

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat dan sudah mendarah daging di seluruh lapisan masyarakat. Seluruh aktifitas manusia tidak luput dari penggunaan adopsi teknologi, misalnya dalam berkomunikasi, belanja secara online bahkan sampai berdagang secara online semuanya bisa dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Dalam berkomunikasi hampir dari semua kalangan masyarakat sudah menggunakan alat teknologi untuk mengakses informasi misalnya melalui internet. Kegunaan internet dari waktu ke waktu semakin dibutuhkan oleh manusia. Semua kegiatan manusia tidak luput dari media sosial.

Media sosial adalah media *online* atau daring yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara *online* di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan berbagai kegiatan lainnya. Salah satu media sosial yang banyak sekali digemari saat ini adalah instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, merupakan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan sosial, termasuk milik dari instagram sendiri. Sistem sosial didalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut akun instagram. Komunikasi antara pengguna instagram dapat terjalin dengan memberikan

tanda suka atau *like* dan juga mengomentari foto-foto yang telah di unggah oleh pengguna lainnya.

Indonesia menjadi salah satu negara yang pengguna instagram nya terbanyak, dengan jumlah 89% pengguna layanan instagram berasal dari kalangan usia 18–34 tahun yang mengakses instagram setidaknya seminggu sekali dan perempuan mendominasi dengan posisi 63%. (<https://beritagar.id/artikel/sains/teknologi/instagram-beberapa-fakta-fakta-pengguna-di-indonesia>, di akses tanggal 23 Maret 2016).

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial *photo sharing* yang sukses diminati oleh masyarakat diseluruh penjuru dunia. Adanya instagram tidak di sia-siakan oleh beberapa pengguna aktifnya, tidak hanya mengupload foto semata, bahkan instagram sudah merambak menjadi suatu lahan bisnis. Lahan bisnis yang dimaksud merupakan suatu cara untuk mempromosikan dan menjual produk atau barang kepada pengguna instagram lainnya yang biasa disebut *online shop*.

Fenomena berbelanja pada *online shop* jejaring sosial ini menjalar keberbagai kalangan masyarakat Indonesia baik anak remaja, dewasa sampai orang tua. Saat ini tidak hanya kalangan remaja saja yang aktif dalam berbelanja *online* pada jejaring sosial tetapi ibu rumah tangga pun kini juga menggunakan *online shop* pada jejaring sosial untuk memenuhi kebutuhan sehari harinya. Salah satu media yang sering digunakan adalah instagram.

Adanya situs *online shop* tersebut manusia sangat mudah untuk memenuhi kebutuhannya. Apabila satu kebutuhan sudah terpenuhi maka

kebutuhan lainnya akan muncul. Pada hakikatnya manusia selalu saja merasa kurang atau selalu merasa tidak puas akan sesuatu sehingga, manusia dalam melakukan konsumsi yang tiada batas, atau membeli suatu barang secara berlebihan dan tidak terencana dengan baik.

Perkembangan industri yang pesat membuat penyediaan barang masyarakat berlimpah. Dengan begitu masyarakat mudah tertarik untuk mengkonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada. Hal ini apabila tidak dikontrol maka bukan tidak mungkin pola konsumtif akan menjadi budaya dan meningkat bagi para pelaku bisnis dan importir. Perilaku konsumtif ini seperti tambang emas yang tidak akan habis digali. Hal ini menjadi lebih buruk ketika mewabah di negara–negara dunia ketiga, negara –negara yang baru berkembang seperti Indonesia.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kelas sosial. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda yang menggambarkan perbedaan pendidikan, pemilikan harta benda, dan nilai yang dianut. Seperti yang dikemukakan oleh Sri Sruprapti, kelas sosial ditentukan yang bekerja dan oleh pekerjaan dan jenis individu dan yang bekerja dari waktu ke waktu juga akan mempengaruhi gaya hidup, nilai, dan semua aspek yang menyangkut proses konsumsi. Selain itu menurut Engel, Black Well dan Miniard (dalam Sumarwan, 2011: 265) bahwa kelas sosial juga bergantung pada sosial individual yang menyangkut nilai keluarga, gaya hidup, kesenangan, dan perilaku yang dapat dikategorikan. Kelas sosial pada umumnya terdiri dari

tiga dimensi, yaitu kelas atas, kelas menengah dan kelas bawah dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang.

Perilaku konsumtif dari seseorang juga tergantung seberapa besar kelas sosial yang dimiliki oleh individu. Keadaan ekonomi tiap individu yang berbeda dapat mempengaruhi diri mereka untuk mengkonsumsi barang yang berlebihan sebagai bentuk bahwa orang tersebut dapat mengikuti perkembangan yang terjadi saat ini. Perilaku yang menunjukkan adanya perilaku konsumtif masih berkaitan dengan kesesuaian kelas sosial yang dimiliki orang tua.

Salah satu faktor yang menjadikan seseorang berperilaku konsumtif adalah kelas sosial. Kelas sosial adalah bagian-bagian masyarakat yang relatif permanen dan tersusun rapi yang anggota-anggotanya mempunyai nilai-nilai, kepentingan dan perilaku yang sama. Perubahan gaya hidup yang sejalan dengan berkembangnya industrialisasi di berbagai daerah menyebabkan semakin menipisnya perbedaan antara desa dan kota. Keadaan ini terjadi pada karyawan produksi PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan. Masuknya sektor industri di bidang barang/jasa khususnya PT. Kasri Wira Jatim pandaan menambah variasi dalam segi mata pencaharian masyarakat sekitar. Keadaan ini sangat berdampak pada masyarakat sekitar PT. Kasri yang awalnya pengangguran menjadi tidak pengangguran. Sebenarnya jika dilihat dari pendapatan masyarakat setelah menjadi buruh pabrik tidaklah terlalu besar namun dapat merubah gaya hidup dari masyarakat atau karyawan tersebut.

Melihat pola atau gaya hidup dari beberapa karyawan produksi PT. Kasri Wira Jatim Pandaan khususnya dalam hal mengonsumsi benda mengalami perubahan setelah bekerja di PT. Kasri Wira Jatim Pandaan. Mereka sudah mulai mengonsumsi barang-barang yang sedang *trend* dikalangan masyarakat luas. Selain faktor pekerjaan dan pendapatan yang sudah tetap, kehadiran para pekerja pendatang juga menjadi pemicu terjadinya perubahan gaya hidup yang dimiliki oleh karyawan PT. Kasri Wira Jatim tersebut ditambah tingkat pendidikan yang rendah juga dapat sangat mudah terpengaruh oleh gaya hidup mewah yang terjadi pada saat ini.

Peneliti melakukan penelitian di PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan karena merupakan pabrik yang berdiri cukup lama yaitu dari tahun 1918 sampai sekarang dan sudah memiliki karyawan sejumlah 141 orang. Sebagaimana dengan PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan, dari jalan Surabaya-Malang terletak disebelah barat jalan tersebut sekitar 1 kilometer dan dibatasi sebelah timur Desa Mejasem, sebelah utara Desa Besongol, sebelah barat Desa Sumber Suko, dan sebelah selatan Desa petenguhan.

PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan merupakan salah satu perusahaan warisan zaman Belanda yang tetap dipertahankan. Perusahaan ini bergerak dalam bidang produksi es balok dan jenis jenis es lain. Dari dulu hingga sekarang, pabrik yang tersebar di beberapa kota - kabupaten di Jawa Timur ini melayani kebutuhan Es Balok untuk keperluan nelayan atau perikanan. Total kapasitas produksi pabrik es ini mencapai 189 ton per hari. Kini pabrik yang berpusat di Pandaan ini mulai melakukan diversifikasi dengan memproduksi

es tube untuk kebutuhan rumah makan dan restoran. Selain produk-produk diatas pabrik ini juga memproduksi Air Demineral Siropen Water (S Water) yang dinilai sebagai air kesehatan kaya oksigen. AMDK berlabel S Water ini meskipun produk terbaru dari PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan yang baru dikembangkan, tetapi keberadaannya umum menjadi minuman keseharian bagi instansi pemerintah, masyarakat sekitar Pandaan, termasuk ketersediannya diagen-agen dan toko terdekat.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul “pengaruh media sosial instagram dan kelas sosial terhadap perilaku konsumtif pada karyawan PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah media sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada karyawan PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan?
2. Apakah kelas sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan?
3. Apakah media sosial instagram dan kelas sosial berpengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif pada PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan maka penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif pada PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh kelas sosial terhadap perilaku konsumtif pada PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan.
3. Mengetahui dan menjelaskan besarnya media sosial instagram dan kelas sosial berpengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif pada PT. Moya Kasri Wira Jatim Pandaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang bersifat teoritis , manfaat praktis dan manfaat bagi peneliti itu sendiri sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

yaitu sebagai acuan bagi mahasiswa mengembangkan penelitian dibidang ilmu social dan ilmu politik administrasi bisnis. Serta diharapkan mampu memahami tentang pengaruh media sosial instagram, literasi keuangan, pengendalin diri dan nilai-nilai budaya terhadap perilaku konsumtif.

2. Manfaat praktis

penelitian ini diharapkan mampu membantu para dosen, mahasiswa, kalangan akademis lainnya dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan media sosial instagram, literasi keungan,

pengendalian diri dan nilai-nilai budaya terhadap perilaku konsumtif atau yang lainnya.

3. Manfaat bagi peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai manajemen pemasaran khususnya pengaruh media sosial instagram, literasi keuangan, pengendalian diri dan nilai-nilai budaya terhadap perilaku konsumtif untuk kemudian di jadikan acuan dalam melakukan perilaku konsumtif..

