

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi terjadi seiring dengan peningkatan produksi dan jumlah konsumen, dengan konsep ekonomi yang berfokus pada perilaku dan peran konsumen dalam pasar. Bertambahnya hasil produksi saat ini mendorong konsumen untuk lebih leluasa dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam pengambilan keputusan ini konsumen cenderung dipengaruhi oleh faktor psikologis, lingkungan sosial dan budaya dari konsumen. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa ini. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebihan, misalnya dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Pada et al., 2020).

Mengenai perilaku konsumtif, sebagian ibu rumah tangga menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun tidak memahami motivasi mereka secara lebih mendalam, apakah barang yang dibeli sesuai dengan kebutuhan atau hanya sebagai keinginan yang hanya dinilai sebagai alat pemuas saja sehingga sering pula bereaksi tidak sesuai dengan kebutuhan. Saat ini, kegiatan konsumtif yang dilakukan oleh masyarakat pedesaan tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi barang tersebut semata. Akan tetapi, juga didasari oleh keinginan yang sifatnya untuk menjaga gengsi (Rasyid, 2019).

Hal itu karena semakin banyaknya penawaran dari produk terbaru yang promosinya dilakukan melalui media cetak maupun elektronik bahkan melalui penjualan langsung di tempat yang membuat seseorang menjadi mudah terpengaruh untuk mencoba ataupun membeli barang tersebut walaupun

sebenarnya barang tersebut tidak diperlukan. Begitu juga yang terjadi pada ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion khususnya Kabupaten Kerinci dimana perilaku konsumtif lebih meningkat pada toko-toko tempat berbelanja. Ibu rumah tangga DiKabupaten Kerinci yang mayoritas beragama Islam sangat memegang teguh akan ajaran Islam, tetapi dari segi mengkonsumsi barang dan jasa, masyarakat ibu rumah tangga seringkali tidak memperhatikan etika konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam (Nabil et al., 2024).

Perilaku konsumtif merupakan proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih, membeli dan menggunakan barang dan jasa untuk memaksimalkan kepuasaannya. Sebagaimana yang terjadi pada ibu rumah tangga Kabupaten Kerinci yang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun tidak memahami motivasi mereka secara mendalam apakah barang dan jasa yang mereka peroleh atau gunakan sesuai dengan kebutuhan atau hanya keinginan yang dinilai sebagai alat pemuas atau hanya untuk menjaga gengsi. Dalam kasus Kabupaten Kerinci, ibu rumah tangga lebih mengutamakan keinginannya, karena tidak ingin dianggap ketinggalan zaman, mereka berperilaku konsumtif seperti untuk membandingkan, bosan, mencari yang lebih canggih, coba-coba, dan gengsi. Jika yang diinginkan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja. Biasanya banyak diantaranya ada orang yang akan percaya diri bila memiliki barang-barang mewah dan selalu update/terbaru. Manusia bisa dibilang makhluk yang tidak pernah puas, ujung dari pencarian yang mereka lakukan selalu berpikir pada satu titik, yaitu kurang (Dunn et al., 2011).

Perilaku konsumtif merupakan bagian dari dinamika sosial ekonomi ibu rumah tangga yang mencerminkan pola pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion di Kabupaten Kerinci semakin terlihat akibat pengaruh modernisasi, akses teknologi digital, dan pergeseran nilai budaya. Sebagai daerah dengan struktur ekonomi

agraris, Kabupaten Kerinci menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara gaya hidup konsumtif masyarakat dan keterbatasan sumber daya ekonomi lokal. Kondisi ini menjadikan studi tentang perilaku konsumtif dalam berbelanja fashion di Kabupaten Kerinci semakin relevan, terutama dalam memahami dampaknya terhadap stabilitas ekonomi. (Lutfiah et al., 2022). Faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion meliputi meningkatnya akses ibu rumah tangga terhadap media sosial dan platform e-commerce, serta promosi konsumsi yang gencar melalui berbagai saluran komunikasi modern. Tren ini membawa dampak positif berupa peningkatan pilihan barang dan jasa bagi masyarakat, tetapi juga menimbulkan risiko terjadinya perilaku konsumtif berlebihan yang berpotensi mengganggu keuangan rumah tangga dan ekonomi lokal (Angelia et al., 2021).

Perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion, termasuk di Kabupaten Kerinci, dapat disebabkan oleh pengaruh gaya hidup yang berubah akibat globalisasi dan kemajuan teknologi. Gaya hidup konsumtif biasanya muncul dari kebutuhan psikologis untuk meningkatkan status sosial, yang ditunjukkan melalui kepemilikan barang-barang tertentu. Menurut teori gaya hidup, perilaku ini didorong oleh tekanan sosial dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok atau tren populer. Hal ini sering kali diperparah oleh masuknya media sosial dan promosi digital yang memperkenalkan masyarakat kepada berbagai produk dan layanan baru (Nurazijah et al., 2023).

Selain itu, konsep kebutuhan seperti yang dijelaskan dalam teori konsumsi oleh Thorstein Veblen, juga memengaruhi perilaku masyarakat. Mereka terdorong untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak esensial, hanya untuk memenuhi keinginan atau mengikuti dorongan emosional. Faktor lain, seperti rendahnya literasi keuangan dan kurangnya kontrol diri, turut berkontribusi terhadap pola konsumtif ini. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perilaku

konsumtif cenderung meningkat ketika akses terhadap kredit mudah diperoleh, sehingga ibu rumah tangga lebih rentan terhadap belanja impulsif tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjangnya (Angelia et al., 2021).

Perilaku konsumtif di Kabupaten Kerinci, semakin tampak dengan meningkatnya kebiasaan ibu rumah tangga dalam membeli barang-barang yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan utama. Konsumsi yang berlebihan ini sering kali didorong oleh tren gaya hidup modern yang terus berkembang, di mana memiliki barang terbaru atau mengikuti tren menjadi bagian penting dari identitas sosial seseorang (Rahmat et al., 2020). Hal ini juga diperkuat dengan kemudahan akses terhadap barang dan jasa melalui berbagai platform belanja online, yang membuat masyarakat semakin mudah tergoda untuk berbelanja secara impulsive.

Salah satu teori yang relevan dalam memahami perilaku konsumtif adalah teori kepribadian yang dikemukakan oleh Carl R. Rogers. Menurut Rogers, gaya hidup konsumtif dapat dipahami melalui konsep diri individu. Dalam pandangannya, individu yang memiliki kebutuhan untuk memenuhi ekspektasi sosial seringkali terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan. Mereka membeli barang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi untuk membentuk identitas dan citra diri yang sesuai dengan standar sosial yang berlaku. Gaya hidup konsumtif ini bisa diartikan sebagai refleksi dari pencarian individu akan penerimaan sosial dan aktualisasi diri, yang sering kali berdampak negatif pada kesejahteraan psikologis dan finansial mereka.

Perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion di Kabupaten Kerinci dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perkembangan teknologi, tekanan sosial, dan kondisi ekonomi keluarga. Akses yang semakin luas terhadap media sosial dan e-commerce mendorong peningkatan konsumsi fashion, sering kali tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Di daerah yang lebih modern seperti Desa Pasar Senen dan Desa Tanjung Bunga, perilaku konsumtif lebih terlihat dibandingkan dengan Desa Tanjung Bunga, yang masih

mempertahankan pola konsumsi sederhana meskipun mulai mengalami perubahan akibat modernisasi. Selain itu, tekanan sosial untuk mengikuti tren fashion juga memengaruhi pola belanja ibu rumah tangga, yang dalam beberapa kasus dapat berdampak pada kestabilan ekonomi keluarga, terutama bagi mereka dengan pendapatan terbatas. Rendahnya literasi keuangan menjadi faktor utama yang menyebabkan sebagian ibu rumah tangga kurang bijak dalam mengelola pengeluaran, sehingga diperlukan edukasi serta dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait agar mereka dapat mengatur keuangan dengan lebih baik dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Fenomena ini dapat berdampak negatif pada stabilitas ekonomi rumah tangga, terutama bagi keluarga dengan pendapatan yang terbatas. Pengeluaran yang tidak sesuai dengan pendapatan seringkali menyebabkan keluarga kesulitan mengatur keuangan, sehingga terjebak dalam masalah keuangan, seperti utang yang terus menumpuk (Bewani, 2019). Dalam jangka panjang, kebiasaan ini dapat mengganggu kesejahteraan finansial keluarga, karena semakin banyak uang yang dihabiskan untuk kebutuhan yang tidak penting daripada untuk tabungan atau kebutuhan mendesak (SL. Triyaningsih, 2011).

Perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion di Kabupaten Kerinci dapat dianalisis melalui perspektif ekonomi Islam yang menekankan prinsip keseimbangan (*wasathiyah*) dalam konsumsi (Antonio, 2001). Islam melarang perilaku boros (*israf*) dan pemborosan yang tidak bermanfaat (*tabdzir*) sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an (QS. Al-Isra: 26-27) (Mannan, 1992). Selain itu, konsep masalah dalam ekonomi Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus didasarkan pada skala prioritas, yaitu *dharuriyyat* (kebutuhan primer), *hajiyyat* (kebutuhan sekunder), dan *tahsiniyyat* (kebutuhan tersier) (Chapra, 2000). Jika ibu rumah tangga lebih banyak mengalokasikan pengeluaran untuk fashion daripada kebutuhan pokok keluarga, maka perilaku ini dapat berdampak negatif terhadap kestabilan ekonomi rumah tangga serta bertentangan dengan

ajaran Islam (Ascarya, 2012). Oleh karena itu, edukasi mengenai literasi keuangan berbasis ekonomi Islam menjadi penting untuk membantu ibu rumah tangga mengelola keuangan secara bijak, sehingga konsumsi tidak hanya didorong oleh tren atau dorongan emosional, tetapi juga memperhatikan keberkahan dalam penggunaan harta (Karim, 2010). Kondisi Ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion di Kabupaten Kerinci saat ini dipengaruhi oleh perilaku konsumtif yang meningkat, sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi digital. Banyak warga yang terpapar oleh iklan dan promosi melalui media sosial dan platform belanja online, sehingga memicu nafsu belanja yang tinggi, meskipun barang yang dibeli sering kali tidak diperlukan. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan dalam pola pikir masyarakat, yang cenderung lebih mengutamakan gaya hidup hedonis dan konsumsi berlebihan (Volume & Access, 2023)

Penyebab perilaku konsumtif di Kabupaten Kerinci dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Salah satunya adalah adanya tekanan sosial yang mendorong ibu rumah tangga untuk mengikuti gaya hidup yang lebih modern, terutama dengan meningkatnya penggunaan media sosial yang memperkuat kecenderungan untuk meniru barang dan gaya hidup orang lain (Mawo, Thomas, 2017). Selain itu, tingkat literasi ekonomi yang rendah juga memengaruhi kecenderungan ibu rumah tangga untuk berbelanja secara impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang. Dari sisi realitas ekonomi, masyarakat Kabupaten Kerinci sebagian besar menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian dan perdagangan kecil. Meskipun perekonomian berbasis agraris ini cukup stabil, masih ada tantangan ekonomi yang dihadapi, terutama bagi keluarga dengan pendapatan rendah yang harus menyesuaikan pengeluaran di tengah tuntutan gaya hidup modern yang semakin tinggi.

Dalam menganalisis perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion di Kabupaten Kerinci, beberapa indikator digunakan untuk memahami pola dan faktor yang memengaruhi keputusan konsumsi. Indikator utama meliputi

frekuensi pembelian, yang mengukur seberapa sering ibu rumah tangga berbelanja fashion; motivasi belanja, yang mencakup dorongan emosional, sosial, atau fungsional dalam berbelanja; preferensi merek dan tren, yang menunjukkan kecenderungan ibu rumah tangga terhadap merek tertentu atau mengikuti tren fashion terkini; pengaruh lingkungan sosial, termasuk peran keluarga, teman, dan media dalam menentukan pilihan fashion; serta implikasi finansial, yang melihat bagaimana pengeluaran untuk fashion memengaruhi kondisi ekonomi rumah tangga.

Dalam penelitian ini, salah satu informan yang diwawancarai adalah Ibu wenti (28), seorang ibu rumah tangga di Desa Pasar Senen yang aktif mengikuti tren fashion. Ia mengaku berbelanja pakaian minimal dua kali dalam sebulan, terutama saat ada diskon atau model baru yang menarik perhatiannya. Menurutnya, belanja fashion bukan hanya kebutuhan, tetapi juga cara untuk meningkatkan rasa percaya diri dan mengikuti perkembangan zaman, terutama karena pengaruh media sosial dan lingkungan pergaulan. Sementara itu, di Desa Tanjung Bunga, Ibu meme (31) memberikan perspektif berbeda. Ia jarang membeli pakaian baru dan lebih memilih pakaian yang awet serta fungsional. Baginya, kebutuhan rumah tangga seperti pangan dan pendidikan anak lebih diprioritaskan dibandingkan belanja fashion. Kedua wawancara ini menunjukkan adanya perbedaan pola konsumtif ibu rumah tangga berdasarkan kondisi sosial dan ekonomi masing-masing desa.

Salah satu teori yang relevan dalam memahami perilaku konsumtif adalah teori kepribadian yang dikemukakan oleh Carl R. Rogers. Menurut Rogers, gaya hidup konsumtif dapat dipahami melalui konsep diri individu. Dalam pandangannya, individu yang memiliki kebutuhan untuk memenuhi ekspektasi sosial seringkali terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan. Mereka membeli barang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi untuk membentuk identitas dan citra diri yang sesuai dengan standar sosial yang berlaku. Gaya hidup

konsumtif ini bisa diartikan sebagai refleksi dari pencarian individu akan penerimaan sosial dan aktualisasi diri, yang sering kali berdampak negatif pada kesejahteraan psikologis dan finansial mereka (Nabil et al., 2024).

Berdasarkan penjelasan diatas perilaku konsumsi ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion khususnya di kabupaten kerinci terjadi kecenderungan untuk mengkonsumsi barang-barang mewah, model baru, trend atau populer saat ini. Karena di Kabupaten Kerinci merupakan pusat perbelanjaan yang tersedia berbagai macam toko. Seperti toko Serba ada, toko Sejahtera, toko sepatu, dan berbagai macam butik serta Mini Market. Dengan adanya toko-toko dan pasar tersebut masyarakat pedesaan lebih sering melakukan kegiatan berbelanja serta perilaku konsumtif lebih leluasa dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan. Kegiatan belanja yang dilakukan oleh masyarakat di kabupaten kerinci di motivasi oleh adanya keinginan untuk memperoleh barang dan jasa yang trend, model baru serta populer saat ini.

Berdasarkan penerapan latar belakang diatas maka timbul masalah apakah proses yang dilakukan oleh ibu rumah tangga tentang perilaku konsumtif masyarakat terjadi kecenderungan untuk mengkonsumsi barang-barang mewah, model baru, trend atau populer tersebut oleh karena itu melalui tulisan ini, dapat dikaji lebih dalam yang diterapkan oleh ibu rumah tangga khususnya di Kabupaten Kerinci tersebut dengan judul **“Analisis Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Dalam Berbelanja Fashion Di Kabupaten Kerinci “**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka untuk lebih sistematis dan terarahnya penelitian ini, penulis akan meneliti 2 kecamatan yaitu Desa Pasar Senen dan desa Tanjung Bunga yang ada di Kabupaten kerinci dan merumuskan permasalahan ini, yaitu bagaimana perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion di Kabupaten Kerinci.

1.3 Pertanyaan penelitian

Bagaimana perilaku konsumtif ibu rumah tangga Di Desa Pasar Senen dan Desa Tanjung Bunga di Kabupaten Kerinci?

1.4 Tujuan penelitian

Untuk mengetahui perilaku konsumtif ibu rumah tangga Di Desa Pasar Senen dan Desa Tanjung Bunga di kabupaten kerinci?

1.5 Batasan Masalah

Pemilihan Desa Pasar Senen dan Desa Tanjung Bunga sebagai lokasi penelitian didasarkan pada perbedaan karakteristik yang mencolok antara keduanya. Desa Pasar Senen, sebagai ibu kota Kabupaten Kerinci, merepresentasikan daerah dengan aktivitas ekonomi yang tinggi, akses mudah terhadap produk fashion, dan gaya hidup yang lebih modern. Sebaliknya, Desa Tanjung Bunga mencerminkan kawasan yang masih mempertahankan pola hidup sederhana dengan akses yang terbatas terhadap barang konsumtif, termasuk fashion.

1.6 Manfaat penelitian

1.6.1 Kegunaan teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan berguna sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan informasi yang dapat mendukung bagi peneliti maupun pihak lain yang tertarik dengan penelitian serupa tentang perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam berbelanja fashion di Kabupaten Kerinci.

1.6.2 Kegunaan praktis

Untuk menambah cakrawala berpikir bagi peneliti serta untuk menambah keilmuan bagi mahasiswa dan juga sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan program magister (S2) pada program studi Ekonomi Syariah.



UIN IMAM BONJOL
PADANG