

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam melakukan kegiatan sehari-hari manusia tidak akan terlepas dari kegiatan konsumsi. Hal itu merupakan kegiatan membelanjakan pendapatan untuk berbagai macam barang dan jasa guna memenuhi segala kebutuhan manusia, baik itu untuk kebutuhan jasmani maupun rohani seperti makan, minuman, pendidikan, kesehatan, hiburan dan kebutuhan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi merupakan salah satu penggerak dalam kegiatan perekonomian.

Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan sudah menjadi hal yang biasa atau lumrah pada kehidupan sehari-hari, selama membeli itu benar-benar ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau benar-benar dibutuhkan. Akan tetapi, kebutuhan hidup manusia selalu berkembang dan beraneka ragam sejalan dengan tuntutan zaman. Seringkali masyarakat membeli barang/jasa bukan didasarkan pada kebutuhan tetapi karena keinginan atau gengsi semata. Tindakan ini dianggap sebagian masyarakat sebagai tindakan yang berlebih/konsumtif.<sup>1</sup>

Kemauan masyarakat dalam era kehidupan modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan

---

<sup>1</sup>Sri Muliani, *Pola Konsumsi Non Makanan mahasiswa Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi, Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta :2015, hal 1-3

materealistis, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya.<sup>2</sup>

Perilaku konsumsi merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat menuju kearah yang kian mewah dan berlebihan, misalnya dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Dari hasil survey Surindo ditemukan bahwa remaja Indonesia kini makin konsumtif, suka ganti-ganti *merk*, mudah termakan *trend*, dan gemar tampil mewah. Perilaku konsumtif sudah menjadi budaya dikalangan mahasiswa, perilaku konsumtif ini terjadi pada mahasiswa, baik mahasiswa laki-laki maupun mahasiswa perempuan.<sup>3</sup>

Keadaan tersebut juga dapat dilihat dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang terdiri dari dua program studi, yaitu Ekonomi Syari'ah (Strata 1) dan Manajemen Perbankan Syari'ah D3 (Diploma III). Seperti halnya Mahasiswa lain pada umumnya FEBI UIN Imam Bonjol Padang juga melakukan kegiatan konsumsi.

Peneliti melakukan observasi pada mahasiswa FEBI sebagai awal tentang permasalahan yang akan diteliti. Dengan melakukan pengamatan berkaitan dengan kegiatan sehari-hari mahasiswa terutama terkait dengan kegiatan konsumsi serta perilaku *Conspicuous consumption* dalam berkonsumsi. Berdasarkan observasi tersebut ditemukan bahwa masih ada mahasiswa FEBI yang diduga kuat memiliki hubungan social, terjebak dalam perilaku *Conspicuous consumption* ini. Beberapa mahasiswa masih ada yang melakukan perilaku konsumsi tanpa disertai pertimbangan rasional, seperti mengunjungi suatu tempat makan hanya untuk *gaya-gayaan* saja, selain itu, juga

---

<sup>2</sup>Lia Indriani, *Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, Universitas Negeri Yogyakarta : 2014, hal 1

<sup>3</sup>Neti Budiwati, (*Analisis Literasi Ekonomi dan Perilaku Konsumen*), Universitas Pendidikan Indonesia: 2014, hal 1

dilakukan pra-penelitian kepada 30 mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang ditemukan bahwa perilaku *Conspicuous consumption* masih ada pada mahasiswa FEBI.

Kegiatan konsumsi biasanya terkait dengan status sosial atau hubungan sosial, dalam sebuah tempat dimana orang-orang pengetahuan menurut keyakinan, bahasa, pengalaman yang telah mereka alami dalam komunikasi dan menjadi lebih efektif. Namun pembahasan antara dua orang yang berinteraksi dalam seputar masalah yang diketahuinya dan hal tersebut tentu mereka perlu mengeluarkan beberapa keperluan baik itu dalam segi pengeluaran waktu, tenaga ataupun biaya konsumsi.<sup>4</sup>

Kebiasaan konsumsi yang mencolok dapat terjadi karena orang-orang ingin memberi tau (sinyal/isyarat) tentang informasi pribadi. Dan menyimpulkan bahwa seseorang membagi pendapatannya diantara dua barang konsumsi. Yang satu terlihat (*visible consumption*) dan yang satunya lagi tidak terlihat (*non visible consumption*). Dia juga menghargai status, seberapa baik teman dan kenalannya memikirkan tentang dia. Mereka mendasarkan penilaian mereka terhadap kemampuan dalam ekonomi, akan tetapi mereka tidak yakin seberapa mampunya dia sebenarnya. Mereka menggunakan informasi yang mereka punya yaitu informasi tentang kebiasaan konsumsi mereka yang terlihat untuk membentuk keyakinan tentang kemampuan orang tersebut.<sup>5</sup>

Meskipun tidak ada yang salah dalam keseimbangan *equilibrium*, keinginan untuk memberi tau *sinyal* masih menyebabkan penyimpangan dalam konsumsi karena mebiasakan konsumsi yang terlihat dapat mengorbankan konsumsi yang tidak terlihat *non visible consumption*. Alasannya adalah bahwa seseorang mencoba untuk menunjukkan pendapatan tinggi mereka dengan mengkonsumsi lebih barang-barang yang terlihat sehingga level konsumsi terlihatnya digolongkan sebagai peningkatan kemampuan seseorang. Orang-orang yang tidak tergabung tampaknya memiliki

---

<sup>4</sup> Lusiana Indriani Lubis, "Komunikasi Antar Budaya", Jurusan Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sumatera Utara :2002, hal 14

<sup>5</sup> Nick Vikander, "Konsumsi Yang Mencolok Dan kekuatan ikatan Sosial", Ringkasan :2008, hal 1

kemampuan yang sedikit dari apa yang sebenarnya mereka lakukan. Setiap orang mencoba untuk memperoleh status yang lebih tinggi dengan mengalahkan tetangganya, sehingga tetangganya juga mencoba untuk mengalahkannya. Akhirnya keduanya hanya melakukan pekerjaan sia-sia dengan artian hanya pertarungan yang tanpa ada habisnya.<sup>6</sup>

Orang yang memiliki ikatan sosial yang kuat dengan teman dekatnya dan memiliki ikatan yang lemah dengan kenalannya juga. Seseorang yang memiliki ikatan yang kuat, temannya akan dapat mengamati kemampuannya dalam ekonomi secara langsung. Dia hanya butuh memberikan sedikit sinyal karena sinyal hanya akan sedikit berpengaruh terhadap temannya tersebut. Jika orang-orang memilih ikatan yang lemah, pendapatan mereka akan lebih tinggi akan tetapi mereka harus memberikan sinyal atau isyarat untuk mendapatkan status.

Nick Vikander tahun 2008 dalam penelitiannya menguji bagaimana pencarian status juga berpengaruh terhadap kebiasaan konsumsi pada masyarakat modern. Nick Vikander mengembangkan model permainan teoritis untuk mengeksplorasi dua ide pokok. Pertama, status orang lain sering didasarkan pada hal-hal yang sulit untuk diobservasi secara langsung, seperti bakat/kemampuan alamiah dalam ekonomi. Seseorang akan berperilaku berbeda jika mereka mengetahui hal tersebut akan mempengaruhi kepercayaan orang lain tentang kemampuan ekonominya. Kedua, orang-orang kadang memilih tipe ikatan sosial yang mereka miliki, karena perbedaan ikatan sosial akan menimbulkan perbedaan jenis informasi yang diberikan.<sup>7</sup>

Fakta menunjukkan bahwa penyimpangan dalam mengkonsumsi atau disebut dengan konsumsi berlebihan yang sering terjadi yaitu pada daerah perkotaan. Dikarenakan orang yang hidup di perkotaan bebas memilih jenis ikatan sosial yang mereka inginkan, tanpa harus diatur oleh adat atau tradisi. Karena ikatan sosial yang kuat itu yang sering

---

<sup>6</sup> *Ibid*, hal 2

<sup>7</sup> *Ibid* hal, 1

dilakukan orang yaitu pada pedesaan. Karena adat atau tradisi untuk menguatkan suatu hubungan sosial yang dapat mendorong kesejahteraan seseorang sering terjadi pada pedesaan. Tetapi bukan berarti orang yang tinggal dalam perkotaan tidak memiliki adat atau tradisi hanya sebagian saja. Dan begitu pula dengan orang tinggal di pedesaan juga terdapat seseorang yang kurang dalam ikatan sosial dikarenakan orang tersebut mungkin tidak sesuai dengan cara orang-orang yang ada pada pedesaan tersebut.<sup>8</sup>

Hasil yang terpenting adalah ketika orang-orang cenderung memiliki ikatan yang lemah dari pada ikatan yang kuat, memperoleh penghasilan yang tinggi dan isyarat dengan melakukan penyimpangan terhadap konsumsi terlihat dan tidak terlihat. Maka dapat disimpulkan bahwa orang yang memiliki ikatan yang kuat akan meningkatkan pendapatannya sehingga statusnya akan meningkat juga.

Maka dari sifat yang terdapat pada diri seorang tersebut dapat meyakinkan penulis untuk lebih mengetahui bagaimana pengeluaran seseorang tersebut dalam pergaulan atau relasi social. Orang-orang yang memiliki pandangan yang berbeda terhadap konsumtif dalam sosial relasi maka terhindar dari perilaku *conspicuous consumption*. Berangkat dari fenomena tersebut penulis ingin lebih lanjut meneliti “**Analisis Pola Relasi Sosial Terhadap Perilaku *Conspicuous consumption*(Pamer) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Imam Bonjol Padang**”

## **B. Rumusan Masalah**

Dari 30 orang responden mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam cenderung melakukan sikap *Conspicuous consumption* yaitu sikap pamer. Yang mereka lakukan terhadap pola hubungan sosial yang bersifat *homofili dan heterofili*. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan sosial akan mempengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan mengelola hubungan tersebut agar terhindar dari perilaku

---

<sup>8</sup> *Ibid*, hal 3

*conspicuous consumption* (pamer). Maka dalam hal ini penulis tampilkan rumusan masalah diantaranya:

1. Apakah ada pengaruh pola relasi sosial *homofili* kota/desa terhadap perilaku *conspicuous consumption* di kalangan mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?
2. Apakah ada pengaruh Pola relasi sosial *Heterofili* kota/desa terhadap perilaku *Conspicuous consumption* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam?

### **C. Batasan Masalah**

1. Pola relasi sosial diukur dari hubungan sosial (*homofili dan heterofili*) yang menggambarkan hubungan relasi sejenis dan beragam didalam perilaku *conspicuous consumption* mengacu kepada sifat pamer dalam hubungan sosial yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Imam Bonjol Padang.
2. Observasi dan penelitian dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Imam Bonjol Padang BP 2015-2017.

### **D. Tujuan dan Manfaat penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh pola relasi sosial (*homofili dan heterofili*) terhadap *conspicuous consumption*.

#### **2. Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, selain untuk menambah pengetahuan juga sebagai syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam FEBI (UIN) Imam Bonjol Padang.

2. Bagi pihak kampus adanya manfaat sumber referensi dan literatur skripsi sebagai pedoman yang dapat dijadikan acuan ilmu pengetahuan dan acuan untuk peneliti selanjutnya.

## E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan ini, penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan : Bab ini penulis membahas latar belakang masalah, rumusan masalah dan batasan masalah tujuan penelitian, sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori: Bab ini, penulis akan membahas konsep konsumsi, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi teori *conspicuous consumption*, teori tingka laku konsumen, teori Gary Becker (*Household Economic*), gaya hidup yang cenderung konsumtif, factor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup, perilaku konsumsi islami, konsep *mashlahah* dalam perilaku konsumsi islami, pengertian, macam-macam, dan faktor-faktor pola relasi sosial *homofili* dan *heterofili*.

BAB III Metode Penelitian : Bab ini penulis akan membahas tentang Tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, teknik analisis data.

- BAB IV Hasil Penelitian: Bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran umum FEBI UIN Imam Bonjol Padang, Deskripsi data, Statistik deskriptif, Uji prasyarat analisis, uji hipotesis dan hasil penelit
- BAB V Penutup : Bab ini berisikan kesimpulan dan hasil dari penelitian beserta saran yang dibutuhkan dalam penulisan ini



UIN IMAM BONJOL  
PADANG