

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Situasi global saat ini diperburuk sejak adanya pengumuman corona virus yang berasal dari kota Wuhan sebagai pandemi global yang disampaikan oleh World Health Organization (WHO) (Coronavirus Disease (COVID-19), 2020). Dengan adanya alarm besar yang sudah diperingatkan oleh WHO kepada seluruh dunia untuk melakukan antisipasi kepada keadaan saat ini menyebabkan beberapa aktivitas yang dilakukan manusia mengalami perubahan dan harus melakukan penyesuaian terhadap kebijakan-kebijakan yang diberlakukan dimasing-masing negara.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Kementerian Ketenagakerjaan (Biro Humas Kemnaker, 2020) mengemukakan bahwa sebesar 88% perusahaan di Indonesia terdampak karena adanya pandemi membuat seluruh keadaan merugi. Hal ini disebabkan adanya penjualan yang menurun sehingga produksi yang dilakukan perusahaan harus dikurangi. Sebesar 17,8% perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja kepada karyawan serta pengurangan upah menjadi hal yang dianggap sebagai cara efisien yang tepat dilakukan pada saat masa pandemi.

Pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia, mulai dari diberlakukannya peraturan tentang Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) membuat terjadinya *lockdown* yang bertujuan untuk meminimalisir adanya penyebaran Covid-19. Adanya peraturan ini membuat dunia usaha tidak mampu membayar upah karyawan, sehingga adanya ketentuan ini membuat dunia usaha terancam bangkrut dan semakin banyak orang yang kehilangan pekerjaan (PHK). Selain itu, banyak kasus dalam dunia kerja upah yang seharusnya dibayar, tidak dapat dibayar karena dunia usaha yang mengalami penurunan pendapatan.

Pandemi Covid-19 menyebabkan ketidakstabilan ekonomi yang semakin mempengaruhi kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya pada sektor rumah tangga masyarakat-nya. Karena melambatnya perekonomian disebabkan salah satunya oleh konsumsi rumah tangga hal ini karena manusia membutuhkan adanya pemenuhan kebutuhan, dalam memenuhi kebutuhan inilah timbul adanya kegiatan ekonomi sehingga masyarakat dapat melakukan konsumsi. Pemutusan kerja, pengurangan upah karyawan serta pembatasan mobilitas masyarakat menyebabkan terjadinya kontraksi pendapatan yang dirasakan oleh masyarakat dimana mengalami penurunan pendapatan sehingga mengharuskan masyarakat untuk lebih rasional dalam memilih tingkat konsumsinya dikarenakan kemampuan daya beli yang dimiliki berkurang. Selain konsumsi untuk kebutuhan sehari-hari, adanya peraturan PSBB menyebabkan masyarakat terbatas dalam melakukan perjalanan ke luar kota, baik menggunakan transportasi darat maupun udara.

Pusat Penelitian Ekonomi LIPI melakukan jajak pendapat (Eko Nugroho, 2020) menunjukkan bahwa dampak yang dirasakan masyarakat terkait adanya pandemi covid-19 adalah terjadinya keterpurukan ekonomi rumah tangga. Sebesar 20,3% sukar bagi rumah tangga usaha untuk membayar tagihan dan hipotek mereka., sehingga harus memanfaatkan keberadaan tabungan, asset maupun pinjam kepada kerabat.

Perekonomian Indonesia telah terdampak selama 2 tahun terakhir selama berlangsungnya pandemi yang disebabkan oleh adanya virus yang dapat mengancam nyawa manusia, hal ini menyebabkan berbagai penurunan dalam sektor ekonomi yang merupakan dampak dari adanya PSBB, dibandingkan dengan kondisi perekonomian Indonesia di tahun sebelumnya, Febrio Kacaribu, Kepala Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan (Kemenkeu RI, 2022), menjelaskan bahwa pandemi Covid-19 sudah terkendali di Indonesia, artinya kondisi perekonomian saat ini telah ditingkatkan. Badan Pusat Statistik memberikan informasi berikut tentang pengeluaran konsumsi rumah tangga dan PDB:

Tabel 1. 1 Konsumsi Rumah Tangga, PDB dan PDRB DKI Jakarta Tahun 2017-2021

Tahun	Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga	Produk Domestik Bruto (PDB)	Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) DKI Jakarta
2017	1 437 261 814,83	13 741 410 249,28	2 365 353 854,95
2018	1 571 964 454,61	14 981 189 696,33	2 592 606 571,93
2019	1 720 284 077,54	16 039 718 584,15	2 815 636 157,03
2020	1 722 495 501,68	15 773 306 881,75	2 768 189 732,78
2021	1 808 286 845,57	16 954 170 073,02	2 914 581 082,81

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan tabel yang telah dipaparkan diatas, penurunan PDB dimiliki Indonesia dari tahun 2019 ke tahun 2020. Hal ini dipengaruhi dengan adanya pandemi yang dialami Indonesia dengan berbagai macam kebijakan yang mempengaruhi. Sedangkan kenaikan PDB dimiliki Indonesia dari tahun 2020 ke tahun 2021, hal ini dikarenakan adanya pergerakan kearah atas untuk level pendapatan yang dimiliki oleh para pelaku ekonomi yaitu masyarakat Indonesia. Adanya pergerakan kearah atas untuk pendapatan masyarakat disebabkan dengan adanya kemampuan membeli masyarakat Indonesia yang tinggi, sehingga dapat meningkatkan tingkat menghabiskan suatu nilai barang/jasa yang ditandakan dengan semakin meningkatnya tingkat konsumsi pada tiap tahunnya.

Meningkatnya konsumsi masyarakat ini juga diakibatkan oleh perilaku konsumsi yang cenderung didasarkan bukan pada kebutuhan (*needs*) tetapi keinginan (*wants*) hal ini dapat menyebabkan masyarakat berbelanja secara berlebihan karena dalam memilih dan membeli produk tidak didasarkan dengan sikap yang rasional berdasarkan kebutuhan. Maslow (1843) dalam (Nuraeni, 2015) menyatakan bahwa konsumen dalam memilih barang/jasa yang ingin dimilikinya perlu adanya pertimbangan konsumen, dimana konsumen memilih, menentukan, membeli hingga mengkonsumsi barang/jasa tersebut harus sejalan dengan tingkat kebutuhan yang dimiliki, mulai dari pemenuhan kebutuhan pada level dasar hingga kebutuhan level tinggi. Sehingga seseorang yang membeli suatu produk tidak

mempertimbangkan kebutuhan akan menimbulkan sifat boros atau perilaku konsumtif.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh SNAPCART (2022) sebesar 79% konsumen melakukan belanja online karena adanya promo gratis ongkir hal ini semakin diperkuat dengan tingkat penggunaan *e-commerce* yang dilakukan oleh konsumen, sebesar 51% merupakan konsumen pencari diskon. Mayoritas konsumen melakukan belanja online untuk membeli produk elektronik, pakaian, produk kecantikan, bahan makanan serta produk kesehatan. Dapat dilihat bahwa adanya *e-commerce* mendorong masyarakat untuk berperilaku konsumtif didukung dengan perkembangan teknologi hingga proses belanja yang semakin mudah dan cepat.

Berkembangnya zaman membuat bidang teknologi semakin berkembang, ditandai dengan terbiasanya masyarakat untuk menggunakan media sosial, hal ini sebagai pengaruh adanya perkembangan teknologi yang membuat transfer informasi menjadi lebih cepat karena dapat berkomunikasi dan berinteraksi hanya dengan menggunakan akses internet. Disampaikan oleh Giladiskon (salah satu komunitas online) bahwa banyaknya media sosial membuat fasilitas yang masyarakat miliki menjadi bertambah salah satunya dengan adanya komunitas online dalam berbagai platform seperti whatsapp group, telegram, dan instagram sebagai wadah bagi para individu yang membutuhkan informasi untuk berdiskusi dalam tingkat kegemaran yang sama.

Masyarakat yang sudah terbiasa dengan adanya teknologi membuat semakin familiar untuk mengenal dan menggunakan media sosial, berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan peneliti terdapat 9 dari 10 masyarakat yang mengetahui grup berburusale yang berada di telegram tergabung karena informasi yang didapat dari aplikasi twitter.

Hal ini didapat dari hasil wawancara pada member grup berinisial CP yang berdomisili di Bandung, sebagai berikut:

“Saya tertarik join di grup berburusale karena sering lewat di beranda twitter sehingga saya ingin tau grupnya itu seperti apa. Keuntungan yang saya dapat setelah bergabung jadi lebih irit karena bisa beli suatu produk dengan harga lebih murah. Tp saya merasa jadi lebih boros karena setiap ada info diskon produk yang murah jadi suka beli padahal saya tidak terlalu membutuhkan barang tersebut.”

Selain itu hasil wawancara pada member grup berinisial D yang berdomisili di Jakarta:

“Saya join grup berburusale gak sengaja dapet link di beranda twitter. Saya juga seneng jadi bisa beli barang apapun dengan harga yang murah banget. Biasanya saya kasih info diskon di grup juga dari hasil searching produk dan cek bagian promo. Saya lumayan sering buka grup bisa 5-10x pas lagi senggang aja. Pengaruh yang saya rasakan semenjak gabung jadi agak impulsive aja soalnya jadi beli barang yang kadang gak terlalu dibutuhin.”

Hasil wawancara pada member grup berinisial K yang berdomisili di Bogor:

“Saya tau grup berburusale dari twitter pas nyari kode diskon ojek online. Keuntungan yang saya sapat setelah join grup jadi bisa beli barang-barang yang cukup bermerk dengan harga yang lebih murah. Saya tertarik produk setelah tau diskon 50% atau lebih. Pengaruh setelah join grup jadi lebih sering cek hp kalo ada notif dari grup dan jadi sering belanja sesuatu yang gak terlalu butuh karna murah dan jadi suka jajan makanan yang kurang sehat”

Berdasarkan wawancara yang dilakukan maka pemenuhan konsumsi yang dilakukan oleh member grup berburusale yang berada di telegram merupakan unsur penting yang harus dipertimbangkan karena mengingat bahwa jika individu hanya

mementingkan keinginannya saja akan terjebak dalam perilaku konsumtif. Sejalan dengan (Damiati et al., 2017) bahwa semakin rasional konsumen dalam membeli produk, karena mempertimbangkan kegunaan produk akan meminimalisir perilaku konsumtif yang akan ditimbulkan konsumen.

Timbulnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor yang dapat mempengaruhinya. *i.scoop.eu (Digital Business and Transformation Hub)* dalam (Dyanasari & Harwiki, 2018) terdapat tiga faktor utama yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam berkonsumsi, yaitu *Consumer, experience* dan *lifestyle*. Faktor *Consumer* terdiri dari personal (usia, jabatan dalam pekerjaan dan pendidikan) dan psikologi (motivasi persepsi, belief dan sikap). Faktor *experience* meliputi budaya, sosial, *social media*, dan *consumers response*.

Pandey & Bhattacharya dalam (Nuraeni, 2015) Literasi ekonomi merupakan kemampuan untuk menggunakan konsep ekonomi untuk membuat keputusan tentang pendapatan, tabungan, pengeluaran, dan alokasi uang. Sehingga dengan adanya literasi ekonomi membuat konsumen lebih bijak lagi dalam melakukan kegiatan jual-beli dengan menggunakan pikiran yang rasional sesuai dengan kebutuhan (*needs*) yang lebih prioritas dari pada memenuhi keinginan (*wants*). Jika konsumen menggunakan pikiran yang irrasional dalam membeli suatu produk barang maupun jasa dapat membuat konsumen memiliki perilaku yang konsumtif karena membeli produk yang tidak berguna.

Semakin canggihnya teknologi membuat perkembangan fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat menjadi lebih modern, dimana internet yang mudah diakses membuat segala kegiatan menjadi mudah. Semakin mudahnya berbelanja untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan bukan hanya dengan kehadiran *E-commerce* dan *Online Shop*. Maraknya pembayaran nontunai atau uang elektronik yang sekarang dapat mempermudah dan mempercepat transaksi keuangan menjadi suatu fasilitas yang sering digunakan belakangan ini.

Pembayaran nontunai atau penggunaan uang elektronik dapat dilakukan dengan: Qris, Dana, Ovo, JakOne, Go-pay, Shopepay dan sebagainya.

Kanserina dalam (Afifah & Pudiantoro, 2022) Gaya hidup merupakan cara pandang seseorang yang direfleksikan melalui aktivitas dan minat yang dipilih, seperti hobi dan pekerjaan, serta aktivitas yang dimiliki guna membentuk opini seseorang tentang cara mengatasi masalah sosial di masyarakat serta mencerminkan pengelolaan keuangan dan ketersediaan waktu. Dalam hal ini gaya hidup yang dimiliki oleh member grup berburusale adalah waktu luang yang dimiliki memilih untuk memanfaatkannya melihat info diskon yang dibagikan oleh sesama anggota grup serta menggunakan uangnya dengan melihat promo yang ada sehingga mencerminkan pola konsumsi seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya.

Semakin banyak era dan mode yang diketahui seperti banyaknya *trend* yang semakin banyak dan silih berganti sehingga memicu individu untuk terus mengikuti *trend* tersebut dan menjadikan acuan dalam berpenampilan. Hasrat mengikuti trend inilah yang membuat individu banyak membeli produk barang maupun jasa tanpa melihat kebutuhan yang diprioritaskan sehingga memicu timbulnya perilaku konsumtif dalam individu.

Berdasarkan gambaran latar belakang masalah mengenai perilaku konsumtif yang disebabkan oleh tingkah laku pelanggan dan faktor-faktor yang telah dipaparkan di atas menjadi pokok bahasan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Ekonomi, Penggunaan Uang Elektrinik dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Indonesia (Kasus Anggota Grup Berburusale di Telegram)”. Untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif yang dilakukan oleh member grup berburusale, membuat penelitian ini sangat penting untuk dilakukan.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian berikut akan diajukan oleh peneliti dengan mempertimbangkan latar belakang masalah penelitian yang telah disebutkan sebelumnya:

1. Apakah terdapat pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif member grup berburusale?
2. Apakah terdapat pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif member grup berburusale?
3. Apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif member grup berburusale?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif member grup berburusale
2. Menganalisis pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif member grup berburusale
3. Menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif member grup berburusale

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini sekiranya dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan temuan penelitian ini akan berdampak pada kemajuan ilmu pengetahuan dan bidang pendidikan mengenai pengaruh literasi ekonomi, penggunaan uang elektronik, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman terhadap pertanyaan penelitian tentang bagaimana gaya hidup, penggunaan uang elektronik, dan literasi ekonomi mempengaruhi konsumsi.

b. Bagi Pembaca

Diharapkan temuan penelitian ini akan berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh literasi ekonomi, penggunaan uang elektronik dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

c. Bagi Fakultas Ekonomi

Mahasiswa pendidikan ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta diharapkan dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai sumbangan kumpulan dalam bentuk bahan bacaan.