

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan zaman modern saat ini memiliki dampak dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Perubahan gaya hidup pada masyarakat yang terjadi secara konstan mengakibatkan munculnya *trend* baru dari masa ke masa. Masyarakat memiliki kecenderungan memakai mode atau *trend* terbaru dan tidak ingin dianggap ketinggalan zaman untuk meningkatkan gengsi maupun status sosial. Pasar yang menjadi awal munculnya *trend* selalu memberikan hal-hal baru dalam usaha memunculkan *trend* masa kini yang berbeda dengan *trend* masa lalu. Hal ini ditandai dengan pesatnya perkembangan pusat-pusat perbelanjaan seperti *mall* dan *caffe* dengan skala internasional serta berbanding lurus dengan jumlah pengunjung (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013) .

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat salah satunya internet menjadi pilihan utama individu untuk melakukan berbagai akses kegiatan. Internet mempunyai jangkauan luas hingga mencakup seluruh dunia dijadikan alat serta tujuan bisnis oleh pasar. Salah satu negara pemakai internet yang tinggi di dunia ialah Indonesia. Lembaga survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) (2017) mengungkapkan penetrasi pengguna internet adalah 143,26 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 262 juta jiwa. Proses transaksi saat ini dipermudah oleh sarana-sarana jual beli online yang semakin banyak sehingga setiap individu dapat lebih mudah dalam pemenuhan kebutuhannya masing-masing. APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) (2017) menyatakan bahwa 32,1% masyarakat Indonesia melakukan layanan akses internet untuk membeli barang secara online.

Kemudahan akses internet menawarkan banyak fasilitas jual beli yang berbassis online. Kemudahan tersebut mendorong setiap individu melakukan pembelian secara tidak terbatas hanya untuk memenuhi kepuasan secara berlebihan. Individu demi mendapatkan pakaian, handphone, sepatu, maupun barang keluaran terbaru menghiraukan kondisi perekonomian mereka sendiri.

Kondisi tersebut dilakukan hanya untuk mengikuti mode atau *trend* masa kini dan tidak memperdulikan harga dari barang yang diinginkan. Tambunan (Fardhani & Izzati, 2013) mengatakan bahwa pemenuhan kepuasan dengan mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan namun sebenarnya kurang diperlukan yang hanya didasarkan keinginan belaka disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif terjadi pada berbagai usia, namun lebih cenderung terjadi pada masa remaja. Loudon dan Bitta (Suminar & Meiyuntari, 2015) kisaran usia yang paling mudah terpengaruh oleh pola konsumsi yang berlebihan, memiliki kecenderungan pandangan untuk mengkonsumsi, dan tidak dapat menghemat ialah kisaran usia remaja.

Masa remaja secara psikologi ialah masa perubahan individu dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Komalasari (Rori, 2015) mengatakan bahwa pada usia remaja dimungkinkan individu dapat berpikir abstrak dan terjadi proses pematangan secara kognitif. Masa remaja terbagi atas tiga usia yaitu, masa remaja awal 10-14 tahun, masa remaja madya 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 19-24 tahun. Individu dapat dikatakan dalam masa remaja adalah individu dengan usia 11-24 tahun menurut Sarwono (Fatimah & Muis, 2014). Usia tersebut dalam pendidikan di Indonesia secara umum tergolong menjadi, usia remaja awal 11-14 berada pada Sekolah Menengah Pertama (SMP), usia remaja madya 15-18 tahun berada pada Sekolah Menengah Atas (SMA), dan masa remaja akhir berada pada pendidikan perkuliahan di universitas.

Permasalahan pada tahap peralihan semakin lama semakin kompleks tidak terkecuali pada mahasiswa yang berada dalam tahap perkembangan masa remaja akhir. Permasalahan yang dihadapi mahasiswa dihadapi dengan berbagai cara seiring proses berkembangnya tiap individu masing-masing. Mahasiswa yang menyukai mode baru atau *fashion* seringkali membeli barang tanpa melihat manfaat dari barang atau jasa yang diinginkan. Monk (2002) menyatakan bahwa adanya kecenderungan mahasiswa yang merupakan bagian dari remaja untuk berperilaku konsumtif dan memiliki keinginan membeli yang tinggi. Hal tersebut disebabkan karena pada umumnya remaja selalu ingin terlihat menarik oleh teman

sebaya atau lawan jenis dan memiliki ciri khas dalam tingkah laku, cara berpakaian, berdandan, maupun gaya rambut.

Wahyuningtyas (Enrico, Aron, & Oktavia, 2014) menyatakan perilaku konsumtif menjadi sebuah permasalahan pada kehidupan sehari-hari masyarakat di negara besar maupun di negara berkembang seperti Indonesia. Gaya hidup masyarakat terutama di negara-negara berkembang sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumtif. Barang atau jasa secara umum dihasilkan dari negara-negara maju yang menjadikan masyarakat di negara berkembang sebagai konsumen paling banyak sebagai tempat pemasaran produk. Perilaku konsumtif tanpa disadari telah dijadikan budaya bahkan menjadi penyakit sosial yang menyebabkan adanya potensi membentuk masyarakat individual serta materialistis, bahkan mengarah pada hedonisme. Afrizal (Imawati, Susilaningsih, & Ivada, 2013) adalah seorang sosiolog, beliau mengatakan bahwa gaya hidup konsumtif memotivasi seseorang menginginkan sesuatu secara cepat dan instan. Hal ini ditandai dengan masyarakat yang semakin aktif dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berkelanjutan melalui pesanan online maupun membeli secara langsung.

Chaney dan Bitta (2000) mengungkapkan bahwa penyebab utama munculnya perilaku konsumtif sebenarnya karena gaya hidup budaya barat. Dilihat secara psikologis perilaku konsumtif memiliki dampak yang secara nyata merugikan setiap individu, dampak dari hal tersebut yaitu individu dapat mengalami kecemasan, adanya rasa tidak aman, dan pemborosan serta in-efisiensi biaya. Suyasa (2005) mengatakan individu selalu terdorong dengan tuntutan untuk membeli barang yang baru namun kegiatan pembelian tersebut tidak ditunjang dengan finansial secara seimbang sehingga timbul rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi. Berdasarkan ungkapan diatas, dapat dikatakan bahwa konsumen remaja dapat membeli sesuatu barang atau jasa secara spontan karena informasi yang didapatkan. Hal tersebut terjadi karena remaja tidak berpikir rasional sehingga mudah terbuju rayuan yang dimunculkan oleh pasar.

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu upaya untuk mengetahui perilaku konsumtif pada mahasiswa. Berdasarkan wawancara yang dilaksanakan kepada 3

mahasiswa Fakultas Psikologi Unissula angkatan 2016, didapat hasil wawancara sebagai berikut :

*“Saya sering a kehabisan uang, kita kan sama-sama bukan dari Semarang jadi yaa kadang gak sadar kalo uang saya udah menipis. Intinya sih karena kebiasaan dari dulu saya gak pinter megang uang. Dibilang kurang uang dari orang tua yaa engga juga sih, cuman kadang kan banyak keperluan tiba-tiba loh a (tersenyum). Biasanya uang yang sering keluarin itu aaaaa... paling buat beli sepatu atau baju keluaran terbaru biar gaol a (tertawa), kadang juga kepake pas nongkrong-nongkrong gitu a kan saya sama temen-temen saya sering keluar gitu nongkrong bareng ... iya a nongkrong di caffe atau nonton gitu lah ke mall. Bisa dibilang sering juga a saya beli pakaian tapi yang lebih sering beli sepatu hehe, mungkin 1 atau 2 bulan sekali. Lumayan mahal a harganya makanya saya sering meminta uang lagi sama orang tua padahal jatah bulan ini belum sampe waktunya saya minta lagi. Yaa mungkin bisa sih dibilang boros a, tapi dalam hal wajar gak sampe bikin bangkrut orang tua saya maksudnya (tersenyum). Henteu a eeheh enggak maksudnya saya gak pernah pake uang kuliah kalo buat beli sesuatu mah msih bisa dikontrol gitu” (F.A.R, 2018).*

*“emmm (berpikir) bisa dibilang iya bisa dibilang engga, mungkin seringnya iya itu kehabisan uang (tersenyum). Cukup sebenarnya mas kalo dihitung perharinya berapa gitu uang dari orang tua, tapi kadang karena kita gak bisa manage uang itu dengan baik jadi gak sesuai perkiraan. Karena saya orang Semarang ya mas, paling uang kapake buat nongkrong-nongkrong gitu, beli jajanan pas jalan-jalan sama anak-anak, buat beli pakaian juga sih apalagi kalo ada keluaran baru (tersenyum). Kalo saya seringnya beli baju atau celana, suka cepet bosan kalo harus pake baju itu itu terus. Mungkin sekitar 1 atau 2 kali setiap bulan saya beli pakaian itu. Ya saya emang boros orangnya, belum bisa memperkirakan apa yang harus diprioritaskan dan apa yang engga gitu” (B.H.S, 2018).*

*“Sangat sering mas, bisa dibilang saya selalu kehabisan uang hehe. Bukan karena gak cukup, emang pada dasarnya saya suka kehabisan uang gara-gara beli aksesoris dan lain-lain. Emm aksesoris kayak jam tangan, tas, biar keliatan bagus pake jam yang lagi hits (tersenyum), tapi keseringan tuh gara-gara futsalan sih mas, kan kita seminggu beberapa kali futsal. Sekali futsal aja bayar berapa itu, soalnya gak tiap futsalan di kampus terus. Belum lagi peralatan futsal gak cuma sepatu kan mas, sering juga saya beli kaos kaki sama deker sering cepet rusak sama ilang lupa nyimpen. Udah jelas mas boros, cuman insya allah kedepannya saya belajar memperbaiki diri (tersenyum) (R, 2018).*

Berbagai pernyataan mahasiswa diatas menunjukkan masih banyaknya permasalahan yang muncul akibat dari kebiasaan mengikuti mode atau trend terbaru. Tanpa sadar, mahasiswa menghabiskan banyak uang untuk hal-hal yang sebenarnya mereka tidak terlalu membutuhkan. Mahasiswa terkadang menyadari bahwa mereka itu tidak dapat mengontrol uang saku dari orang tua, namun hal tersebut tidak menyebabkan efek jera. Pemborosan secara berkelanjutan tanpa pencegahan ini dikarenakan adanya pola pikir mahasiswa yang masih merasa aman dengan adanya tambahan uang dari orang tua.

Mahasiswa memiliki pandangan terhadap barang baru yang dibeli dan digunakan memiliki pengaruh terhadap pandangan orang lain terhadap dirinya. Suryanto (2012) mengatakan perilaku konsumtif individu ini dilakukan sebagai tanda untuk meningkatkan pandangan orang lain maupun pandangan sendiri terhadap dirinya sendiri. Keyakinan mengenai atribut yang menempel pada diri individu yang didapatkan melalui proses persepsi, perbandingan sosial, serta refleksi ini disebut konsep diri. Hal tersebut merupakan sebuah nilai bagi individu yang ditujukan untuk meningkatkan serta mempertahankan konsep dirinya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk mengkaji terkait perilaku konsumtif, antara lain yang dilakukan oleh Regina, Lydia, dan Cicilia (2015) yang berjudul "*Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011*". Hasil penelitian tersebut melalui uji korelasi *Sperman Rank* mendapatkan nilai  $p = 0,000 < \alpha = 0,05$ . Nilai korelasi sebesar -0,485 yang termasuk kedalam kategori sedang. Tanda negatif diatas berarti hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi self-control atau kontrol diri seseorang maka semakin rendah perilaku konsumtif, begitu pula sebaliknya.

Indah Haryani dan Jhon Herwanti (2015) dalam penelitiannya yang berjudul "*Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswa*". Hasil penelitian tersebut diperoleh  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ),  $F = 23,994$ , dan  $\text{adjust R square} = 0,279$  yang berarti adanya hubungan

yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif dan semakin rendah kontrol diri seseorang maka semakin tinggi perilaku konsumtif seseorang, begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada subjek penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) Semarang angkatan 2016. Fokus penelitian ini adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yakni konsep diri. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Swasta (1997) adalah konsep diri. Fuhrmann (Widodo, 2006) mengungkapkan bahwa konsep diri merupakan terjemahan dari *self-concept* yang menggambarkan konsep dasar tentang dirinya sendiri, pikiran maupun opini pribadi, kesadaran mengenai apa dan siapa dirinya, serta membandingkan antara dirinya dengan orang lain sebagai bentuk idealisme dalam tahap perkembangannya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : *“Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2016”*.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan masalah diatas dapat dirumuskan masalah penelitian, yaitu : apakah ada hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang angkatan 2016 ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang angkatan 2016.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan yang memperkaya kajian teori dan riset pada bidang psikologi industri khususnya bidang psikologi konsumen. Bagi peneliti lainnya, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta mengembangkan acuan untuk penelitian berikutnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk memberikan informasi bagi remaja dan orang tua mengenai kaitan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif.