

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat di seluruh dunia mengalami transformasi signifikan. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi perubahan ini adalah perkembangan ekonomi yang cepat dan akses yang semakin mudah terhadap berbagai barang dan jasa. Perilaku ekonomi bukan hanya mencakup aktivitas membeli dan menggunakan barang/jasa, tetapi juga melibatkan proses penilaian dan keputusan sadar atas pilihan-pilihan yang ada, dengan mempertimbangkan sumber daya yang terbatas. Perilaku ekonomi adalah proses pengambilan keputusan dalam mengukur, memperoleh, memanfaatkan, atau mengabaikan barang-barang dan jasa-jasa sesuai kebutuannya (Nurfarida, 2018). Perilaku ekonomi yang tercermin dari aktivitas ekonomi yang dilakukan manusia setiap hari dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan dan pilihan.

Tindakan ekonomi juga dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan dengan mempertimbangkan antara pengorbanan yang dilakukan dan hasil yang diperoleh. Keputusan konsumsi yang dilakukan oleh individu sering kali dianggap sebagai hasil dari proses rasional, di mana individu mempertimbangkan berbagai faktor seperti harga, kualitas, dan kebutuhan sebelum melakukan pembelian (Tobing & Pebriani, 2019). Teori ekonomi klasik, individu diasumsikan bertindak secara rasional untuk memaksimalkan utilitas atau kepuasan mereka dengan sumber daya yang terbatas. Namun, dalam praktiknya banyak keputusan konsumsi yang dipengaruhi oleh

berbagai faktor lain, termasuk gaya hidup, tren, dan pengaruh sosial, terutama di kalangan generasi muda. Dewasa ini individu dituntut untuk dapat membedakan antara kebutuhan yang harus didahulukan dan yang perlu ditunda.

Kebutuhan yang harus diprioritaskan merupakan kebutuhan yang ditempatkan dalam skala prioritas ketika individu mengambil keputusan. Skala prioritas mencerminkan urutan pilihan yang ditentukan oleh individu berdasarkan pertimbangan tertentu. Melalui proses pertimbangan ini, seseorang mampu membedakan antara hal-hal yang bernilai dan tidak bernilai bagi kelangsungan hidupnya. Pertimbangan tersebut menjadi landasan dalam pengambilan keputusan yang didasarkan pada akal sehat. Oleh karena itu, tindakan ekonomi idealnya dilakukan secara rasional dan logis (Pulungan & Febriaty, 2018).

Istilah rasionalisme ekonomi pertama kali diperkenalkan pada tahun 1991 oleh sosiolog Michael Pusey. Konsep rasionalitas sendiri sering kali membingungkan karena memiliki berbagai makna, seperti bertanggung jawab, masuk akal, objektif, logis, bijaksana, dan berorientasi pada tujuan (Saputra & Utomo, 2022). Suatu tindakan dapat dikategorikan rasional apabila memenuhi empat kriteria berikut: (1) didasarkan pada pertimbangan yang menyeluruh, termasuk mempertimbangkan berbagai alternatif atau kemungkinan tindakan; (2) mempertimbangkan konsekuensi, hasil, dampak, atau manfaat terbaik yang dapat diperoleh pelaku; (3) apabila hasil dari tindakan tersebut tidak dapat dipastikan secara mutlak benar atau salah, baik atau buruk, maka dapat diterapkan prinsip minus malum, yaitu memilih tindakan dengan potensi dampak negatif paling kecil atau peluang keberhasilan paling besar; dan (4) mempertimbangkan berbagai gangguan, keterbatasan,

kekurangan, maupun tantangan yang dapat menghambat pencapaian tujuan (Hidayat, 2016).

Konsep *nudging*, di mana individu dapat dipandu menuju keputusan yang lebih rasional dengan memberikan struktur pilihan yang lebih baik. Dalam pandangannya, rasionalitas ekonomi tidak selalu murni, melainkan dapat dibentuk oleh desain pilihan. *"Economic rationality can be shaped and improved by designing better choice architectures, leading individuals towards more optimal decisions."* (Ghadas et al., 2022). Rasionalitas ekonomi tidak hanya berpusat pada pengejaran kepentingan pribadi, melainkan juga memperhitungkan nilai-nilai etika dan sosial. Ia menekankan bahwa rasionalitas harus mencakup kemampuan untuk mengevaluasi tindakan berdasarkan dampaknya terhadap kesejahteraan sosial, bukan hanya utilitas individu.

"Economic rationality should not be confined to self-interest maximization; it must also encompass considerations of ethical and social well-being." (Nurchotimah, 2018). Dari sudut pandang ekonomi, rasionalitas berkaitan dengan tindakan memilih mana yang paling terbaik. *"Rationality, for economists, simply means that when you make a choice, you will choose the thing you like best"* *Rational Choice Theory (RCT)* sebagai teori yang dominan dalam ilmu ekonomi berawal dari asumsi bahwa manusia adalah makhluk rasional sehingga mampu mempertimbangkan, memutuskan, dan bertindak dengan cara serta tujuan terbaik. Tindakan ekonomi rasional merupakan setiap tindakan manusia yang dilandasi atas dasar pilihan yang paling baik dan menguntungkan. Rasional juga berarti kemampuan dan kemauan manusia bersikap dan bertindak dengan menggunakan akal sehat dalam menentukan sebuah pilihan.

Di sisi lain pemahaman akan pentingnya rasionalitas ekonomi dalam pengambilan keputusan keuangan juga mempengaruhi bagaimana generasi ini mengatur keuangan mereka. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh generasi ini adalah perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh paparan media sosial, tren global, dan kemudahan akses terhadap barang dan jasa melalui platform *e-commerce*. Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, dapat dikatakan bahwa Rasionalitas Ekonomi merupakan suatu tindakan manusia yang di landasi dalam pengambilan keputusan keuangan atas dasar pilihan yang paling baik dan menguntungkan. Teori perilaku dan pengambilan keputusan dalam bidang ekonomi terutama pilihan untuk mengkonsumsi barang, bergantung pada asumsi-asumsi rasionalitas. Selain itu teori perilaku ekonomi juga menguraikan alasan-alasan yang mendasari keputusan seseorang dalam perekonomian, serta kondisi-kondisi yang secara khusus mendorong munculannya keputusan. Dalam teori perilaku konsumen, untuk memilih suatu barang sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi yang dimiliki oleh pelaku pembeli.

Keputusan konsumen sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor kompleks seperti intuisi, refleksi, dan nilai-nilai, dan mengevaluasinya secara akurat merupakan tantangan (Bhardwaj et al., 2024). Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang menggambarkan bagaimana seseorang secara berlebihan melakukan konsumsi terhadap suatu barang atau jasa di luar aspek yang sewajarnya. Individu yang melakukan pembelian produk atau jasa di luar kebutuhan yang mereka butuhkan dengan tanpa mempertimbangkan rasionalitas terhadap produk yang dikonsumsi dan melakukan pembelian hanya ingin memenuhi hasrat atau kepuasan diri tanpa pertimbangan secara matang. Perilaku konsumtif tidak hanya berlaku

bagi mereka yang sudah berpenghasilan. Perilaku konsumtif bisa menyerang pada individu di usia manapun, selagi mereka sudah bisa melakukan pembelian produk atau jasa secara sadar, Sejalan dengan pernyataan (Esmark, 2017).

Perilaku konsumsi memberikan pengaruh signifikan terhadap kehidupan orang dewasa, termasuk remaja dan pelajar, yang kerap mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Dorongan yang kuat untuk memiliki suatu barang tanpa mempertimbangkan nilai guna dan manfaatnya sering kali didasari oleh keinginan untuk memenuhi kepuasan sesaat atau kenikmatan pribadi. (Lyytimäki et al., 2018). Selain itu perilaku konsumen juga dapat dipahami sebagai perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis dalam kehidupannya, yang mendorong pola konsumsi barang dan jasa secara berlebihan, boros, serta tidak terencana, bahkan terhadap kebutuhan yang tidak penting. Gaya hidup modern turut melibatkan seluruh kelompok remaja (Subagio, 2019). Perilaku konsumtif sering kali berkaitan erat dengan gaya hidup seseorang. Gaya hidup mencerminkan sikap individu dalam menanggapi permasalahan yang tertanam dalam pikirannya, dan umumnya berkaitan dengan aspek psikologis maupun emosional, yang dapat dilihat dari minat serta ekspresi terhadap suatu objek (Terapan, 2022).

Gaya hidup juga mencerminkan cara seseorang menjalani hidupnya, termasuk produk apa yang dibeli, serta bagaimana pemikiran dan perasaan mereka setelah menggunakan produk tersebut. Dalam konteks ini, gaya hidup memiliki hubungan langsung dengan reaksi nyata konsumen terhadap perilaku pembeliannya (Opietha, 2023). Pierre Bourdieu, seorang sosiolog Prancis, dalam bukunya *"Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste"*, menjelaskan bahwa gaya hidup adalah

ekspresi dari habitus, yang merupakan sistem disposisi individu yang terbentuk melalui pengalaman sosial dan struktur sosial. Abraham Maslow, dalam teorinya tentang Hierarki Kebutuhan, menyatakan bahwa gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh kebutuhan yang mereka penuhi. Gaya hidup mencerminkan upaya individu untuk memenuhi kebutuhan dari yang dasar hingga kebutuhan aktualisasi diri, mempengaruhi keputusan dan aspirasi pribadi (Am, 2023). Gaya hidup masyarakat saat ini telah mengalami perubahan dan perkembangan seiring dengan kemajuan zaman.

Dulu penampilan dan gaya hidup tidak terlalu di perhatikan oleh orang-orang, namun sekarang permasalahannya berbeda. Gaya hidup telah memasuki semua kalangan terutama generasi z yang sangat paham teknologi. Perubahan dan perkembangan zaman yang terjadi saat ini tidak dapat dihindari. Gaya hidup telah menjadi simbol modernitas sekaligus sarana bagi individu untuk menyaring serta menetapkan kebutuhan utama, agar tidak terjebak dalam arus perubahan waktu. Kemajuan informasi dan pengetahuan yang semakin pesat turut mendorong pergeseran gaya hidup Generasi Z, terutama dalam aspek berpakaian, berinteraksi sosial, serta berbagai aktivitas lainnya yang semakin memengaruhi pola perilaku mereka.

Generasi Z yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat dan kemudahan akses terhadap informasi. Meskipun generasi ini dikenal karena keterampilannya dalam memanfaatkan teknologi, mereka juga dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk dalam hal mengelola keuangan pribadi (Ardhiani, 2024). Jika di lihat beberapa hasil peneliti terdahulu yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya

terdapat beberapa perbedaan mengenai signifikansi hubungan yang ditunjukkan antara rasioanalitas ekonomi terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup generasi z. Dari beberapa teori terkait menunjukkan research gap berikut ini :

Tabel 1.1 Research Gap

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti
1	Rasionalitas ekonomi berhubungan singnifikan terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup modern	(Paywala et al., 2022)
	Rasionalitas ekonomi tidak berhubungan terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup modern	(Romadloniyah dan Setiaji, 2020)
2	Rasionalitas ekonomi berhubungan signifikan terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup modern	(Khairani & lestari, 2023)
	Rasionalitas ekonomi tidak berhubungan terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup modern	Risnawati dan Wardoyo (2018)

Sumber : Data olahan peneliti 2024

Dari tabel di atas dapat di ketahui bahwasanya penelitian terdahulu (paywala et al., 2022; khairani & lestari 2023) menyatakan bahwa Rasionalitas ekonomi berhubungan singnifikan terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup modern, namun hal yang berbeda diperoleh dari hasil penelitian (Romadloniyah dan Setiaji, 2020); (Risnawati dan Wardoyo 2018) yang mengemukakan bahwa rasionalitas ekonomi tidak berhubungan terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup modern. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam terkait fenomena yang terjadi, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan yang erat rasionalitas ekonomi atau tidak terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup modern.

Kemajuan teknologi dan globalisasi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat, termasuk di lingkungan pedesaan. Salah satu kelompok yang paling terpengaruh oleh perubahan ini adalah Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Di berbagai wilayah, termasuk di Desa Sungai Rambai, fenomena perilaku konsumtif dan adopsi gaya hidup modern mulai terlihat dominan di kalangan generasi ini.

Secara teoritis, rasionalitas ekonomi adalah kemampuan individu dalam membuat keputusan yang mempertimbangkan manfaat dan biaya dari setiap tindakan ekonomi yang dilakukan. Individu yang rasional secara ekonomi seharusnya melakukan konsumsi berdasarkan kebutuhan, bukan keinginan semata. Namun, kondisi di lapangan menunjukkan hal sebaliknya.

Hasil observasi awal dengan penyebaran kusioner kepada 30 responden menunjukkan bahwa perilaku konsumtif di kalangan remaja Generasi Z di Desa Sungai Rambai mengalami peningkatan. Banyak remaja di desa ini melakukan pembelian barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan dipengaruhi oleh tren populer dan tekanan dari teman sebaya. Keputusan konsumsi yang mereka ambil sering kali tidak rasional dan bersifat impulsif. Gaya hidup modern yang mereka jalani lebih menekankan pada citra dan penerimaan sosial dari pada pertimbangan fungsional atau kebutuhan dasar.

Desa Sungai Rambai yang terletak di Kecamatan Tebo Ulu, Kabupaten Tebo, Provinsi Jambi, memiliki total penduduk sebanyak 2.537 jiwa per Oktober 2024, yang terdiri atas 1.157 laki-laki dan 1.340 perempuan. Dari jumlah tersebut, sebanyak 380 jiwa merupakan bagian dari Generasi Z (lahir tahun 1997–2012). Jumlah ini menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok demografis yang cukup signifikan dalam struktur sosial desa. Keberadaan mereka penting untuk dikaji, terutama dalam perubahan perilaku ekonomi dan gaya hidup. Berikut merupakan data jumlah penduduk Generasi Z yang tercatat pada tabel tahun kelahiran di Desa Sungai Rambai sebagai berikut:

Tabel 1.3 Jumlah Penduduk Generasi z di Desa Sungai Rambai

No	Tahun lahir	Jumlah
1	1997	18
2	1998	6
3	1999	9
4	2000	35
5	2001	24
6	2002	28
7	2003	25
8	2004	28
9	2005	36
10	2006	13
11	2007	15
12	2008	25
13	2009	36
14	2010	24
15	2011	38
16	2012	20
Total		380

Sumber : Data olahan peneliti 2024

Data pada tabel jumlah penduduk generasi z di desa sungai rambai dari total 380 orang. Untuk mendukung pengamatan ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 responden Generasi Z di Desa Sungai Rambai. Data ini memperkuat dugaan bahwa terdapat dinamika yang nyata antara rasionalitas ekonomi dengan perilaku konsumtif dan kecenderungan gaya hidup modern di kalangan Generasi Z.

Tabel 1. 4 Jumlah Penduduk kecamatan tebo ulu menurut jenis kelamin (jiwa) tahun 2011- 2012

No	Jenis kelamin	Tahun		Total
		2011	2012	
1	Laki – laki	16.061	16.260	32.321
2	Perempuan	15.794	15.987	31.781
Total				64.102

Sumber : (Badan pusat statistik provinsi jambi, (2023)

Dari tabel di atas perubahan sosial ini tidak hanya terjadi di desa Sungai Rambai, tetapi juga mencerminkan tren yang lebih luas di Kecamatan Tebo Ulu, yang memiliki total penduduk sebanyak 64.102 jiwa pada tahun 2012. Dengan terus meningkatnya jumlah penduduk dan paparan terhadap media sosial serta teknologi

global, masyarakat desa khususnya generasi muda semakin terdorong untuk menyesuaikan diri dengan gaya hidup modern.

Di tingkat lokal khususnya di desa sungai rambai belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana hubungan rasionalitas ekonomi terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup modern generasi Z. Memahami hubungan ini sangat penting untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh masyarakat desa dalam mengelola pengeluaran dan gaya hidup mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna untuk pengembangan kebijakan lokal dan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masyarakat desa. Oleh karenanya itu penelitian tertarik melakukan penelitian yang berjudul "**Hubungan Rasionalitas Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Modern Generasi Z Pada Masyarakat Desa Sungai Rambai**".

1.2 Identifikasi Masalah

Penjelasan pada latar belakang di atas, maka dapat dilakukan identifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Perubahan pola konsumsi generasi z di desa sungai rambai

Terdapat perubahan pola konsumsi di kalangan Generasi Z di desa ini, yang mulai bergeser dari pola konsumsi tradisional yang berorientasi pada kebutuhan dasar menuju perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh tren global dan gaya hidup modern. Masalah yang muncul adalah apakah keputusan konsumsi mereka masih dipengaruhi oleh rasionalitas ekonomi, atau lebih didorong oleh dorongan sosial, emosional, dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan gaya hidup yang lebih modern.

2. Peran rasionalitas ekonomi dalam pengambilan keputusan konsumsi

Rasionalitas ekonomi mengasumsikan bahwa individu bertindak secara logis dengan mempertimbangkan biaya dan manfaat dalam keputusan konsumsi. Namun, pada Generasi Z, yang sering terpengaruh oleh tren dan gaya hidup, muncul masalah apakah keputusan mereka masih didasari oleh pertimbangan rasional atau lebih banyak didorong oleh impulsif emosional dan pengaruh sosial.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup generasi z di Desa Sungai Rambai

Selain rasionalitas ekonomi, gaya hidup dan perilaku konsumtif Generasi Z di Desa Sungai Rambai dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti lingkungan sosial, keluarga, dan akses terhadap teknologi. Masalah yang muncul adalah bagaimana berbagai faktor ini memengaruhi preferensi dan pola konsumsi mereka serta apakah mereka membuat keputusan yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam suatu penelitian sangat penting dilakukan guna menghindari pelebaran pembahasan yang dapat mengaburkan fokus penelitian dan menyebabkan tujuan penelitian tidak tercapai secara optimal. Oleh karena itu, peneliti memberikan batasan pada penelitian ini terhadap beberapa aspek, yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada generasi z yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 yang tinggal di Desa Sungai Rambai.
2. Penelitian ini hanya mengkaji aspek rasionalitas ekonomi yaitu bagaimana individu atau kelompok mengambil keputusan ekonomi secara rasional. Aspek-aspek lain seperti faktor sosial, budaya, psikologis, atau politik yang

mungkin mempengaruhi keputusan ekonomi tidak akan dibahas secara mendalam, kecuali jika memiliki relevansi langsung dengan rasionalitas ekonomi.

3. Penelitian ini hanya mengkaji perilaku konsumtif dan gaya hidup modern pada generasi z. Variabel lain yang mempengaruhi, tidak akan di analisis.

1.4 Rumusan Masalah

Latar belakang yang telah dijelaskan di atas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran rasionalitas ekonomi, perilaku konsumtif, dan gaya hidup modern generasi z pada masyarakat desa sungai rambai?
2. Apakah terdapat hubungan rasionalitas ekonomi terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masyarakat desa sungai rambai ?
3. Apakah terdapat hubungan rasionalitas ekonomi terhadap gaya hidup modern generasi z pada masyarakat desa sungai rambai ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran rasionalitas ekonomi, perilaku konsumtif, dan gaya hidup modern generasi z pada masyarakat desa sungai rambai
2. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan rasionalitas ekonomi terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masyarakat desa sungai rambai
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan rasionalitas ekonomi terhadap gaya hidup modern generasi z pada masyarakat desa sungai rambai

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu ekonomi, khususnya dalam memahami hubungan rasionalitas ekonomi terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup modern generasi Z di masyarakat pedesaan.

2 Manfaat Praktis

a. Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran generasi Z terhadap pentingnya rasionalitas ekonomi dalam mengelola keuangan pribadi, sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan dan membantu dalam membangun gaya hidup yang lebih bijaksana.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat dan pemangku kepentingan lokal untuk memberikan edukasi yang lebih baik mengenai literasi keuangan dan mendorong gaya hidup yang lebih berkelanjutan di kalangan generasi muda.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai rasionalitas ekonomi, perilaku konsumtif, dan gaya hidup generasi Z di berbagai konteks sosial dan ekonomi yang berbeda.