

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap orang memiliki kebutuhan hidupnya sendiri dan mereka berusaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan berbagai cara. Sebagian orang memenuhi kebutuhannya secara wajar, sedangkan beberapa orang melakukannya berkebalikan. (Chandra Kurniawan, 2017). Hal inilah yang menyebabkan seseorang untuk berperilaku konsumtif (Solihat & Arnasik, 2018). Konsumsi tidak hanya merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pokok seperti makan dan minum, namun juga merupakan kegiatan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mencapai tujuan mendapatkan keuntungan dari penggunaan suatu barang atau jasa (Muhammad & Imam, 2022).

Perilaku konsumtif merupakan salah satu cara seseorang dalam memenuhi hasrat keinginan dan kebutuhan hidupnya. Menurut (Effendi, 2016) perilaku konsumen mengacu pada kecenderungan masyarakat untuk mengeluarkan uang tanpa batas dan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Dimana dalam hal ini, perilaku konsumtif mengacu pada kegiatan konsumsi secara berlebihan dan cenderung boros..

Perilaku konsumtif ini banyak terjadi pada mahasiswi yang mengikuti trend dan memiliki gaya hidup yang mewah dan serba gampang. Hal ini dikarenakan mahasiswi termasuk ke dalam generasi muda yang mencari identitas diri dan sering terlibat dalam kegiatan konsumsi sehingga mereka

sering menjadi target produsen. (Khairat *et al.*, 2019). Selain itu, mahasiswi cenderung menjadi pusat tren konsumerisme khususnya dalam bidang pakaian (*fashion*), karena mahasiswi lebih mementingkan keinginannya dan selalu mempercantik penampilan dibandingkan memenuhi kebutuhannya (Hermansyah, Gumelar, & Nurjuman, 2019).

Perilaku konsumtif yang lazim terjadi di kalangan mahasiswi tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong, seperti teman sebaya, media sosial, trend *fashion*, dan sebagainya. Perilaku konsumtif terjadi pada mahasiswi dikarenakan mahasiswi cepat tertarik dengan iklan dan promosi, mahasiswi cenderung membeli barang secara berlebihan, dan cenderung membeli produk karena sebuah keinginan bukan karena kebutuhan. Keinginan tersebut didasari karena mengikuti teman yang berpenampilan kekinian dan tergiur dengan iklan di media sosial yang menawarkan berbagai rayuan diskon dan promosi. Hal inilah yang menjadi topik permasalahan dalam perilaku konsumtif mahasiswi, dimana mereka lebih mengutamakan keinginan mereka sehingga kebutuhan kuliah mereka menjadi terabaikan, seperti membeli buku dan membayar administrasi kuliah.

Dalam menghadapi pesatnya arus perkembangan ilmu teknologi dan globalisasi yang berkelanjutan, tidak dapat dihindari bahwa munculnya trend *fashion* dan media sosial menjadi salah satu faktor pendorong individu dalam melakukan perilaku konsumtif.

Adanya trend *fashion* saat ini merupakan salah satu hasil dari kemajuan teknologi dan informasi yang begitu pesat. Menurut (Sudarto, 2020) Trend *fashion* adalah gaya berpakaian seseorang yang baru dan kekinian, trend *fashion*

juga merupakan gaya hidup seseorang yang memengaruhi cara mereka menggunakan pakaian dan aksesoris, bahkan gaya rambut dan riasan. Trend *fashion* dapat ditemukan di media mana saja, terutama di media sosial, sehingga bisa menarik perhatian orang lain dan menjadikan mereka untuk mengikutinya. (Noviana, 2023). Menurut (Noviana, 2023) tujuan dari adanya trend fashion yaitu agar tidak dianggap sebagai individu yang ketinggalan zaman.

Fashion sangat erat kaitannya dengan karakteristik individu, salah satunya yaitu mahasiswi. Di era trend *fashion* saat ini mahasiswa sangat memperhatikan gaya berpakaian dan juga *fashion*. (Carissa, 2021). Dengan adanya perkembangan trend *fashion* ini, membuat mahasiswi cenderung gengsi apabila tidak mengikuti trend, mereka lebih memilih membeli produk-produk *fashion* terbaru tanpa memikirkan budget yang dimiliki.

Salah satu trend *fashion* yang saat ini sedang berkembang, yaitu *fashion* muslim. Perkembangan trend *fashion* muslim dalam beberapa tahun terakhir bisa dilihat melalui data yang dilaporkan oleh *State of the Global Islamic Economy Indicator (SGIEI)* tahun 2020 yang dirilis oleh Dinar Standard, Dubai, Uni Emirat Arab, dimana Indonesia berhasil menempati peringkat ketiga setelah Uni Emirat Arab dan Turki dalam kategori *Modest Fashion*.

Munculnya trend *fashion* muslim ini ditandai dengan beragamnya busana muslim dan gaya hijab yang serba modern dan kekinian. Beberapa model hijab yang sangat populer, antara lain seperti blouse, kulot, rok tutu, gamis, cadar, kerudung, dan masih banyak lagi model lainnya.

Gambar 1
Contoh Trend Fashion Muslim



Sumber : Popobela.com, 2023

Selain trend *fashion*, media sosial juga menjadi salah satu factor mahasiswi untuk berperilaku konsumtif. Menurut Novita Ekasari (dalam Alfredha, 2018) media sosial merupakan sebuah situs jejaring sosial yang bisa dimanfaatkan untuk berbagi dan mempromosikan banyak produk, salah satunya seperti *Tiktok* dan *Instagram*. Banyaknya trend *fashion* yang ditampilkan di media sosial mendorong peningkatan budaya berbelanja pada kalangan mahasiswi sebagai bentuk sarana untuk menunjukkan identitas diri dan menunjukkan gaya hidup yang konsumtif. (Nisak & Tutik. 2022).

Salah satu platform media sosial yang terkenal di Indonesia ialah *Instagram*. Hal tersebut berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 yang memberikan informasi bahwa media sosial *Instagram* berada pada urutan kedua untuk konten media sosial yang paling sering dikunjungi. *Instagram* kini menjadi salah satu tempat di mana trend *fashion* bermunculan. Hal ini dikarenakan informasi yang diberikan oleh

Instagram ditampilkan dalam bentuk visual yang menarik dan penuh dengan kreativitas sehingga mampu memberikan *trigger* kepada pengguna *Instagram* dan memberikan pengaruh yang besar dalam keputusan seseorang khususnya dalam hal berbelanja. Sehingga hal tersebut bisa memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang untuk berperilaku konsumtif. *Instagram* telah menjadi penyebab dan daya tarik seseorang untuk melihat kemajuan agar tetap mengikuti trend *fashion* dan tidak ketinggalan zaman.

Instagram dipilih sebab *Instagram* ialah media sosial yang bisa membagikan postingan baik berupa foto ataupun video sehingga proses promosi serta iklan bisa dilakukan dengan mudah oleh penjual. Sementara itu, *online shop* sendiri merupakan wadah yang digunakan untuk menampilkan barang jualan seseorang. *Online shop* pada *Instagram* sendiri bisa didefinisikan sebagai toko belanja *online* yang berada di *Instagram* sehingga dalam hal ini *Instagram* dijadikan sebagai wadah untuk kegiatan jual beli antara pembeli dan penjual secara *online*. Melalui *online shop* ini lah dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi dikarenakan mudahnya akses transaksi dalam pemesanan dan pengiriman barang, beragamnya produk keluaran terbaru dengan harga terjangkau, serta adanya diskon yang membuat mahasiswi tertarik untuk membeli produk tersebut. .

Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan merupakan mahasiswi yang juga mengikuti trend *fashion*. Hal ini dapat dilihat dari cara berpakaian mahasiswi dan juga penggunaan hijab dengan berbagai model *fashion* yang sedang kekinian. Hal tersebut didorong karena sebagian besar mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan merupakan mahasiswi yang aktif bekerja

sehingga mereka memiliki penghasilan sendiri untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka sendiri. Hal inilah yang menyebabkan mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan memiliki perilaku konsumtif. Selain itu, penggunaan media sosial yang semakin hari semakin aktif dan berkembang disertai dengan munculnya berbagai macam iklan trend *fashion* yang sedang kekinian, membuat mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan semakin tertarik untuk membeli serta mengikuti trend *fashion* yang sedang berkembang saat ini. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa saat ini mahasiswi tidak membeli barang karena sebuah kebutuhan, mereka lebih memilih membeli barang yang mereka inginkan demi mengikuti trend dan perkembangan media sosial daripada harus membeli barang untuk memenuhi kebutuhan kuliahnya, seperti membeli buku dan melengkapi pembayaran administrasi.

Banyaknya hasil penelitian terkait pengaruh trend *fashion* muslim dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mendorong peneliti untuk kembali membuktikan dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh trend *fashion* muslim dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel dan jumlah populasi yang berbeda. Berdasarkan uraian permasalahan dan fenomena yang telah dijelaskan di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Trend Fashion Muslim Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka dapat dirumuskan suatu permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Trend *Fashion* Muslim dan Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan?
2. Apakah Trend *Fashion* Muslim berpengaruh secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan?
3. Apakah Media Sosial berpengaruh secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Trend *Fashion* Muslim dan Media Sosial secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan
2. Mengetahui pengaruh Trend *Fashion* Muslim secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan
3. Mengetahui pengaruh Media Sosial secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan kontribusi lebih lanjut bagi pihak yang berkepentingan, antara lain :

1. Bagi Peneliti

- a. Memperluas wawasan keilmuan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan permasalahan trend fashion, media sosial, dan perilaku konsumtif mahasiswa
- b. Meningkatkan kemampuan dalam menganalisis dan mengevaluasi suatu masalah yang terjadi
- c. Mengembangkan serta menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah dipelajari dimasa perkuliahan yang telah dipelajari selama ini sehingga dapat memberikan pengalaman tersendiri.

2. Bagi Lembaga (tempat penelitian)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan yang sangat bermanfaat bagi lembaga, untuk bahan perbaikan, dan juga sebagai bahan perbandingan untuk melakukan penelitian yang sama di masa mendatang.

3. Bagi Fakultas

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan referensi untuk dilakukannya penelitian yang akan datang oleh peneliti selanjutnya.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang berguna dan bermanfaat kepada pihak-pihak terkait yang sedang melakukan penelitian sejenis.