

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi dan semakin canggihnya alat-alat pada media komunikasi saat ini menjadi sebuah kebiasaan bagi masyarakat untuk melakukan interaksi dengan orang-orang sekitar, masyarakat dengan mudahnya dapat mengakses informasi melalui *chatting*, *video call* dan lain-lain. Mudahnya mengakses informasi, menjadikan perilaku seseorang untuk mengikuti teknologi yang berkembang sangat tinggi. Tingginya perilaku seseorang di dalam mengikuti perkembangan teknologi dapat dilihat dari perilaku untuk membeli *gadget/smartphone* sebagai alat media komunikasi. Terkadang seseorang mengkonsumsi sesuatu bukan didasari pada kebutuhan yang sebenarnya akan tetapi, karena mengikuti *trend* yang sedang populer di kalangan remaja saat ini.

Kebiasaan dan gaya hidup masyarakat cepat sekali berubah, kini masyarakat cenderung memiliki pola hidup yang selalu mengikuti arus perkembangan zaman. Masyarakat cenderung mengikuti *trend mode* terkini karena takut dianggap ketinggalan zaman. Gaya hidup seperti ini terutama terjadi pada segmen usia remaja. Remaja sangat mudah terpengaruh dan sangat antusias untuk mengikuti perkembangan *trend mode* terkini.

Perilaku pembeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan, dilakukan semata-mata hanya demi kesenangan untuk memenuhi kebutuhan pribadi sehingga menyebabkan seseorang menjadi sangat boros. Adanya peningkatan kebutuhan ini menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli juga ikut bertambah. Kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah semakin mewah dan berlebihan. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang relatif berbeda-beda.

Pada kenyataannya perkembangan *smartphone* di Indonesia mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian dimana pembelian tersebut hanya untuk memenuhi kepuasan semata saja. Perilaku konsumtif merupakan pembelian yang dilakukan atas dasar pemenuhan kebutuhan semata (Anonim, 2013). Perilaku meniru atau biasa yang disebut dengan perilaku konsumtif masyarakat saat ini bukan hanya untuk pemenuhan kebutuhan semata akan tetapi, untuk memenuhi keinginan dalam diri yang sifatnya untuk menaikkan *prestise*, menjaga gengsi, mengikuti mode dan berbagai alasan yang kurang penting. Tak jarang juga ditemui individu yang memiliki lebih dari satu *smartphone*, padahal pada kenyataannya individu tersebut hanya aktif menggunakan satu *smartphone*.

Indonesia adalah negara dengan banyaknya jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa dan merupakan salah satu Negara atau pasar yang besar dalam hal penggunaan gadget atau perangkat komunikasi (ponsel). Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia (ATSI) mengatakan bahwa jumlah pengguna seluler per tahun 2011 telah mencapai pada angka lebih dari 240 juta pengguna naik 60 juta pengguna dibanding pada tahun 2010 (Prasetyani I. R., 2012). Pembelian yang dilakukan atas pemenuhan kebutuhan semata dapat disebut perilaku konsumtif (Anonim, 2013).

Smartphone sebagai *handphone* pintar fokus pada pengembangan konektivitas internet, multimedia *performance*, hingga fitur-fitur seperti GPS dan kamera. Fitur-fitur lengkap dan harga yang bervariasi dari ponsel pintar inilah yang menjadi incaran konsumen yang semakin melek teknologi. Persaingan yang ketat memberikan keuntungan bagi konsumen untuk menentukan pilihan yang sesuai. Pilihan produk dengan merek ternama merupakan pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan membeli *smartphone* (Hartini, 2012).

Studi pendahuluan yang dilakukan peneliti melalui observasi yang dilakukan terhadap satu kelompok dilingkungan kampus, dari hasil observasi menunjukkan beberapa individu mengganti *smartphone* mereka ke *smartphone*

yang lebih terbaru, padahal *smartphone* yang dimiliki individu tersebut dapat dikatakan masih model terbaru dan belum mengalami kerusakan. Proses penggantian *smartphone* tersebut menunjukkan ada kelompok yang memiliki *smartphone* sejenis dan terbaru sesuai dengan apa yang diharapkan teman kelompoknya. Melalui proses penggantian *smartphone* dari lama ke *smartphone* terbaru dapat kita lihat bahwa kelompok tersebut mulai berperilaku konsumtif.

Fromm (2008) juga menggambarkan perilaku konsumtif adalah sebagai keinginan untuk membeli dan terus meningkat, untuk mendapatkan kepuasan untuk memiliki barang dan jasa tanpa mepedulikan kegunaan dan hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status, *prestige*, kekayaan, keistimewaan dan sesuatu yang mencolok. Solomon dkk (Sharma & Shukla, 2009) menyatakan perilaku konsumtif yaitu, sebuah konsekuensi dari keinginan konsumen dalam menampilkan kekayaan. Sementara itu, Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja ataupun orang dewasa pada saat ini merupakan suatu realita yang ada. Menurut Afrizal (2012), seorang sosiolog, gaya hidup konsumtif mendorong seseorang untuk menginginkan sesuatu secara instan dan cepat.

Perilaku konsumtif remaja dapat terjadi karena usia remaja merupakan masa pencarian identitas. Monks (Cipto & Kuncoro, 2010), menetapkan usia remaja berkisar antara 12-21 tahun yang dibagi dalam tiga fase, yaitu 12-15 tahun sebagai remaja awal, 15-18 tahun sebagai remaja pertengahan dan 18-21 tahun sebagai remaja akhir, dan mahasiswa dapat dikatakan sebagai remaja akhir.

Mahasiswa yang berperilaku konsumtif mengalami perubahan pola hidup, dimana terdapat batas yang bias antara kebutuhan pokok dan kebutuhan tersier. Pola hidup mahasiswa yang berubah mengakibatkan mahasiswa tidak cermat dalam mengatur keuangan yaitu bukan berdasarkan skala prioritas, tetapi karena dipengaruhi oleh teman dan lingkungannya. Perilaku konsumtif mahasiswa ini didapatkan berdasarkan dari hasil wawancara sebagai berikut:

Subjek 1: (P, 21 tahun)

“Begini mba saya membeli smartphome terbaru karena teman-teman saya semuanya juga memakai smartphome, jadi saya juga ingin membeli smartphome biar sama kayak teman-teman saya, walaupun saya sudah mempunyai smartphome yang lama sebelumnya.”

Subjek 2 : (SY, 22 tahun)

“karena saya melihat teman saya membeli smartphome terbaru jadi saya ikut membeli juga mba, soalnya smartphome yang sekarang sudah pada canggih semua mba.”

Subjek 3 : (DS, 22 tahun)

“Awalnya dulu saya pakai hp biasa mba, terus ganti lagi pakai blackberry, lalu yang terakhir ya pakai smartphome yang sekarang ini mba soalnya orang-orang pada ganti gadget baru, apalagi teman-teman saya, malah mereka punya dua sampai tiga handphone, katanya sih ya yang satu buat komunikasi, yang satunya lagi buat donwload sosmed, atau games mba. Taukan mba anak zaman sekarang.”

Akibatnya, hal ini menimbulkan dilema, antara pemenuhan kebutuhan pokok yang pada kenyataannya lebih penting dengan pemenuhan kebutuhan gaya hidup untuk memenuhi simbol yang dapat diterima oleh lingkungan. Mahasiswa yang berasal dari keluarga yang mampu, dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya tidak akan menjadi masalah dalam perilaku konsumtif ini, namun lain halnya apabila orang tua mahasiswa tersebut berpenghasilan pas-pasan.

Sanaria (2006), dalam penelitiannya menyatakan bahwa kelompok biasanya terdiri dari beberapa individu. Kelompok memiliki karakteristik dan identitas sendiri yang berbeda dengan identitas masing-masing anggota kelompok. Maka individu yang menjadi bagian dari kelompok tersebut harus memperlihatkan perilaku, nilai, sikap dan pola lainnya yang sama dan bisa diidentifikasi sebagai faktor pembeda dari kelompok lainnya. Hal inilah yang disebut dengan konformitas.

Myers (2010), mengemukakan bahwa konformitas berarti perubahan perilaku pada individu sebagai akibat dari adanya tekanan kelompok. Konformitas bukan sekedar berperilaku seperti orang lain, namun juga dipengaruhi oleh bagaimana orang lain berperilaku. Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa konformitas adalah perubahan persepsi, opini dan perilaku individu berdasarkan informasi yang diberikan kelompok sehingga konsisten dengan norma kelompok dan dilakukan sebagai bentuk penyesuaian terhadap aturan kelompok karena adanya tekanan baik yang nyata maupun yang hanya dibayangkan dengan tujuan agar dapat diterima menjadi bagian dari kelompok tersebut.

Baron dan Branscombe (2012), menyatakan bahwa konformitas dipengaruhi oleh sejumlah faktor, yaitu *kohesivitas* (didefinisikan sebagai derajat ketertarikan individu terhadap kelompok), ukuran kelompok (jumlah anggota kelompok yang semakin besar akan mempengaruhi tinggi rendahnya konformitas dalam kelompok tersebut), norma deskriptif (norma yang hanya menggambarkan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu) dan norma injungtif (norma yang secara spesifik menetapkan perilaku apa yang diterima atau tidak dapat diterima pada situasi tertentu).

Konformitas pada mahasiswa umumnya terdiri atas keinginan untuk dilibatkan di dalam dunia teman sebaya, sama seperti teman-teman dan meluangkan waktu bersama. Kuatnya pengaruh kelompok teman sebaya sendiri karena remaja atau mahasiswa memiliki lebih banyak aktivitas diluar rumah bersama dengan teman-teman sebayanya.

Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif itu terjadi pada remaja atau mahasiswa dengan cara mereka mengikuti penampilan kelompok atau karena ingin diterima oleh kelompok lain, misalnya warna baju yang sama atau memiliki *smartphone* yang sama.

Hasil wawancara tersebut mengindikasikan bahwa, adanya unsur perilaku membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan dilakukan. Hal tersebut dilakukan semata-mata hanya untuk hubungan konformitas yang telah

dibentuk pada kelompoknya dan terdapat unsur yang menyebabkan seseorang menjadi boros atau dapat kita kenal dengan istilah perilaku konsumtif.

Pada dasarnya seseorang akan cenderung melakukan tindakan atau perilaku konformitas untuk meniru orang lain karena adanya faktor rasa takut apabila tidak diterima dalam suatu kelompok sehingga, seseorang pada dasarnya ingin memperoleh perhatian, atau menghindari adanya celaan dari kelompok. Celaan memberi pengaruh yang signifikan pada perilaku konformitas tersebut, karena pada dasarnya tidak ada seseorang yang menyukai celaan sehingga harus menghindar celaan.

Kecenderungan untuk melakukan konformitas tidak selalu hanya mengikuti pada hal-hal yang positif saja. Manusia juga dapat melakukan konformitas pada bentuk-bentuk perilaku negatif. Misalnya seks bebas, perilaku agresif remaja anggota geng motor, dan perkelahian atau tawuran antarpelajar.

Fenomena diatas menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya mempunyai peran dalam perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli *smartphone* terbaru. Namun tidak semua mahasiswa akhirnya mengikuti perilaku konsumtif temannya, karena ada kelompok yang bisa tetap jalan berdampingan meskipun yang lain menggunakan *smartphone* terbaru. Berdasarkan paparan dan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti Perilaku konsumtif mahasiswa fakultas psikologi unissula dalam membeli *smartphone* terbaru ditinjau dan konformitas.

Dari hasil penelitian Rochadi (2007), tentang hubungan antara konformitas dengan perilaku merokok pada mahasiswa menunjukkan bahwa konformitas mempengaruhi perilaku merokok pada remaja. Remaja menganggap bahwa merokok dilakukan saat bersama teman-temannya. (Sumarlin, 2009), pada remaja dilingkungan peminum alkohol menunjukkan faktor yang besar pengaruhnya pada perilaku konsumtif yang dilakukan remaja adalah pengaruh konformitas dalam kelompok. Kelompok bagi subjek sangat besar pengaruhnya, karena dari kelompoknya subjek mendapatkan dukungan dalam berbagai. Aryani (2006), yang berjudul hubungan antara

konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Negeri 1 Semarang menyimpulkan bahwa ada hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif.

Hasil dari penelitian terdahulu di atas mendukung dengan teori yang dikemukakan oleh Jalaludin (2004) mengatakan bahwa, bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Sedangkan Priede dan Ferrel (1995) mengatakan bahwa, kelompok referensi atau kelompok teman sebaya mempengaruhi keputusan pembelian bergantung pada sejauh mana individu tersebut berkonform dan terpengaruh oleh kelompok serta kekuatan keterlibatannya di dalam kelompok.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan pemaparan dari latar belakang permasalahan diatas yaitu, maka dapat dirumuskan secara singkat penelitian ini adalah : Apakah ada hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Psikologi Unissula dalam Membeli *Smartphone* Terbaru?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif dengan konformitas mahasiswa Fakultas Psikologi Unissula dalam membeli *smartphone* terbaru.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, peneliti mengharapkan agar dapat memberikan sumbangan terhadap penelitian di bidang psikologi khususnya psikologi konsumen dan psikologi sosial mengenai perilaku konsumtif dengan konformitas mahasiswa Fakultas Psikologi Unissula dalam membeli *smartphone* terbaru.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat sebagai pengetahuan dan berguna untuk memberikan informasi yang positif bagi seluruh masyarakat khususnya mahasiswa dalam memahami dan mengendalikan perilaku konsumtif, sehingga dapat mencegah meningkatnya perilaku konsumtif di tahap perkembangan berikutnya.