

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pola konsumsi merupakan bentuk perilaku manusia dalam menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya.¹ Dalam beberapa tahun terakhir, pola konsumsi generasi milenial di Indonesia mengalami perubahan yang cukup signifikan, khususnya dalam konsumsi produk fashion. Dibuktikan dengan Produksi dan konsumsi fashion secara global mengalami peningkatan hampir dua kali lipat dalam 15 tahun terakhir (EMF, 2017).² Fashion tidak lagi dipandang semata sebagai kebutuhan sandang, tetapi telah bergeser menjadi sarana ekspresi diri, simbol identitas sosial, serta alat untuk mengikuti tren. Perkembangan teknologi digital, kemudahan akses informasi, serta maraknya platform *e-commerce* turut mendorong generasi milenial untuk melakukan pembelian produk fashion secara praktis dan cepat, baik melalui toko daring (*online*) maupun secara langsung (*offline*). Fenomena ini menunjukkan adanya kecenderungan pola konsumsi semakin impulsif.³ Artinya mereka berorientasi pada keinginan bukan kebutuhan.

¹ Reka Sawitri, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Fashion Halal Di Kalangan Mahasiswi Iain Palopo, " Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, (2025), hlm 1.

² Kirsi Niinimäki (Ed.), "Sustainable Fashion in a Circular Economy", *Aalto University School of Arts, Design and Architecture*, (2018), hlm 174.

³ Dimas Pratomo, "Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta), *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 2 No 2, (2019) hlm 243.

Fenomena ini terlihat pada generasi milenial khususnya di Kecamatan Lembah Sorik Marapi yaitu generasi yang lahir antara tahun 1981 sampai 1996, besar dan berkembang di tengah kemajuan teknologi informasi dan ekonomi digital yang maju.⁴ Di Kecamatan Lembah Sorik Marapi, fenomena tersebut tampak nyata pada generasi milenial yang telah memiliki pekerjaan dan mempunyai penghasilan sendiri yang memicu kecenderungan aktif mengikuti perkembangan tren fashion melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook dan lainnya. Mereka tidak hanya mencari inspirasi dan rekomendasi produk secara *online*, tetapi juga melakukan pembelian fashion baik secara langsung (*offline*) di toko maupun melalui berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia.

Kemudahan akses terhadap produk fashion, baik melalui toko daring (*online shop*) maupun toko konvensional (*offline*), membuat generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi semakin mudah dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan berbelanja khususnya fashion. Kondisi ini menyebabkan frekuensi pembelian pakaian meningkat, tidak hanya untuk kebutuhan kerja atau aktivitas sehari-hari, tetapi juga untuk menunjang penampilan serta citra diri di lingkungan sosial. Kelompok ini menjadi menarik untuk diteliti karena telah memiliki kemampuan finansial untuk menentukan keputusan konsumsi secara mandiri. Dengan demikian, perilaku belanja mereka mencerminkan hubungan antara gaya

⁴ Arnadila Dwi Syahputri dkk. "Analisa Pola Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Khaf (Studi Kasus Mahasiswi Se-Kota Medan)," *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): hlm 261.

hidup dan kemampuan mengelola keuangan pribadi dalam menghadapi beragam pilihan konsumsi fashion di era modern.

Mayoritas masyarakat di Kecamatan Lembah Sorik Marapi adalah muslim, sehingga dalam praktiknya generasi milenial menunjukkan kecenderungan gaya berpakaian yang cenderung *modest casual style* yaitu perpaduan antara busana yang sopan dan tertutup (*modest*) dengan kesan santai dan praktis (*casual*).⁵ Namun demikian, kemudahan belanja sering kali mendorong konsumsi yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan. Pembelian fashion kerap dilakukan karena adanya diskon, tren yang sedang viral, atau dorongan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa pola konsumsi fashion generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi bersifat beragam, mulai dari konsumsi rasional hingga konsumsi yang cenderung hedonis, simbolik dan trend oriented.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pola konsumsi tidak terlepas dari kemampuan individu dalam mengelola keuangannya. Dengan demikian, kegiatan konsumsi berhubungan erat dengan keuangan dan manusia sebagai pelakunya. Apabila individu membeli produk yang tidak didasarkan pada prioritas kebutuhannya dan hanya memenuhi keinginannya maka kegiatan tersebut disebut

⁵ Nashuha, "Resepsi Wanita Muslim Berhijab Terhadap Style Modest Fashion Yang Dipopulerkan Oleh Fashion," Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, (2022),Hlm 2.

tindakan *irasional* dan *kompulsif*.⁶ Beberapa faktor dapat memengaruhi pola konsumsi fashion generasi milenial, dan salah satu yang paling berperan penting adalah tingkat pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan atau yang dikenal dengan literasi keuangan. Literasi keuangan sendiri merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, menganalisis dan mengkomunikasikan permasalahan keuangan pribadi.⁷

Dalam praktiknya, generasi milenial yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung memiliki kemampuan membuat perencanaan keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Mereka cenderung lebih selektif dalam berbelanja, mempertimbangkan fungsi dan kebutuhan sebelum membeli, dan juga mereka lebih paham pentingnya alokasi dana untuk tabungan dan investasi sebagai persiapan menghadapi kebutuhan mendesak atau masa depan.⁸ Sebaliknya, generasi yang kurang literasi cenderung mengalami kesulitan dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, yang berpotensi memicu pengeluaran berlebihan. Perbedaan perilaku ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh nyata terhadap pola konsumsi generasi milenial.

Selain literasi keuangan, pola konsumsi masyarakat juga dipengaruhi oleh gaya hidup. Secara umum, gaya hidup mencerminkan perilaku individu yang

⁶ Evi Maryadiningsih, "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Di Surabaya Selama Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Konsumsi Islam" *Jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan sosial (EMBISS)* Vol 1, (4) (2021) hlm 386–396.

⁷ Rita Rahayu dkk, "The Current Digital Financial Literacy and Financial Behavior in Indonesian Millennial Generation", *Journal of Accounting and Investment*, Vol 23, no. 1 (2022): hlm79.

⁸ Nirmala Sari, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, (2018), hlm 4.

terbentuk dari cara berpikir, kondisi emosional, dan aspek psikologis seseorang. Gaya hidup tampak melalui aktivitas, minat, serta pandangan individu dalam membelanjakan pendapatannya dan mengatur penggunaan waktu yang dimilikinya.⁹ Generasi milenial yang bekerja di Kecamatan Lembah Sorik Marapi umumnya memiliki pola hidup yang dinamis, aktif secara sosial, dan terbuka terhadap perkembangan tren global. Mereka cenderung mengalokasikan sebagian pendapatan untuk memenuhi kebutuhan rekreasi, hiburan, serta penampilan diri melalui pembelian fashion online maupun offline. Gaya hidup juga menjadi faktor utama yang mampu mempengaruhi konsumerisme seseorang. Gaya hidup mencerminkan kecenderungan konsumtif yang terlihat dari cara seseorang menggunakan waktu dan pendapatannya, terutama dalam memenuhi kebutuhan fashion.¹⁰ Apabila tidak diimbangi dengan kesadaran dalam mengelola keuangan, pola konsumtif ini dapat berkembang menjadi kebiasaan yang berdampak pada keseimbangan finansial. Perilaku konsumtif pada akhirnya mencerminkan pola hidup yang lebih berorientasi pada pemenuhan keinginan dan kesenangan dibandingkan kebutuhan yang sebenarnya.

⁹ Donald B. Rondonuwu dkk, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Amurang Barat” *Jurnal Equilibrium*, vol.3,No.3. (2022): hlm 50–51.

¹⁰ Asmarannida Ari Faatihah, “Pengaruh Literasi Ekonomi, Status Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup Dan Religiusitas Terhadap Pola Konsumsi Islami Di Pondok Pesantren Darul Qur’ an Kepulauan Riau”, *Journal of Economics and Business Innovation*, Volume 1 Nomor 2, September 2021, hlm 2–3.

Berdasarkan hasil kajian dari berbagai penelitian terdahulu bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi.¹¹ Begitu pula gaya hidup yang juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi.¹² Meskipun demikian, kedua penelitian tersebut masih membahas variabel secara terpisah atau dilakukan pada objek penelitian yang berbeda. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan terhadap pola konsumsi fashion generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi belum pernah dilakukan.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki perbedaan dan kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya. Penelitian ini menitikberatkan pada generasi milenial khususnya muslim yang sudah bekerja dan mempunyai pendapatan sendiri di Kecamatan Lembah Sorik Marapi, dengan fokus pada pola konsumsi fashion sebagai cerminan gaya hidup modern. Selain itu, penelitian ini juga berupaya menggabungkan aspek ekonomi (literasi keuangan) dan aspek sosial-psikologis (gaya hidup) untuk menjelaskan perilaku konsumsi fashion secara lebih komprehensif di era digital.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut melalui penelitian berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap

¹¹ Rizka Fitri Prasetyaningsih, *“Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin Dan Jurusan Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”*, (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018).

¹² Reka Sawitri, *Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Pola Konsumsi Fashion Halal di Kalangan Mahasiswi IAIN Palopo*.

Pola Konsumsi Fashion Generasi Milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, selanjutnya rumusan masalah tersebut penulis kembangkan ke dalam bentuk pernyataan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap pola konsumsi fashion generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal ?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi fashion generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal ?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan terhadap pola konsumsi fashion generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada pola konsumsi generasi milenial terhadap produk fashion di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal. Fokus penelitian ini adalah pada pola konsumsi fashion pakaian saja. Penelitian ini juga dibatasi pada generasi milenial yang lahir antara tahun 1981–1996 muslim yang sudah bekerja dan memiliki penghasilan sendiri di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di kemukakan, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap pola konsumsi fashion generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi fashion generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan terhadap pola konsumsi fashion generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun secara akademis, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi generasi milenial

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah membantu generasi memahami pentingnya literasi keuangan agar mampu mengatur keuangan pribadi secara lebih bijak, mengelola konsumsi, dan gaya hidup, terutama dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam pembelian produk fashion. Generasi milenial di harapkan dapat memahami

pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi fashion di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal.

b. Bagi Pemerintah

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah daerah dalam meninjau pola konsumsi generasi milenial, khususnya terkait pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian fashion di era digital. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk merancang program peningkatan literasi keuangan sekaligus mengedukasi masyarakat agar lebih bijak dalam menilai harga dan mengelola pengeluaran. Dengan demikian, kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan pengendalian perilaku konsumtif dan penguatan ekonomi daerah dapat lebih tepat sasaran serta mendorong terbentuknya generasi yang cerdas finansial dan rasional dalam berbelanja.

2. Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi fashion generasi milenial di Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal. Hasil penelitian ini juga diharapkan

dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi pola konsumsi generasi milenial.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika merupakan uraian secara garis besar mengenai isi dari suatu penelitian. Penulisan sistematika ini akan disajikan secara menyeluruh untuk memudahkan dalam melakukan penulisan dan memahami penelitian ini ditulis. Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan Sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini terdiri dari landasan teori, pada bab ini akan membahas tentang teori – teori yang dapat memperkuat penelitian ini, penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Mengurai secara jelas tentang metode penelitian, jenis penelitian, lokasi, subjek dan objek penelitian, sumber data, serta teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan, pada bab ini akan menerangkan hasil dari pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Memberikan penutup yang mencakup kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

