

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi yang tidak pernah lepas dari kehidupan sehari-hari salah satunya adalah konsumsi. Konsumsi adalah pemenuhan kebutuhan konsumen terhadap dirinya baik dalam bentuk barang maupun jasa untuk mengambil manfaat maupun memenuhi kebutuhan.¹ Menurut KBBI (1997) dalam Farida (2010) disebutkan bahwa konsumsi adalah suatu kegiatan dari individu untuk memenuhi kebutuhan dirinya, baik berupa barang produksi, bahan makanan dan lain-lain.²

Setiap individu memiliki porsi kebutuhan konsumsi yang berbeda terkhusus untuk ibu rumah tangga, dimana seorang ibu rumah tangga memiliki peran penting dalam mengatur kebutuhan rumah tangga. Seorang ibu rumah tangga tidak hanya terfokus mengatur kebutuhan konsumsi pribadinya saja akan tetapi memiliki tanggung jawab dalam mengatur

¹Muklis dan Didi Suardi, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), h. 93.

²Ida Farida, "Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Konsumsi Buah Dan Sayur Pada Remaja Di Indonesia Tahun 2007," (Skripsi Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), h. 12.

kebutuhan konsumsi keluarga, biasanya di dalam sebuah keluarga orang yang mengatur atau mengelola keuangan adalah ibu rumah tangga, sehingga ibu rumah tangga harus pandai mengatur keuangan keluarga.³ Akan tetapi tidak sedikit ibu rumah tangga yang mengatur keuangan keluarga menjadi boros dalam berbelanja, karena mereka tidak mengetahui dan tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan.

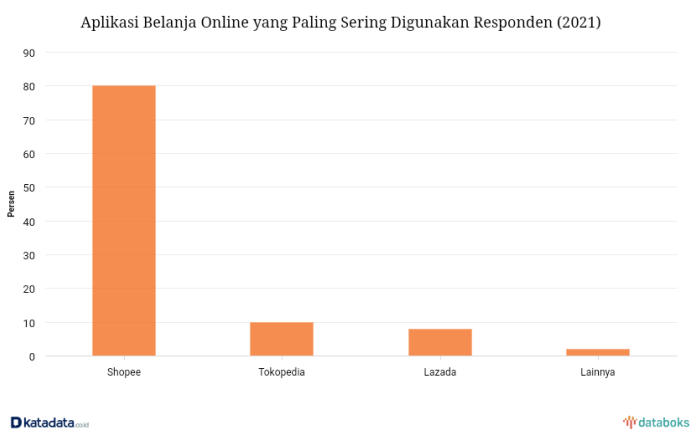
Perilaku konsumsi jika hanya dilandasi dengan keinginan bukan kebutuhan akan menimbulkan perilaku konsumtif, yang dimaksud dengan perilaku konsumtif adalah perilaku membeli atau memakai barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi didasarkan pada keinginan irasional. Perilaku konsumtif ini lebih mengarah pada nafsu semata untuk memenuhi kesenangan sesaat dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan.⁴

Masalah perilaku konsumtif ibu rumah tangga yang terjadi di Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek sangat beragam, mulai dari berbelanja barang atau sesuatu dengan

³Ranti Nurdiansari dan Anis Sri Wahyuni, "Pengaruh Pengelolaan Keuangan Terhadap Keharmonisan Rumah Tangga," *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 2, No. 1 (2020) h. 29.

⁴Nufian S Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*, (Malang: UB Press, 2019), h. 38.

harga murah sampai dengan harga yang mahal, hanya untuk memenuhi kepuasan semata. Perbedaan berbelanja ibu rumah tangga Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek dahulu dengan saat ini yaitu jika dahulu yang menjadi pusat perbelanjaan masyarakat terkhusus ibu rumah tangga adalah pasar tradisional, mall dan lain sebagainya, dimana para penjual dan pembeli bertatap muka secara langsung, namun pada saat ini dengan berkembangnya teknologi yang sangat pesat semua masyarakat tak terkecuali ibu rumah tangga kini diberi kemudahan dalam berbelanja, yakni dengan hadirnya *marketplace* ditengah-tengah kehidupan masyarakat.



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Gambar 1. 1
Aplikasi Belanja Online yang Paling Sering Digunakan Responden
(2021)

Merujuk dari data (survei) yang dilakukan The Asian Parent yang dikutip oleh databoks.katadata.co.id bahwasanya ada salah satu marketplace yang paling sering dijadikan tempat perbelanjaan oleh ibu rumah tangga di Indonesia. Sebanyak 80% diantaranya paling sering berbelanja online di Shopee, 10% berbelanja online di Tokopedia, 8% berbelanja online di Lazada. 2% lainnya menggunakan aplikasi online untuk berbelanja online. Para responden pada umumnya berbelanja online sekitar tiga kali dalam sebulan. Barang yang dibeli paling banyak berkaitan dengan anak (pakaian, peralatan mandi, dan mainan), diikuti produk personal (*make up* dan pakaian) serta kebutuhan rumah tangga.⁵

Marketplace sendiri memiliki konsep yang mirip dengan pasar tradisional dalam perdagangan *offline*, *marketplace* juga menyediakan tempat bagi orang-orang yang ingin berjualan. Transaksi yang dilakukan di dalam *marketplace* dilaksanakan dengan sistem *online*, jika dalam pasar tradisional penjual harus membayar uang sewa sedangkan pada *marketplace* tidak ada

⁵“Survei: 80% Ibu Indonesia Paling Sering Belanja Online Di Shopee”
<https://databoks.katadata.co.id/>, diakses pada 16 Feb. 2022, pukul 11.25 WIB.

uang sewa.⁶ *Marketplace* yang umum atau sering dipakai masyarakat terkhusus ibu rumah tangga yaitu seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada.

Hadirnya *marketplace* memberi kemudahan bagi ibu rumah tangga dalam berbelanja, salah satu kemudahan yang ada di dalam *marketplace* adalah jarak atau lokasi yang mudah dijangkau, walaupun berbeda wilayah para konsumen tetap bisa melakukan proses jual beli tanpa harus mengeluarkan biaya transportasi seperti halnya proses jual beli *offline*, yang kemungkinan jika jaraknya jauh bisa menghabiskan biaya besar untuk transportasi. Tidak hanya kemudahan yang diberikan oleh *marketplace*, berbagai macam tawaran menarik pun diberikan oleh masing-masing *marketplace* seperti gratis ongkir, *cashback* dan lain sebagainya. Berbagai macam kemudahan dan tawaran menarik yang disuguhkan oleh *marketplace* bisa memicu keinginan berbelanja ibu rumah tangga menjadi lebih tinggi.

Menurut Syahida (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Terpaan Iklan Promo Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja, menyatakan

⁶Desy Wijaya, *Marketplace Pedia*, (Yogyakarta: Laksana, 2020), h. 21.

bahwa terpaan iklan promo gratis ongkos kirim berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif remaja dengan presentase 40,4%. Hal ini menunjukkan bahwa iklan promo gratis ongkos kirim cukup efektif dalam membuat konsumen tertarik untuk mengonsumsi.⁷

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Aftika, Hanif, Devi (2021) yang berjudul Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah, menyatakan bahwa variabel penggunaan sistem pembayaran Shopee Paylater bayar nanti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.⁸

Dari penjelasan kedua penelitian terdahulu di atas tentunya menjadi acuan menarik untuk penelitian ini, apakah tawaran-tawaran yang disuguhkan oleh *marketplace* dapat menjadikan ibu rumah tangga di Kampung Pasir Sawo

⁷Lutfiana Syahida, “Pengaruh Terpaan Iklan Promo Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja,” *Jurnal Kehumasan*, Vol. 4, No. 1 (2021), h. 15.

⁸Sonia Aftika, Hanif, Yulistia Devi, “Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah,” *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1 (2022), h. 87.

Kecamatan Kresek berperilaku konsumtif lebih tinggi dibandingkan sebelum adanya *marketplace*.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik dan ingin mengkaji lebih lanjut, dengan judul tentang “**Analisis Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Sebelum Dan Sesudah Adanya *Marketplace* (Studi Ibu Rumah Tangga Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek).**”

B. Identifikasi Masalah

Tidak dapat dipungkiri kemajuan teknologi memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk mengakses berbagai macam hal salah satunya yaitu jual beli yang bisa dilakukan secara *online* dengan *marketplace*, walaupun hadirnya *marketplace* banyak memberi manfaat bagi setiap lapisan masyarakat terkhusus ibu rumah tangga, seperti banyaknya kemudahan dan tawaran menarik yang di berikan oleh *marketplace* akan tetapi disamping manfaat tersebut dengan hadirnya *marketplace* juga memiliki dampak negatif yakni para konsumen (ibu rumah tangga) menjadi lebih sering berbelanja hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi tidak lagi dipertimbangkan untuk kebutuhan. Oleh karena itu dengan adanya *marketplace* dapat

mengakibatkan timbulnya perilaku konsumtif menjadi lebih tinggi dan bisa menimbulkan ketidakseimbangan keuangan keluarga.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah ditetapkan agar dalam penelitian ini terfokus pada pokok permasalahan yang ada, dan tidak melenceng dari sasarannya. Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana analisis perilaku konsumtif ibu rumah tangga sebelum dan sesudah menggunakan *marketplace* di Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan suatu rumusan masalah sebagai berikut :

Apakah terdapat perbedaan perilaku konsumtif ibu rumah tangga sebelum dan sesudah menggunakan *marketplace* di Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

Untuk mengetahui perbedaan perilaku konsumtif ibu rumah tangga sebelum dan sesudah menggunakan *marketplace* di Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, diharapkan bermanfaat secara teoritis maupun praktis. Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian lebih lanjut bagi para peneliti yang akan meneliti dalam bidang penelitian yang sejenis.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan bagi ibu rumah tangga untuk memahami tentang perilaku konsumtif.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan mengenai masalah yang diangkat, maka pembahasan dalam penelitian ini disusun secara sistematis. Maka sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

BAB I merupakan bab pendahuluan. Dalam bab ini menguraikan penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II merupakan bab kajian teoritis. Dalam bab ini akan dibahas mengenai paparan teori, penelitian terdahulu yang relevan, hubungan antar variabel, hipotesa dan kerangka pemikiran.

BAB III merupakan bab metode penelitian. Dalam bab ini menguraikan secara rinci mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

BAB IV merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan. Dalam bab ini akan dibahas hasil penelitian tentang analisis perubahan perilaku konsumtif ibu rumah tangga sebelum dan sesudah adanya *marketplace* (studi ibu rumah tangga Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek).

BAB V merupakan bab kesimpulan dan saran. Dalam bab ini akan menguraikan penjelasan tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diharapkan bisa memberikan manfaat bagi penulis dan pihak yang berkepentingan.