66,67%	26,67%	6,67%	0%	0%	100%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa 15 responden yang merupakan ibu rumah tangga di Dusun Warudoyong Selatan menunjukan perilaku konsumsi yang belum rasional. Hal ini bisa dilihat dari persentase ibu rumah tangga di daerah ini sebanyak 33,33% masih sering melakukan pembelian terhadap barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Selain

itu ibu rumah tangga di daerah ini juga 40% menyatakan bahwa mereka sering membeli barang diluar perencanaan. Bahkan sebanyak 33,33% ibu rumah tangga di Dusun Warudoyong Selatan ini menyatakan bahwa pembelian yang mereka lakukan selalu atau sering hanya karena tertarik oleh adanya hadiah. Hal ini tentunya mengakibatkan kebanyakan ibu rumah tangga di Dusun Warudoyong Selatan ini pengeluaran yang mereka lakukan lebih besar dari pada uang pemasukan atau pendapatan yang mereka terima.

Apabila perilaku konsumsi yang cenderung mengarah ke arah konsumsi tidak rasional ini dibiarkan begitu saja, maka nantinya akan berpengaruh kepada alokasi pendapatan yang tidak dikeluarkan sebagaimana mestinya dan berdampak kepada pemenuhan kebutuhan yang tidak sepenuhnya terpenuhi. Oleh karena itu ibu rumah tangga diharapkan dapat menjadi seorang konsumen yang rasional dalam kegiatan konsumsinya, sehingga dapat terhindar dari masalah pengeluaran yang berlebihan. Pettinger (2017) juga mengemukakan bahwa perilaku irasional dapat menyebabkan kegagalan pasar, hilangnya kesejahteraan ekonomi, dan masalah pribadi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya mengetahui perilaku konsumen di kalangan ibu rumah tangga. Fenomena perilaku konsumsi yang tidak rasional ini tentunya akan terus berkembang dikarenakan adanya faktor yang dapat mempengaruhinya (Anggraini dan Santoso, 2017).

Pemahaman atau pengetahuan terhadap ilmu ekonomi sangatlah diperlukan untuk menjadi seorang konsumen yang baik dalam mengelola ekonominya (Nurfitria, 2020). Sesuai dengan pernyataan Frank yang menjelaskan mengenai teori pilihan rasional *(Rational Choice Theory)* dimana bahwa setiap konsumen yang memiliki preferensi atas setiap kebutuhannya secara baik, individu tersebut akan mengalokasikan pendapatan secara tepat atas setiap keputusan ekonominya, dan tidak membelanjakan pendapatan secara emosional mengikuti hawa nafsu. Rasionalitas individu dalam berbagai tindakan ekonomi mengindikasikan bahwa orang tersebut telah melek ekonomi, sehingga dikatakan bahwa literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk membuka persepsi yang tertutup akibat kurangnya pengetahuan ilmu ekonomi (Budiwati dkk, 2020). Sina (2012) mengungkapkan bahwa.

Literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi, dan memenuhi kebutuhan hidup. Akibat dari pemahaman tingkat literasi ekonomi yang rendah akan tampak dari bagaimana seseorang mengalami kesalahan ketika membuat keputusan pembelanjaan dan lain-lainya. Tinggi rendahnya literasi ekonomi seseorang akan berpengaruh terhadap perilaku konsumsinya (Lestari dkk, 2019). Selain literasi ekonomi Veblen dalam teori *leisure class* juga menjelaskan bahwa perilaku konsumsi seorang konsumen berkaitan erat dengan gaya hidupnya (Okiriswandani, 2013)

Teori *leisure class* dari Veblen ini merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang dalam memanfaatkan waktu luangnya, dimana terdapat individu yang akan menghabiskan waktu luangnya dengan mengeluarkan uang yang tidak sedikit. Mengenai waktu dan uang tentunya hal ini memiliki kaitan erat dengan yang namanya gaya hidup (Okiriswandani, 2013). Hal ini karena gaya hidup sendiri mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana mereka menggunakan waktu dan uangnya (Sumarwan, 2015, hlm. 45). Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan, minat, dan opininya (Anggraini dan Santoso, 2017). Maka dari itu gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi perilaku pembelian yang bisa menentukan keputusan banyak atau sedikitnya konsumsi seseorang (Istikharotullaila, 2020). Perilaku konsumsi, literasi ekonomi, dan gaya hidup merupakan topik yang menarik untuk diteliti. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya penelitian-penelitian terdahulu mengenai perilaku konsumsi, literasi ekonomi, dan gaya hidup.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahayu dkk (2017) menunjukan bahwa literasi ekonomi tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi. Hal ini dikarenakan dalam berkonsumsi sudah tidak lagi mementingkan pengetahuan dasar ekonomi atau rasionalitas, melainkan didasarkan oleh keinginan agar mengikuti trend dan berdasarkan keinginan semata. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2016)

yang mengatakan bahwa literasi ekonomi dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi. Hal ini dikarenakan literasi ekonomi akan memberikan mereka ilmu mengenai bagaimana cara mengelola pendapatan untuk kepentingan berkonsumsi, kemudian mewahnya gaya hidup seseorang akan membuat kebutuhan akan barang dan jasa orang tersebut juga menjadi mewah. Dimana dalam hal ini untuk memenuhi kebutuhan seseorang sudah tidak lagi memikirkan skala prioritas. Akan tetapi hal ini berbeda dengan hasil penelitian Hartanto (2016) yang mengungkapkan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi. Hal ini dikarenakan pada saat penelitian terdapat kondisi yang membuat seorang konsumen tidak dapat menjalankan aktivitas dan minat mereka.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya mengenai perilaku konsumsi, dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Maka dari itu judul yang diangkat penulis dalam penelitian kali ini mengenai **"PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMSI IBU RUMAH TANGGA",** dengan menggunakan metode survei pada ibu rumah tangga di Dusun Warudoyong Selatan Kabupaten Karawang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum tingkat literasi ekonomi, tingkat gaya hidup, dan tingkat perilaku konsumsi pada ibu rumah tangga di Dusun Warudoyong Selatan Kabupaten Karawang ?
2. Bagaimana pengaruh tingkat literasi ekonomi terhadap tingkat perilaku konsumsi pada ibu rumah tangga di Dusun Warudoyong Selatan Kabupaten Karawang ?
3. Bagaimana pengaruh tingkat gaya hidup terhadap tingkat perilaku konsumsi pada ibu rumah tangga di Dusun Warudoyong Selatan Kabupaten Karawang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara lebih jelas mengenai gambaran umum bagaimana perilaku konsumsi, literasi ekonomi dan gaya hidup pada ibu rumah tangga. Selain itu

penelitian ini juga bertujuan untuk pengujian teori pilihan rasional dan *Leisure class*.

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi dari ibu rumah tangga di Dusun Warudoyong Selatan Kabupaten Karawang,

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. Baik bagi peneliti selanjutnya, ibu rumah tangga, maupun untuk pemerintah desa. Semoga penelitian ini dapat memperluas wawasan ibu rumah tangga tentang perilaku konsumsi dan diharapkan dapat mengarahkan ibu rumah tangga agar berperilaku konsumsi secara rasional.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada ibu rumah tangga tentang perilaku konsumsi pada ibu rumah tangga beserta dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, memiliki su-bab masing-masing yang berkaitan dengan setiap bab nya. Setiap bab terdiri sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

   Bab ini merupakan bagian awal dari skripsi yang menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta struktur organisasi skripsi.

2. BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Teoritis, dan Hipotesis

   Bab ini berisi mengenai teori-teori dan argumen-argumen yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti dan hipotesis penelitian

3. BAB III Metode Penelitian

   Bab ini berisi mengenai subjek penelitian, metode penelitian yaitu penentuan kriteria hasil riset yang relevan dan sumber perolehan hasil riset relevan.

4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi kajian hasil penelitian yang relevan serta pembahasan mengenai hasil kajian.

5. BAB V Kesimpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

   Bab ini berisi mengenai kesimpulan penelitian, implikasi dari penelitian dan rekomendasi berisi penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil penelitian serta mengajukan hal-hal penting yang dapat bermanfaat.