

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunitas yang semakin maju dan canggih menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunanya. Adapun kemajuan teknologi tersebut tidak lepas dari kelebihan dan kekurangan. Masyarakat dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai sosial, berita, video, foto hingga berbelanja. Perkembangan teknologi dan internet membawa banyak perubahan dalam gaya hidup.

Online shop merupakan fasilitas yang disajikan internet yang dapat memberikan berbagai macam kemudahan. *Online shop* atau belanja *online* mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini di latar belakang oleh minat dan ketertarikan seorang konsumen untuk melakukan transaksi *online* yang terus meningkat. Dapat dilihat dari banyak bermunculan berbagai situs *online shop* seperti Shopee, lazada.co.id, bukalapak.com, bibli.com, tokopedia.com, serta online shop yang ada di *instagram*, *tiktok*, dan *facebook*, *online shop* juga dapat memicu masyarakat untuk berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas menunjukkan pada tahun 2012 mahasiswa cenderung memiliki minat untuk berbelanja online dengan angka sebesar 19,9%. Umumnya melakukan belanja *online* bukan didasarkan kebutuhan semata, melainkan hanya demi

kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan perilaku konsumtif atau perilaku konsumerisme (Sari, 2015). Mahasiswa sebagai sasaran utama atau yang dijadikan sebagai objek karena sebagian pembeli *online* adalah wanita.

Iklan- iklan yang ada pada *online shop* yang menawarkan banyak sekali kemudahan, maka akan menimbulkan keinginan dalam diri mahasiswa untuk membeli produk di *online shop* tersebut. Jika suatu pembelian dilakukan berdasarkan keinginan, maka hal itu dapat memicu suatu perilaku konsumtif yang tinggi karena iklan-iklan produk yang ditawarkan semakin banyak maka dorongan dalam diri mahasiswa semakin tinggi untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut. Banyaknya iklan-iklan produk yang ditawarkan di *online shop* akan lebih mudah menarik minat beli konsumen tanpa memikirkan manfaat dari suatu barang yang akan di beli.

Penyebab mahasiswa melakukan pembelian melalui *online shop* bukan hanya pengaruh dari iklan-iklan yang ditawarkan di *online shop*, namun bisa juga dari pengaruh lingkungan sosial, seperti lingkungan pertemanan. Untuk menjaga ekistensi kelompok pertemanannya, mahasiswa diharuskan untuk menggunakan produk yang sama dengan teman-temannya yang lain. Menurut Shaw dalam Hotpascaman (2010) untuk dapat diterima dan bergabung menjadi anggota kelompok sebaya, seorang remaja harus bisa menjalankan peran dan tingkah laku sesuai dengan tuntutan kelompok pertemanannya sehingga hal semacam ini

akan berpengaruh pada kehidupan sosial seseorang (Hotpascaman, 2010)

Penyebab lain yang mendorong mahasiswa untuk belanja *online shop* adalah karna mengikuti trend yang sedang berkembang saat ini. Semakin hari, semakin banyak produk-produk baru yang ditawarkan oleh *online shop* sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membeli barang tersebut. Ketika telah mendapatkan suatu produk yang sedang tren dan banyak diminati dan munculnya kepuasan tersendiri didalam diri mahasiswa, misalnya produk fashion yang semakin berkembang pada saat ini. Para mahasiswa ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti *mode* atau *fashion* yang sedang trend dalam menunjukkan penampilan mereka.

Selain itu, keinginan untuk diterima dan diakui oleh kelompok teman sebaya membuat sebagian mahasiswa merasa tidak berdaya untuk menghadapi tekanan yang datang dari teman-temannya. Jika teman sebayanya membeli produk dari *online shop* dan ia juga harus menggunakan produk yang sama, ia akan berusaha untuk dapat memiliki produk tersebut

Berdasarkan hasil Observasi awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 21 Februari 2023 di IAIN Kendari terlihat bahwa mahasiswa IAIN Kendari khususnya fakultas ekonomi dan bisnis islam lebih cenderung berperilaku konsumtif seperti berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan dalam hal ini membeli barang baik itu berupa baju atau tas sebagai fashion agar tidak ketinggalan tren.

Hal tersebut mengakibatkan mahasiswa cenderung belanja tidak sesuai dengan kebutuhan, melainkan sesuai dengan hasrat berbelanja. Berbelanja hanya untuk kesenangan saja tidak ada alasan yang pasti. Penyebab mahasiswa berbelanja di *online shop* yaitu *iklan online shop*, lingkungan pertemanan dan tren yang berkembang saat ini. Mahasiswa yang menjadi objek penelitian yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari. Fakultas ekonomi dan bisnis islam terdiri dari dua jurusan yaitu Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah dimana dari kedua jurusan tersebut yang paling dominan menunjukkan adanya perilaku konsumtif dimana hal fashion lebih masa kini atau sering kita sebut *up to date*, objek tersebut dipilih stigma di lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang mengikuti perkembangan *fashion trend* masa kini dan memiliki gaya hidup konsumtif. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti termotifasi untuk mengkaji **Pengaruh Uang Saku, Online Shop dan Lingkungan Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Kendari.**

1.2. Batasan Masalah

Untuk memperjelas arah penelitian maka peneliti membatasi penelitian hanya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Kendari pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan pokok masalah agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh uang saku terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari?
2. Bagaimana pengaruh *online shop* terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari?
3. Bagaimana pengaruh lingkungan sosial terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari?
4. Bagaimana pengaruh uang saku, *online shop*, dan lingkungan sosial terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan pengaruh uang saku terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari
2. Mendeskripsikan pengaruh *online shop* terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari
3. Mendeskripsikan lingkungan sosial terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari

4. Mendeskripsikan uang saku, *online shop*, lingkungan sosial terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, mendapat pengalaman baru, wawasan dalam mengaplikasikan teori yang telah di peroleh di bangku kuliah dan sebagai wadah untuk memperoleh pengetahuan baru dalam bidang penelitian dan penulisan karya ilmiah.
2. Bagi pihak yang diteliti, sebagai tambahan ilmu pengetahuan.
3. Bagi pembaca, dapat dijadikan referensi ketika ingin melakukan kajian yang sama.
4. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan akademik sebagai tambahan referensi dan bahan kepustakaan sebagai sumbangan ilmu pengetahuan.

1.6. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah sesuatu yang digunakan untuk memudahkan pengukuran suatu variabel, atau suatu pedoman dalam melakukan kegiatan atau pekerjaan peneliti.

1. Uang saku merupakan salah satu hal yang mendukung dan membantu mencukupi kebutuhan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam, yang diperoleh dari orang tua, bantuan atau beasiswa, dan bekerja.
2. *Online shop* merupakan suatu proses pembelian barang dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli

secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan pihak penjual atau pihak pembeli secara langsung

3. Lingkungan sosial merupakan sebagai lingkungan tempat individu berinteraksi, yang memiliki beberapa aspek yaitu sikap kemasyarakatan, sikap kejiwaan, sikap kerohanian, dan lain sebagainya.
4. Gaya hidup konsumtif merupakan cara yang dilakukan seseorang dalam kehidupan, dalam hal menghabiskan waktu dan nilai uang melalui hal-hal yang dilakukan seperti aktivitas, memilih, membeli, menggunakan atau menempatkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk tujuan pemuasan hasrat semata.

