

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia teknologi saat ini semakin tajam dalam perkembangannya. Teknologi tersebut menjadi komponen yang tidak terpisahkan dari usaha untuk berinovasi (Schumpeter, 1942) (dalam Chege, Wang & Suntu, 2020). Penggunaan teknologi digital dalam bentuk teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk berinovasi (Lu, 2017). Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi adalah pemanfaatan platform/aplikasi digital yang memanfaatkan internet.

Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini membuat teknologi informasi dan komunikasi memiliki peran penting, dimana teknologi informasi dan komunikasi dalam bentuk *platform* digital menjadi salah satu alat untuk mengatasi dampak yang dihadapi akibat Pandemi Covid-19, khususnya pada sektor ekonomi (Papadopoulos, Baltas, & Balta, 2020). Teknologi ini meningkatkan konektivitas, interaksi manusia, mesin dan sumber daya lainnya, sehingga membuat banyak inovasi yang melibatkan internet di sektor ekonomi sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi (Donou-Adonsou, 2019).

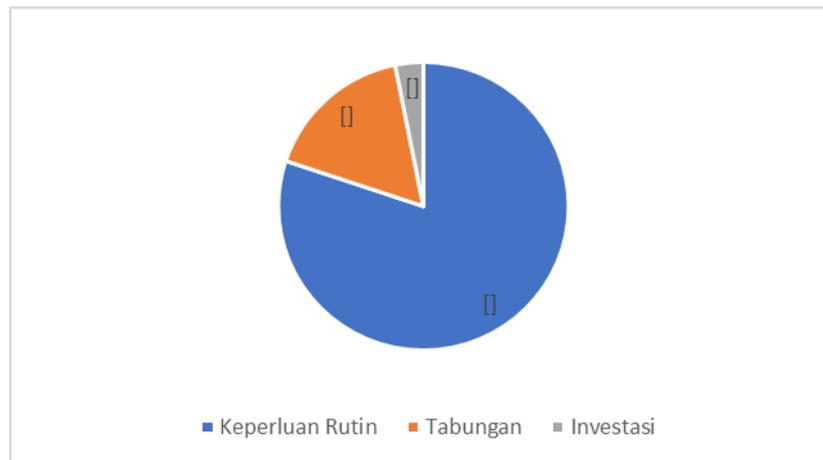
Perkembangan IPTEK membawa manusia menuju level revolusi industri yang disebut sebagai Revolusi 4.0. Revolusi 4.0 menjadikan semua lebih mudah dengan adanya internet. Pemanfaatan internet mendorong pertumbuhan sumber-sumber ekonomi baru yang dikenal sebagai ekonomi digital yang mana hal tersebut mampu mendeskripsikan bagaimana internet mengubah cara manusia melakukan kegiatan ekonomi seperti proses jual beli, informasi pada ekonomi lama berbentuk fisik sedangkan informasi pada era ekonomi digital berbentuk digital. Banyak yang meyakini bahwa Revolusi industri 4.0 mampu meningkatkan perekonomian dan kualitas pada sendi-sendi kehidupan secara signifikan dengan menerapkan dan mengandalkan konsep otomatisasi yang dilakukan atau dikerjakan oleh mesin tanpa memerlukan lagi tenaga manusia dalam pengaplikasiannya.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan teknologi digital yang pesat di kawasan Asia Tenggara, berdasarkan data yang dihimpun oleh *Internet World Stats* diperoleh bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-4 sebagai pengguna internet di dunia (*internet world stats*, 2019), berada dibawah Cina, India dan Amerika Serikat. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil dari Survey Nasional Penetrasi Penggunaan Internet di Indonesia yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, tercatat sebanyak 171,17 juta pengguna internet di Indonesia pada 2018 setara dengan 64,8 persen dari total penduduk Indonesia (APJII, 2019). Ini merupakan sebuah potensi besar pada ekonomi digital yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia (BPS-RI, 2019).

Dampak perkembangan teknologi yang semakin maju, dapat dilihat dari perubahan gaya hidup masyarakat. Hal ini juga dapat dilihat dari kecenderungan masyarakat yang selalu aktif menggunakan dunia *online*, sehingga membuat masyarakat semakin mudah untuk berkomunikasi. Kemajuan teknologi digital di Indonesia menggiring perkembangan di berbagai aspek kehidupan, seperti adanya sekolah atau kursus *online*, ojek *online*, bioskop *online*, hingga dalam sektor kegiatan ekonomi yang sebelumnya berjalan secara konvensional mulai bergeser ke arah digitalisasi, contohnya dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa, dahulu pembeli dan penjual harus bertemu disuatu tempat yang bernama pasar tetapi saat ini pasar sudah hadir dalam wujud digital atau para *mileneal* sering menyebutnya *online shopping*. Dari kondisi tersebut, penyebaran konten sangat berpengaruh terhadap naiknya tingkat penjualan pada suatu produk, terlebih lagi di era digital saat ini *e-commerce* secara signifikan meningkatkan aktivitas jual beli karena mudahnya masyarakat mengakses informasi mengenai produk yang mereka inginkan melalui *platform online* sehingga hal tersebut akan memicu perilaku konsumtif seseorang.

Astuti (2013:154) menyatakan bahwa “perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional”, artinya ketika individu membeli suatu barang atau

jasa lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Berkonsumsi dalam hal ini sudah tidak dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, tetapi dilakukan karena alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mengikuti *trend*, mencoba produk baru sehingga akan menimbulkan sifat boros karena kelabilannya, biasanya terjadi pada remaja.



Gambar 1.1
Persentase Alokasi Penggunaan Uang Saku

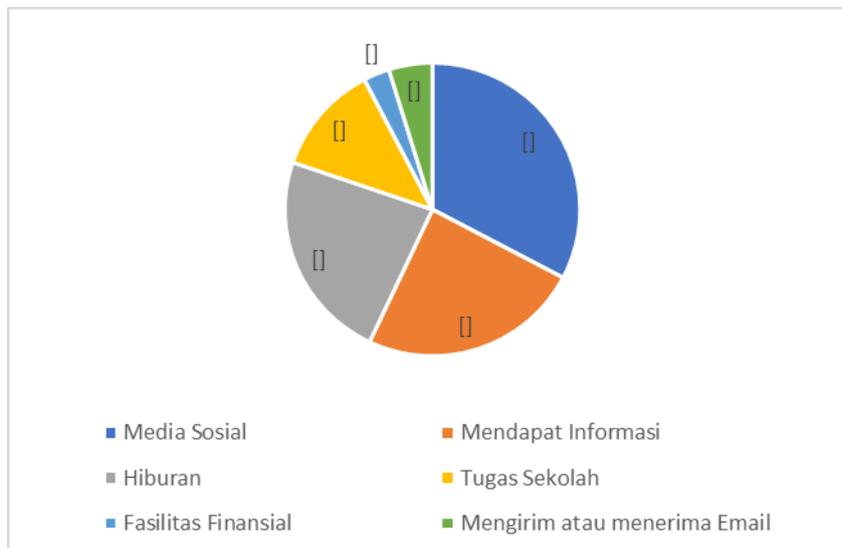
Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan gambar 1.1, dapat disimpulkan bahwa remaja cukup konsumtif menggunakan uangnya. mayoritas pengeluarannya sebanyak 51,1% dihabiskan untuk keperluan rutin, 10,7 % untuk tabungan dan yang terakhir hanya 2% untuk investasi (Indonesia Milenial Report, 2021). Oleh karena itu terlihat bahwa generasi milenial lebih banyak membelanjakan uangnya untuk memenuhi perilaku konsumtifnya dibandingkan menyimpan uangnya untuk ditabung.

Remaja yang cenderung boros, tidak bisa menabung, lebih suka nongkrong di *coffe shopp*, beli *gadget*, dan masih banyak lainnya hal ini dinilai telah konsumtif, yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan keuangan dan perencanaan keuangan yang baik dalam kehidupannya, Oleh karena itu perlu sekali dibekali literasi ekonomi, agar bisa mempunyai perencanaan keuangan dengan baik sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan untuk dimasa yang akan datang

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya media sosial, berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun

2019-2021, kelompok pengguna internet di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 15-19 tahun (91%), disusul oleh kelompok usia 20-24 tahun (88,5%).



Gambar 1.2
Persentase Alokasi Penggunaan Internet

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) mencatat bahwa mayoritas anak usia 5 tahun ke atas di Indonesia sudah mengakses internet untuk media sosial, dapat dilihat pada gambar 1.2 persentasenya penggunaan media sosial mencapai angka 88,99% artinya yang terbesar dibandingkan tujuan mengakses internet lainnya. Selain media sosial, sebanyak 66,13% juga mengakses internet untuk mendapat informasi atau berita, ada pula yang mengakses internet untuk hiburan sebanyak 63%, kemudian sebanyak 33,04% yang mengakses internet untuk mengerjakan tugas sekolah, sebanyak 13% mengakses internet untuk mengirim atau menerima email, ada pula sebanyak 7,48% menggunakan internet untuk mengakses fasilitas finansial.

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan selain mendominasi jumlah populasi di Indonesia, remaja juga mendominasi penggunaan internet atau lebih spesifik penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya digunakan untuk kebutuhan komunikasi saja, melainkan untuk eksistensi diri yang berlebihan sebagai ajang pamer dengan menunjukkan aktivitas mereka. Peserta didik yang aktif menggunakan media sosial akan mudah menemukan

sosok *trend centernya* sehingga cenderung mengikuti gaya para idolanya baik itu dari segi *fashion*, dsb. Selain itu, fenomena ini dimanfaatkan juga oleh sebagian besar produsen untuk memasarkan produknya melalui media sosial, sehingga nantinya akan terjadi kegiatan jual beli secara *online*, dan berimbas pada peserta didik yang aktif di media sosial mereka akan tertarik untuk melakukan pembelian secara *online* karena sudah di fasilitasi dan secara mudah menemukan barang atau produk baru yang mereka cari. Apabila pembelian secara *online* dilakukan secara terus menerus akan menimbulkan adanya perilaku konsumtif.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu literasi ekonomi yang rendah, peserta didik merupakan sekelompok remaja yang mulai memasuki tahap dewasa awal, dimana peserta didik seharusnya mengisi waktu luangnya dengan berbagai macam kegiatan positif, seperti memperdalam keterampilan dan keahlian, menambah pengetahuan sehingga akan memiliki orientasi masa depan yang jauh lebih baik, tetapi kehidupan di sekolah sudah mampu membentuk gaya hidup dan perubahan budaya sosial yang tinggi sehingga membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam berperilaku konsumtif hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang literasi ekonomi, untuk memenuhi literasi ekonomi yang memadai, peserta didik perlu memahami ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi merupakan pedoman bagi peserta didik dalam menentukan pola konsumsi dalam memilih barang atau jasa untuk dikonsumsi.

Sekolah yang seharusnya menjadi tempat dimana para peserta didik mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki. Berkembangnya perilaku konsumtif tidak didasarkan pada gender, keduanya memiliki pola yang sama dalam berperilaku konsumtif. Peserta didik lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang yang sedang viral untuk mengikuti *trend* terkini dengan tujuan agar diakui oleh teman-temannya, dibandingkan untuk membeli perlengkapan sekolah yang lebih penting seperti buku, dsb, hal ini sejalan dengan konsep diri.

Konsep diri merupakan citra diri, gambaran utuh tentang kemampuan dan sifat kita. Konsep diri yang berbeda-beda pada peserta didik dapat mempengaruhi

perilaku konsumsi dari masing-masing individu di sekolah tersebut, hal ini terjadi karena cara penerimaan peserta didik terhadap dirinya akan berbeda. Pada akhirnya akan berpengaruh pada cara seseorang menilai dirinya dan membandingkannya dengan orang lain, hal ini lah yang akan menjadi pengaruh atribut perbandingan sosial yang akan mengakibatkan seseorang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri.

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, dimana reaksi orang lain, perbandingan dengan orang lain, peranan seseorang dan identifikasi terhadap seseorang merupakan faktor yang mempengaruhi konsep diri. Ketika seseorang memiliki konsep diri yang rendah maka akan sulit untuk mengontrol perilaku yang ada dalam diri sehingga akan cenderung berperilaku konsumtif dengan tujuan agar dapat diterima dan dihargai oleh lingkungan sekitar. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa lingkungan dapat mempengaruhi para remaja yang berada pada tahap pencarian jati diri yang selalu haus dengan keinginan, remaja membutuhkan sesuatu untuk bisa tampil seperti orang-orang yang berasal dari keluarga dengan status ekonomi menengah keatas, selain itu motif dibalik tindakannya bisa jadi karena mereka ingin diterima atau bisa masuk dalam kelompok tertentu.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Literasi Ekonomi, dan Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik di Era Ekonomi Digital (Survey pada Peserta Didik Jurusan IPA dan IPS SMA Negeri 5 Tasikmalaya Tahun Ajaran 2022/2023)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran dari identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang terdapat pada latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

- a. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif peserta didik di era ekonomi digital ?

- b. Bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif peserta didik di era ekonomi digital ?
- c. Bagaimana pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif peserta didik di era ekonomi digital ?
- d. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial, literasi ekonomi, dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif peserta didik di era ekonomi digital ?
- e. Bagaimana perbandingan penggunaan media sosial, literasi ekonomi, dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif peserta didik jurusan IPA dan IPS di era ekonomi digital ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif peserta didik di era ekonomi digital.
2. Mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif peserta didik di era ekonomi digital.
3. Mengetahui pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif peserta didik di era ekonomi digital.
4. Mengetahui pengaruh penggunaan media sosial, literasi ekonomi, dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif peserta didik di era ekonomi digital.
5. Mengetahui perbandingan penggunaan media sosial, literasi ekonomi, dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif peserta didik jurusan IPA dan IPS di era ekonomi digital.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan penelitian ini memberikan manfaat dari segi teori maupun dari segi praktik.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai berikut:

- a. Bahan referensi dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian lebih mendalam mengenai penggunaan media sosial,

literasi ekonomi, dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif peserta didik di era ekonomi digital

- b. Sumbangan pemikiran untuk menambah khasanah ilmu ekonomi mikro dan makro khususnya bagi peserta didik untuk memahami tentang perilaku konsumtif, sehingga menjadi acuan dalam hidup untuk perekonomian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini merupakan suatu proses belajar dalam rangka menganalisis permasalahan dan sarana untuk menambah ilmu pengetahuan peneliti.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan sehingga dapat bertindak dengan baik dan bisa mengatur pemberian uang kepada anaknya
- c. Bagi peserta didik, diharapkan peserta didik dapat mengalokasikan anggarannya dengan bijak dalam menghadapi perubahan zaman, *trend*, dan pergaulan untuk meminimalisir perilaku konsumtif.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi bahan referensi, pertimbangan serta menambah informasi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis.