

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya arus globalisasi dan kemajuan teknologi informasi telah memberikan dampak yang luas terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang sosial, budaya, dan ekonomi. Teknologi digital tidak hanya mengubah mekanisme transaksi melalui *e-commerce* dan sistem pembayaran non-tunai, tetapi juga merevolusi cara individu berinteraksi dan mengonstruksi gaya hidup mereka.¹ Aktivitas ekonomi pada masa ini tidak lagi hanya berfokus kepada pemenuhan kebutuhan yang bersifat fungsional, melainkan semakin dipengaruhi oleh simbol dan pencitraan sosial. Perubahan inilah yang memicu menguatnya perilaku konsumtif, yaitu suatu kecenderungan untuk berbelanja secara berlebihan yang dipicu oleh hasrat pribadi tanpa adanya evaluasi yang rasional tentang ekonomi yang baik.²

Menurut teori perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono, perilaku konsumtif merupakan tindakan menggunakan suatu produk secara berlebihan atau membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan utama, melainkan dipengaruhi oleh keinginan tertentu seperti mengikuti tren, mendapatkan pengakuan sosial, membeli karena promosi,

¹ A.Noer Chalifah Ramadhany, "Peran Media Sosial Dalam Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Di Kalangan Remaja Komunitas Pesisir," *EDUSOS: Jurnal Edukasi Dan Ilmu Sosial* 2, no. 01 (2025): 18–25, <https://doi.org/10.62330/edusos.v2i01.291>.

² Syifa Ulayya and Endah Mujiasih, "Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro," *Jurnal EMPATI* 9, no. 4 (2020): 271–79, <https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>.

maupun keinginan memiliki produk yang digunakan oleh banyak orang. Teori tersebut menjelaskan bahwa keputusan konsumsi seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ekonomi, tetapi juga faktor psikologis dan sosial yang berkembang dalam lingkungan individu.³

Terbentuknya perilaku konsumtif pada individu tidak terlepas dari berbagai faktor yang memengaruhinya. Secara umum, faktor tersebut dapat dikategorikan menjadi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal berasal dari lingkungan sekitar individu, seperti kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga. Perubahan budaya akibat modernisasi dapat memengaruhi pola konsumsi masyarakat, termasuk mahasiswa yang cenderung mengikuti perkembangan tren. Selain itu, kelompok referensi seperti teman sebaya memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumsi mahasiswa karena lingkungan pergaulan sering menjadi dasar dalam menentukan gaya hidup dan pilihan produk.

Sementara itu, faktor internal berasal dari dalam diri individu, seperti motivasi, kepribadian, konsep diri, dan gaya hidup. Motivasi dan konsep diri dapat mendorong seseorang melakukan konsumsi tertentu sebagai bentuk pencapaian kepuasan pribadi maupun pembentukan identitas diri. Selain itu, gaya hidup menjadi salah satu faktor penting karena menggambarkan bagaimana seseorang menggunakan waktu dan sumber daya finansialnya dalam kehidupan sehari-hari.⁴

³ ritia Anggadita Aila Meiliyandrie Indah Wardani, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Penerbit NEM, 2021, n.d.).

⁴ Athallah, Asbara, and Manajemen, "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masyarakat Nelayan Kelurahan Barombong Kecamatan Tamalate Kota Makassar."

Mahasiswa yang tergolong dalam generasi muda adalah kelompok yang paling aktif memanfaatkan layanan keuangan digital. Tingginya intensitas penggunaan media sosial dan dompet digital menjadikan mahasiswa berada dalam lingkungan ekonomi yang dinamis namun penuh distraksi. Media sosial kini berfungsi sebagai yang utama bagi mahasiswa dalam mengonstruksi gaya hidup dan citra diri. Fenomena ini jika tidak diimbangi dengan resiliensi keuangan yang memadai, akan mendorong pengambilan keputusan ekonomi yang impulsif dan mengancam kesejahteraan keuangan mereka di masa depan.⁵

Fenomena perilaku konsumtif tersebut juga dapat ditemukan pada mahasiswa di Kota Padang sebagai salah satu pusat pendidikan di Sumatera Barat. Kota Padang memiliki berbagai perguruan tinggi yang menjadi tempat berkumpulnya mahasiswa dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam. Penelitian ini secara khusus dilakukan pada mahasiswa perguruan tinggi swasta, yaitu Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Universitas Adzkia, dan Universitas Bung Hatta. Pemilihan ketiga perguruan tinggi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa ketiganya merupakan perguruan tinggi swasta di Kota Padang yang memiliki jumlah mahasiswa aktif dengan karakteristik yang beragam, sehingga relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

⁵ Nyoman Trisna Herawati, Luh Gede Kusuma Dewi, and Made Ary Meitriana, "Literasi Keuangan Dan Resiliensi Keuangan Mahasiswa: Ditinjau Dari Perspektif Gender," *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 16, no. 1 (2024): 43–56, <https://doi.org/10.22225/kr.16.1.2024.43-56>.

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa persentase rata-rata konsumsi telekomunikasi rumah tangga perkotaan di Sumatera Barat mencapai 3,77 persen pada tahun 2024. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi komunikasi telah menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat. Bagi mahasiswa, perkembangan teknologi digital memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai produk dan layanan, tetapi juga dapat meningkatkan risiko perilaku konsumsi yang tidak terkendali apabila tidak diiringi kemampuan pengelolaan keuangan yang baik.⁶

Secara sosiologis, salah satu faktor eksternal yang paling dominan dalam memicu perilaku ini adalah upaya pengejaran Simbol status. Dalam lingkungan sosial kampus, kepemilikan barang bermerek sering dimaknai sebagai simbol posisi sosial dan sarana negosiasi identitas. Keputusan ekonomi sering kali diambil bukan berdasarkan nilai guna, melainkan demi mendapatkan pengakuan dari kelompok sebaya. Dorongan untuk menjaga citra diri, terutama demi eksistensi di media sosial, secara perlahan mendorong mahasiswa untuk melakukan pengeluaran yang melampaui kemampuan finansial nyata mereka hanya demi sebuah label sosial.⁷

Namun, di tengah kuatnya tarikan faktor eksternal tersebut, terdapat faktor internal yang menentukan sejauh mana individu mampu bertahan,

⁶ “Persentase Rata-Rata Konsumsi Telekomunikasi Rumah Tangga Terhadap Konsumsi Total Menurut Provinsi, 2024,” n.d.

⁷ Susan Junita, Henny Yusalia, and Fera Indasari, “Konstruksi Identitas Remaja Dalam Pemakaian Tas Branded (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang)” 4, no. 3 (2025): 1743–51.

yakni kontrol diri. Kontrol diri dapat dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk mengendalikan dorongan impulsif dan mengarahkan perilaku kepada konsekuensi positif. Sebaliknya mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah terdorong untuk mengikuti kemudahan transaksi menggunakan uang elektronik (*e-money*) dan tren gaya hidup.⁸ Sebaliknya, kontrol diri yang kuat berfungsi sebagai mekanisme pertahanan internal yang membantu mahasiswa mengelola sumber daya keuangan secara lebih bijak dan terencana.

Selain kapasitas psikologis, dimensi religiusitas juga memegang peranan vital sebagai dasar moral dalam kegiatan ekonomi mahasiswa. Dalam ekonomi islam, konsumsi diatur melalui prinsip kesederhanaan serta larangan keras terhadap perilaku *israf* (berlebihan) dan *tabdzir* (pemborosan). Religiusitas bukan sekadar identitas formal, melainkan nilai yang seharusnya terinternalisasi dalam setiap keputusan ekonomi. Penelitian sebelumnya mengonfirmasi bahwa religiusitas memiliki korelasi negatif terhadap perilaku konsumtif; artinya, semakin dalam pemahaman nilai agama seseorang, maka semakin terkendali pengeluarannya. Akan tetapi di tengah arus modernitas Kota Padang yang kental dengan falsafah *Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah*, sering kali terjadi

⁸ Heny Kurnianingsih Devi Kusmiati, "Edunomika – Vol. 06, No. 02, 2022," *Jurnal Ilmiah Edunomika* Vol. 6, no. No. 2 (2022): 1–13, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/4977>.

kesenjangan di mana nilai-nilai religius tersebut harus berkompetisi dengan budaya hedonisme yang menawarkan kepuasan materi instan.⁹

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, diketahui bahwa Simbol status, kontrol diri, dan religiusitas masing-masing berpengaruh terhadap perilaku ekonomi individu. Namun sebagian besar penelitian masih mengkaji faktor-faktor tersebut secara terpisah kajian yang mengintegrasikan faktor sosiologis, psikologis, dan teologis secara simultan, khususnya pada mahasiswa di Kota Padang, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang komprehensif determinan perilaku konsumtif tersebut dengan judul: “Pengaruh Simbol Status, Kontrol Diri, dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kota Padang.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Simbol status terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh Kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Padang?

⁹ Arif Rahmat, Asyari Asyari, And Hesi Eka Puteri, “Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Ekonomika Syariah : Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 39, <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>.

4. Bagaimana pengaruh Simbol status, Kontrol diri, dan religiusitas secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Padang?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, beberapa batasan masalah telah ditetapkan guna menjaga fokus dan ruang lingkup pembahasan, yaitu sebagai berikut:

1. Subjek penelitian: Penelitian ini di khususkan bagi mahasiswa yang sudah memiliki pekerjaan tetap maupun paruh waktu (*Part-time*).
2. Objek penelitian: Fokus penelitian pada perilaku konsumtif mahasiswa yang dipengaruhi oleh paparan media sosial, khususnya dalam pengambilan keputusan konsumsi yang berkaitan dengan gaya hidup, penampilan, dan kepemilikan barang-barang yang memiliki identitas sosial tertentu
3. Lokasi penelitian: Ruang lingkup wilayah penelitian ini mencakup mahasiswa pada tingkat di Perguruan Tinggi Swasta meliputi Universitas Putra Indonesia (UPI) YPTK Padang, Universitas Adzkie, dan Universitas Bung Hatta.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simbol status terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Padang.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simbol status, kontrol diri, dan religiusitas secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Padang.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, batasan masalah, dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, khususnya Pemerintah Kota Padang, dalam memahami dinamika perilaku konsumtif generasi muda di tengah arus globalisasi dan perkembangan teknologi digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, seperti simbol status, kontrol diri, dan religiusitas. Selain itu, temuan penelitian dapat menjadi rujukan dalam penyusunan kebijakan yang bertujuan membentuk perilaku konsumsi yang lebih sehat, proporsional, dan sejalan dengan nilai-nilai yang diajarkan dalam Islam. Pemerintah juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk merancang program edukatif yang menumbuhkan kesadaran finansial dan moralitas konsumsi di kalangan generasi muda.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada mahasiswa tentang pentingnya pengendalian diri dalam aktivitas konsumsi. Dengan mengetahui pengaruh simbol status, kontrol diri, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif, mahasiswa dapat lebih reflektif dalam menilai keputusan pembelian yang mereka lakukan. Penelitian ini juga diharapkan menumbuhkan kesadaran untuk mengelola keuangan secara bijak, menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan, serta menanamkan nilai-nilai Islam seperti qana'ah (merasa cukup) dan menghindari israf (berlebihan). Dengan demikian, mahasiswa dapat menjadi generasi yang tidak hanya cerdas secara akademis, tetapi juga berakhlak dalam mengelola gaya hidup dan keuangan pribadi.

3. Bagi Referensi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti lain yang tertarik mengkaji tema serupa, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumtif dari perspektif ekonomi Islam. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian berikutnya untuk mengembangkan variabel lain yang relevan, seperti pengaruh media sosial, literasi keuangan syariah, atau faktor budaya terhadap perilaku konsumsi. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya literatur empiris mengenai perilaku konsumsi mahasiswa di era digital, khususnya dalam konteks masyarakat perkotaan yang religius seperti Kota Padang.

F. Sistematika Penelitian

Adapun gambaran secara umum sistematika penulisan proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan berisi uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian, seperti teori perilaku konsumtif, simbol status, kontrol diri, dan religiusitas, serta memuat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian. Metode penelitian membahas tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, teknik analisis data.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan. Analisis data berisi hasil penelitian berupa gambaran umum objek penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis data penelitian dan pembahasan.

BAB V : Kesimpulan Dan Saran. Kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran berisi himbauan penulis kepada pembaca atau agar saran yang diuraikan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.