

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi yakni suatu kejadian yang ramai terjadi pada berbagai negara-negara yang ada di belahan dunia, termasuk di antaranya terjadi di Indonesia. Tidak hanya di bidang teknologi saja tetapi globalisasi juga terjadi dalam bidang sosial ekonomi. Selain membawa pengaruh positif, globalisasi juga membawa pengaruh negatif yaitu adanya perubahan pada nilai hidup kemanusiaan. Dampak negatif yang muncul karena globalisasi yang pertama adalah sifat individualisme yakni sifat yang selalu mementingkan kepentingan pribadi (Patricia & Handayani, 2014).

Sifat individualisme dirasa bertentangan dengan kebudayaan orang-orang di Indonesia yang lebih suka kebersamaan. Dampak kedua yaitu senang menghambur-hamburkan untuk hal yang kurang penting, atau hura-hura yang di sebut hedonisme. Dimana kehidupan di pandang sebagai sesuatu yang menyenangkan atau membahagiakan dan tidak di butuhkan usaha ataupun kerja keras untuk mendapatkannya. Ketiga adalah keduniaan, ialah perilaku yang membedakan agama dengan hal-hal duniawi. Agama sering kali di lihat seperti suatu kegiatan yang berseberangan atas kebahagiaan duniawi. Dampak keempat adalah konsumerisme, yaitu sikap yang senang membuang-buang uang untuk suatu yang tidak terlalu di butuhkan (Patricia & Handayani, 2014).

Perubahan lain pada zaman sekarang yang juga terjadi adalah dalam hal konsumsi, yaitu dengan banyaknya jenis-jenis produk yang di tawarkan seiring dengan pesatnya kemajuan di berbagai bidang karena globalisasi, dan inilah yang menyebabkan masyarakat tertarik untuk membeli berbagai macam produk yang diinginkan, produk-produk yang dirasa sebagai keperluan sekunder sekarang beralih jadi keperluan yang wajib terpenuhi. Produk-produk glamor pun sudah naik sebagai kebutuhan sekunder sampai-sampai primer. Begitupun dengan keperluan tersier di beberapa individu sudah menjadi kebutuhan utama (Chatijah & Purwadi, 2007). Hal ini disebabkan karena banyaknya produksi dan beredarnya

produk barang atau jasa yang ditawarkan di masyarakat. Timbulnya keinginan untuk membeli barang dengan berlebihan adalah pemicu utama perilaku konsumtif. Individu akan terus mengkonsumsi barang hanya karena keinginan bukan apa yang individu butuhkan (Anggraini & Santhoso, 2017).

Loudon dan Bitta (Hamdan, 2013) mengatakan tentang remaja merupakan kelompok yang memiliki orientasi untuk konsumtif, dikarenakan remaja cenderung berperilaku boros, mencoba hal-hal, dan tidak realistis. Lingkungan pertemanan remaja berpengaruh besar dalam sikap, minat, pembicaraan, penampilan serta perilaku yang lebih besar dibandingkan dari keluarga. Faktor pendorong dalam hal ini karena remaja lebih senang berada di luar rumah, dan mereka cenderung ingin lepas dari pengaruh keluarganya.

Remaja yang ingin diakui oleh lingkungan sosialnya maka akan mengikuti lingkungannya terlebih dengan keberadaan teman sebaya, salah satu hal yang di pengaruhi oleh teman sebaya yaitu dalam aktivitas pembelian. Remaja akan melakukan penyesuaian diri secara berlebihan, untuk mendapatkan pengakuan sosial ini maka remaja akan cenderung berperilaku konsumtif, yakni proses membeli suatu barang ataupun jasa tidak berdasar pada kebutuhan tetapi dilakukan hanya karena keinginan untuk mendapatkan kepuasan (Anggreini & Mariyanti, 2014).

Solomon (Anggreini & Mariyanti, 2014) berpendapat bahwa remaja mengeluarkan sebagian uangnya untuk membeli produk yang dapat memberi kepuasan dan kesenangan untuk dirinya saja. Kelompok usia remaja ini merupakan sasaran yang potensial, karena pola konsumsi terbentuk pada masa remaja. Remaja juga biasanya mudah dirayu, ikut-ikutan teman, dan boros. Remaja biasanya membeli produk tidak berdasarkan kemampuan dan kebutuhannya, salah satu alasan mereka adalah apabila tidak cepat dibeli maka akan kehabisan (Hamdan, 2013).

Munandar (1995) terdapat perbedaan dalam kegiatan berbelanja antara pria dan wanita. Wanita lebih berminat untuk berbelanja sedangkan pria cenderung kurang minat. Alasan wanita tertarik belanja dikarenakan perkembangan *trend*, memprioritaskan kedudukan sosial lingkungannya, serta kecilnya minat terkait hal

teknis dari barang yang akan di beli (Anggreini & Mariyanti, 2014). Reynold, Scott, dan Warshaw (Harnum, 2012) berpendapat tentang remaja perempuan yang usianya berkisar dari 16 sampai 19 tahun lebih banyak menggunakan uangnya untuk kebutuhan yang menambah kepercayaan dirinya seperti contohnya sepatu, pakaian, kosmetik, pakaian, aksesoris dan alat-alat yang berhubungan dengan kecantikan agar penampilannya terlihat menarik. Pembelian kosmetik dan pembelian pakaian serta aksesoris pada masa remaja dianggap penting (Hamdan, 2013). Situasi yang erat kaitannya dengan remaja putri adalah kecantikan. Kecantikan merupakan bagian dari kehidupan wanita, kecantikan telah muncul dari puluhan tahu lalu. Kecantikan selalu identik pada tampilan perempuan. Satu hal yang pasti bahwa kecantikan merupakan bagian dari gaya hidup wanita, kecantikan tercermin dari tampilan luar seorang wanita. Kecantikan berpengaruh besar untuk perempuan, dengan kecantikan yang dimiliki inilah yang menjadikan perempuan merasa percaya diri (S.W.R & Lutfiati, 2014).

Istilah kosmetika diambil dari *kosmein* (bahasa Yunani) yang dapat diartikan “berhias”. Dahulu komposisi yang akan digunakan sebagai bahan untuk memperindah diri adalah memakai bahan yang sumbernya dari alam. Berbeda dengan zaman saat ini banyak kosmetika yang sudah dibuat dengan bahan buatan yang sumbernya selain bahan alami yang juga tujuannya untuk menambah kecantikan. Ramuan yang di buat untuk menjaga pertahanan kesehatan kulit itulah tujuan awal kosmetika. Seiring majunya zaman sasaran dari pemakain kosmetika melebar yaitu untuk membuat diri menjadi cantik, merubah wujud, menyamarkan ketidak sempurnaan dan menaikkan daya tarik melalui keharuman (Yustina & Puspitorini, 2013).

Data industri kosmetik yang diperoleh dari Kementerian Perindustrian Indonesia mencatat adanya kenaikan sebesar 20% atau empat kali lipat pada tahun 2017. Kenaikan ini dipicu oleh permintaan yang besar dari pasar domestik dan ekspor seiring trend masyarakat yang mulai memperhatikan produk-produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan utama. Meningkatnya jumlah populasi dari penduduk usia muda atau generasi milineal menjadi potensi dari pasar domestik

ini. Promosi pada generasi milenial ini dilakukan melalui media sosial karena lebih efektif dan *less costly*.

Tanda-tanda dari perilaku konsumtif yang akan terus berkembang, adalah dengan munculnya hal-hal yang mendorong terjadinya perilaku konsumtif salah satu diantaranya adalah gaya hidup (Anggraini & Santhoso, 2017). Kehidupan saat ini yang semakin maju menggiring individu berada pada bentuk perilaku yang khas, perilaku yang menjadi pembeda antar setiap individu yang berkaitan dengan gaya hidup. Dalam perkembangannya remaja akan menjadi orang-orang dewasa yang bergaya hidup konsumtif dan kemudian masalah yang akan muncul apabila pencapaian finansial individu dilakukan dengan cara yang tidak sehat untuk memenuhi perilaku konsumtif yang akhirnya tidak berdampak terhadap ekonomi saja, tetapi psikologis, sosial, sampai etika (Hamdan, 2013). Menurut beberapa individu gaya hidup dianggap sebagai sesuatu yang penting karena melalui gaya hidup seorang individu dapat mengeskrpresikan diri (Azizah & Indrawati, 2015). Menurut Adler (Trimartati, 2014) gaya hidup adalah upaya yang di gunakan setiap individu dimana beberapa individu mempunyai caranya tersendiri untuk meraih tujuan tertentu yang telah di rencanakan secara khusus, yang di tentukan juga oleh dimana individu tersebut berada.

Maraknya pusat perbelanjaan yang menyediakan beragam produk-produk dengan merek dari luar Indonesia, banyaknya resto cepat saji yang menyebabkan individu lebih senang mengkonsumsi makanan dari luar dibanding makanan dari dalam negeri, dan juga banyaknya *cafe* yang sering digunakan remaja sebagai tempat bersosialisai atau berkencan. Remaja yang memiliki ketertarikan tinggi pada produk-produk yang baru dan bermerek ini yang menyebabkan remaja cenderung ikut-ikutan gaya atau *trend* baru. Bentuk tindakan yang seperti ini di dorong dengan munculnya iklan, majalah remaja, atau media cetak lain yang banyak mengandung isi tentang gaya hidup glamor.

Masa remaja individu diharuskan mempunyai gaya hidupnya sendiri yang berbeda dengan individu lain walaupun nantinya akan berubah. Pada masa sekarang ini salah satu bentuk gaya hidup yang menarik bagi remaja adalah gaya hidup hedonis. Seiring dengan adanya fenomena ini, remaja akan cenderung

menentukan pilihannya untuk hidup berkecukupan, enak, mewah tanpa harus melakukan usaha atau kerja keras (Anggraini & Santhoso, 2017). Gaya hidup di pengaruhi oleh faktor-faktor yaitu, emosi dan motivasi, kelas sosial, nilai demografik, budaya, nilai, kepribadian serta keluarga (Azizah & Indrawati, 2015). Remaja akan lebih mudah tertarik dengan sesuatu yang baru, dan gaya hidup hedonisme ini di anggap sesuatu yang menarik. Setiap individu mempunyai gaya hidup hedonisme, tetapi di bedakan berdasarkan tingkatannya yaitu sedang dan berat (Trimartati, 2014).

Fenomena ini juga terjadi pada mahasiswi Unissula, di dapat melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperkuat masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan pada tanggal 28 Juli 2019 dengan subjek berinisial ES yang merupakan mahasiswi Fakultas Psikologi angkatan 2018. Hasil wawancara diuraikan sebagai berikut :

“aku lumayan sering sih kalau beli make up, biasanya beli itu karena ngeliat pada pandangan pertama sih. Kadang gak butuh-butuh amat padahal, atau udah punya tapi beda merknya. Tapi ya di beli aja sih kalo suka mah kan beda merk ini. Yang paling sering di beli lipstik ya, padahal lipstik udah punya beberapa tapi kan kalau lipstik warnanya beda-beda jadi gapapa sih beli aja karena ya itu tadi suka pada pandangan pertama beli. Dulu suka beli lipstik merek maybelline harga 100 ribuan ke atas, kalau sekarang ya macam-macam karena liat dari youtube juga banyak pilihannya jadi udah coba merek-merek lain sih. Tiap bulan kayaknya ada aja yang di beli tapi gak harus make up yang di muka aja sih, misalnya kaya beli skincare buat badan juga, terus parfum atau bodymist gitu ik. Kalo yang gitu biasanya 150an aja kok harganya. Apalagi sekarang banyak banget online shop, makin gampang belinya bisa langsung pesen gitu. Make up buat aku sih lumayan menambah kepercayaan diri aku ya jadi keliatan fresh aja. Tapi sih seringnya beli lipstik karena kulit aku agak gelap ya jadi sering beli buat nyocokin sama kulit aku, sama bibir aku kering jadi ya kadang beli lipstik yang merknya bagus walaupun mahal”.

Subjek kedua dengan inisial HP mahasiswi dari Fakultas Hukum angkatan 2018 mengatakan:

“suka sih make up tapi yang standar aja kaya lipstik sama bedak aja, alesanny apa ya karena suka aja liat warna, bentuknya, lebih gitu-gitu aja sih. Wah suka banget beli-beli lipstik itu walaupun sudah punya beberapa merk dan warna ya tapi kalau liat di toko

kosmetik lucu aja liatnya jadi pengenya beli padahal sih gak ada pikiran sebelumnya buat beli tapi ya biasa cewek kan hehe. Ada jenis lipstik baru pasti aku beli padahal di kos ya udah banyak, tapi gapapa wong aku seneng. Kalo gak kepake ya kadang ku buang, nek enggak ya kasih temen kalo ada yang mau. Tapi selain lipstik sama bedak produk lain juga suka beli kaya lulur, parfum, masker. Sebulan ya lumayan sering tapi ya tergantung biasanya tahan sampe sebulan lebih kadang belum sebulan udah habis ya beli. Lipstik itu suka merek revlon, wardah, purbasari pun suka tergantung yang lagi pengen yang mana sih. Harganya pun relatif sih dari 30 ribuan sampe ya 100 ribu ke atas hehe. Tapi kalo sekali belanja 200 ribuan ada. Parfum pun gitu suka banget ya karena merasa percaya diri aja kalo wangi, apalagi aku gampang berkeringat gitu wajib lah semprot parfum. Buat aku lipstik dan bedak itu penting sih karena biar gak keliatan pucet dan kucel aja''.

Subjek ketiga dengan inisial R mahasiswi dari Fakultas Psikologi angkatan 2018 mengatakan:

“iya mba sering beli, aku sering beli pelembab, bb cream, toner sama lipstik. Suka aja coba-coba yang cocok di kulit, kalo gak cocok di kasih temen. Kadang juga suka beli cuma karena casenya lucu beli padahal udah punya. Kaya misalnya bb cream kan ada yang bentuknya liquid (cair) ada yang bentuk stick tinggal poles lucu. Kalo pemakainnya tergantung sih tapi juga kalo ada make up yang case nya lucu beli meskipun barang lama masih ada haha. Gak harus merk a b biasanya sih sebelum beli searching dulu atau gak tanya sama yang jualnya itu''.

Dari hasil wawancara dengan beberapa mahasiswi di atas maka dapat di lihat bahwa kecenderungan seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif berdasarkan keinginan saja. Perilaku konsumtif di pengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya faktor eksternal dan internal. Gaya hidup menjadi salah satu penyebabnya yang masuk ke dalam faktor eskternal. Hal ini sejalan dengan pendapat yang di katakan Triyaningsih (2011) bahwasanya individu cenderung melakukan perilaku konsumtif di tengarai oleh mencontoh gaya hidup yang sedang populer saja.

Gaya hidup sendiri terbentuk melalui interaksi sosial, singkatnya adalah gaya hidup merupakan cara yang di lakukan individu untuk menjalankan kehidupannya, termasuk di dalamnya ada aktivitas, kesukaan atau ketidak sukaan, sikap, konsumsi serta harapan. Gaya hidup merupakan faktor yang utama bagi

setiap individu dalam melakukan pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Gaya hidup juga sering di lihat sebagai penunjuk kelas sosial, dan citra seorang individu (Patricia & Handayani, 2014).

Gaya hidup merupakan suatu tindakan seorang individu dalam mempergunakan uangnya serta waktunya. Individu yang mempunyai cukup uang cenderung mudah untuk menggunakan uangnya untuk hal-hal yang menyenangkan tanpa menghiraukan angka yang di keluarkan. Terkadang ada juga individu yang melakukan gaya hidup mewah untuk sekedar melepas kelelahan mengusir rasa bosan (Patricia & Handayani, 2014).

Kotler dan Armstrong (Anggraini & Santhoso, 2017) mengatakan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Individu akan menyalurkan gaya hidupnya melalui beberapa hal yaitu opini, minat, dan kegiatan dalam berkehidupan sosial di lingkungannya. Gaya hidup yang dilakukan oleh individu ini akan mempengaruhi keinginan, perilaku pembeliannya, dan juga pada kebutuhannya.

Pendapat tersebut sejalan dengan penelitian serupa yang telah dilakukan Hariyono (2015) “Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja” dengan hasil gaya hidup dan perilaku konsumtif pada remaja memiliki keterkaitan yang positif. Penelitian selanjutnya di lakukan oleh Azizah & Indrawati (2015) yang meneliti tentang “Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro” hasilnya menjelaskan tentang adanya hubungan yang negatif dan signifikan antara kontrol diri dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penelitian sebelumnya tentang gaya hidup hedonis dengan judul yang dilakukan Patricia & Handayani (2014) ” Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan X” disimpulkan bahwasanya gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian sebelumnya tentang gaya hidup hedonis dengan judul “Gaya Hidup Hedonis dan Intensi Korupsi Pada Mahasiswa Pengurus Lembaga Intra Kampus” disimpulkan bahwasanya adanya hubungan

positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan intensi korupsi pada mahasiswa pengurus lembaga intra dilakukan oleh (Sartika & Hudaniah, 2018).

Penelitian kali ini, peneliti mencoba untuk meneliti kembali tentang gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif membeli *make up* pada mahasiswi Unissula. Beberapa perbedaan yang membedakan dengan penelitian sebelumnya, seperti pada variabel tergantungnya dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif, dan subjek pada penelitian ini adalah mahasiswi di Unissula Semarang.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka peneliti bermaksud untuk mengadakan penelitian yang berjudul hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif membeli *make up* pada mahasiswi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan permasalahan diatas, maka diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, apakah ada hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif dalam membeli *make up* pada mahasiswi Universitas Islam Sultan Agung Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif dalam membeli *make up* pada mahasiswi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, terutama pada bidang psikologi sosial dan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian dimasa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini nantinya mampu membantu para mahasiswi untuk mengetahui gambaran antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif.