

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mahasiswa ialah seseorang pelajar yang tengah menempuh pembelajaran di akademi besar di perguruan, institut ataupun universitas baik negara ataupun swasta. Mahasiswa selaku “*agent of change*” dalam perihal ini mempunyai kedudukan yang diharapkan sanggup merubah kondisi suatu negara jadi lebih baik lagi kedepannya. Tetapi yang jadi tantangan pada saat ini yakni tidak seluruh individu mempunyai peluang yang sama dalam memperoleh pembelajaran. Hal ini salah satunya disebabkan oleh tingkat kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat di Indonesia yang rata-rata berada di kelas menengah-kebawah. Direktorat jendral pendidikan tinggi departemen pendidikan nasional pada tahun 2010 meluncurkan bantuan BIDIKMISI (Biaya Pendidikan Mahasiswa Miskin Berprestasi). Program ini memiliki tujuan yaitu memberikan bantuan berupa biaya pendidikan pada calon mahasiswa dari keluarga yang memiliki tingkat ekonommi yang rendah, namun calon mahasiswa juga memiliki kemampuan untuk berprestasi di bidang akademi, kurikuler maupun ekstrakurikuler (Sandra, 2017).

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian Nielsen dalam (Halim, 2008) pada tahun 2005 menyatakan bahwa 93% konsumen yang berkunjung ke mall adalah generasi Y, yang menganggap bahwa belanja di mall merupakan sebuah hiburan atau rekreasi. Gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa generasi Y untuk memamerkan kegiatan yang “kekinian” sehingga membuat mereka lebih percaya diri dalam bergaul. Fakta hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas Indonesia (Adzkiya, 2018) tahun 2012 menunjukkan mahasiswa memiliki minat untuk berbelanja dan memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif dibandingkan orang tua maupun pelajar SMA. Berdasarkan pada survei yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen menunjukkan bahwa adanya permintaan barang-barang mewah yang signifikan dari 3,6% menjadi 19% dengan subjek survei kalangan menengah kebawah (Adzkiya, 2018).

Mahasiswa bidikmisi adalah mahasiswa yang mendapatkan bantuan beasiswa penuh di tingkat perguruan tinggi selama delapan semester. Beasiswa bidikmisi diberikan khusus oleh kementerian pendidikan dan kebudayaan untuk calon mahasiswa yang memiliki keterbatasan perekonomian dan mempunyai kemampuan akademik yang baik untuk melanjutkan ke jenjang Universitas (Faozan, 2020). Beasiswa ini berupa beasiswa penuh selama delapan semester serta uang saku untuk *living cost* yang diberikan dalam jangka waktu enam bulan sekali sebesar Rp. 4.200.000. Hal ini membuat pemenuhan kebutuhan mahasiswa bidikmisi berbeda dengan mahasiswa pada umumnya. Mahasiswa bidikmisi dituntut untuk mampu mengelola keuangan secara mandiri. Akan tetapi pada kehidupan yang sebenarnya tidak jarang mahasiswa bidikmisi yang lepas kontrol dalam pengalokasian dana tersebut.

Mahasiswa bidikmisi lebih banyak menggunakan dana bidikmisi untuk membeli sesuatu yang bukan merupakan kebutuhan pokok melainkan digunakan untuk kebutuhan sekunder seperti membeli *gadget, fashion style*, kosmetik serta digunakan untuk melakukan hal-hal yang bersifat kesenangan pribadi atau dalam kata lain digunakan sebagai pemenuhan perilaku konsumtif (Rohman & Mintarti, 2018). Hal ini dirasa tidak sesuai dengan pengalokasian dana yang seharusnya dimana mahasiswa Bidikmisi memiliki tanggung jawab untuk fokus dalam belajar bukan menyibukkan diri dengan berlomba-lomba untuk memamerkan barang yang dimilikinya atas dasar pemuasan keinginan semata. Berkembangnya perilaku konsumtif pada setiap individu tanpa memandang perbandingan gender, baik pria ataupun wanita mempunyai pola yang sama dalam sikap konsumtif (Gumulya & Widiastuti, 2013). Motif timbulnya perilaku konsumtif pada mahasiswa bidikmisi didasarkan atas pergaulan teman-teman sebayanya, kebutuhan untuk dianggap oleh lingkungan pertemanannya, tampil menarik dihadapan khalayak umum serta kebutuhan memiliki barang-barang yang bermerk. Hal ini didasarkan pada hasil wawancara dengan tiga mahasiswa bidikmisi Universitas Islam Sultan Agung.

Berdasarkan hasil wawancara 1 dengan subjek yang berinisial R dengan usia 20 tahun mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi angkatan 2019 Fakultas

Teknologi Industri Prodi Teknik Elektro Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

“biasanya habis pencairan dana bidikmisi ya buat biaya selama kuliah, makan, pulsa, bensin dan bayar kosan. Sebenarnya ngga cukup, tapi ya harus dicukup-cukupin. Untuk kebutuhan tas, sepatu dan lainnya biasanya aku beli dua sih jadi satu bisa dibuat main dan satu lagi buat kuliah. Pasti cari yang bagus sekalian biar awet. Kadang belinya lewat aplikasi Shopee kadang juga di toko. Lebih sering pake diskon dan terkadang karna ada dikson-diskon gitu akhirnya jadi kalap deh. Kalo pertimbangan buat beli pastinya kualitas ya selain itu merk (biasanya kalo sepatu merk adidas) dan buat beberapa produk ya cari yang keluaran terbaru (semisal hp readmi) cari tipe yang terbaru. Biasanya kalo udah beli sesuatu yang diinginkan itu kayak ada kepuasan gitu dan makin percaya diri kalo dipake.”

Wawancara ke 2 dengan subjek yang berinisial S mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi angkatan 2020 Fakultas Agama Islam Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

“setelah masa pencairan dana saya gunakan untuk membeli hal-hal yang saya butuhkan seperti hp, tas, sepatu dan kemeja untuk kuliah maupun untuk kegiatan sosial. Antara cukup dan tidak, merasa cukup karena dialokasikan untuk kebutuhan-kebutuhan pokok saya, merasa tidak cukup karena terkadang saya boros dan kelepasan saat melihat di toko-toko sepatu maupun baju sedang ada diskon besar-besaran.”

Wawancara ke 3 subjek I mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi dengan usia 21 tahun angkatan 2017 Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung

“ya pertama yang dijadikan pertimbangan buat beli itu merasa butuh, ya meskipun bagi orang lain ngerasanya ngga dibutuhkan. Contoh aku punya lipstik tapi warnanya pucet dibibirku ya aku beli lagi satu yang warna merah biar pas dipake ngga pucet dan aku keliatan ngga kumel, ya pantes gitu buat dilihat sama orang lain. Iya sering ngelihat barang punya temen itu bagus dan aku suka, entah itu hp ataupun lipstik dan yang lainnya. Awal-awal sih kayak cuman pengen-pengen aja dan cenderung menghiraukan tapi lama kelamaan pada akhirnya aku beli juga”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mahasiswa Penerima Bantuan Beasiswa Bidikmisi dapat disimpulkan bahwa, subjek memiliki kebutuhan untuk tampil percaya diri serta adanya rasa puas saat menggunakan produk yang bermerk

dan memiliki kualitas yang bagus. Subjek juga memiliki ketertarikan untuk membeli produk saat ada diskon. Subjek juga merasa dirinya terkadang boros dan lepas kontrol dalam pengalokasian dana bidikmisi. Subjek juga memiliki kebutuhan untuk diakui oleh teman sebayanya serta kebutuhan untuk menjadi pusat perhatian di khalayak umum. Berdasarkan hasil dari jawaban subjek hal ini erat kaitannya dengan adanya perilaku konsumtif. Pernyataan tersebut diperkuat oleh (Mangkunegara, 2002) jika perilaku konsumtif adalah tindakan individu, kelompok ataupun organisasi lakukan dalam hal proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang ataupun jasa yang ekonomis sebab adanya pengaruh dari lingkungan. Pernyataan ini juga dibuktikan dengan hasil dari penelitian Mariyanti pada tahun 2014 yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif ialah melakukan pembelian berupa barang ataupun jasa yang bukan dikarena kebutuhan, akan tetapi dikarenakan timbulnya keinginan semata atau sekedar memenuhi kepuasan (Anggreini & Mariyanti, 2014). Berdasarkan penjelasan diatas peneliti ingin mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi di Universitas Islam Sultan Agung.

Mahasiswa bidikmisi memiliki latarbelakang sosial ekonomi yang rendah sehingga diharapkan mahasiswa mampu menggunakan dana tersebut secara bijaksana dan mandiri. Setiap mahasiswa bidikmisi memiliki tingkat perilaku konsumtif yang berbeda-beda, dimana sebagian mahasiswa menggunakannya untuk kebutuhan pokok sehari-hari, *kost*, pemenuhan kebutuhan perkuliahan serta menyisihkannya untuk ditabung dan digunakan dimasa yang akan datang dan pada sebagian lainnya digunakan untuk guna pemenuhan kebutuhan *tersier* seperti berbelanja pakaian *branded*, membeli gadget, pergi berlibur dan lain sebagainya (Rohman & Mintarti, 2018). Pemberian dana beasiswa bidikmisi yang cukup besar akan menambah pendapatan mahasiswa sehingga hal ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif pada mahasiswa bidikmisi.

Menurut Lubis (Sumartono, 2002) perilaku konsumtif yaitu suatu tindakan yang menghiraukan adanya pertimbangan yang masuk akal, akan tetapi mengutamakan pertimbangan berdasarkan keinginan yang tidak masuk akal.

Seseorang berperilaku konsumtif akan membeli suatu barang diluar kebutuhan yang mendasar (*need*) melainkan pembelian hanya berdasarkan keinginan (*want*) (Fitriyani et al., 2013). Perilaku konsumtif menurut Veblen (2003) yaitu perilaku seseorang untuk membeli barang yang memiliki nilai jual yang tinggi sebagai bentuk kemewahan dalam status sosial, tanpa adanya pemenuhan kebutuhan yang seharusnya. Menurut Belk, Eastman dkk (Shukla dan Sharman, 2009) menyatakan bahwa perilaku konsumtif ialah kegiatan yang dilakukan individu dalam pemenuhan barang dan jasa sebagai upaya untuk meningkatkan status sosial dan gengsi dengan menghiraukan status ekonomi yang dimiliki (Suminar & Meiyuntari, 2013).

Fenomena konsumtif yang terjadi saat ini tidak memandang jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Baik remaja, dewasa hingga orang tua memiliki kecenderungan yang sama, akan tetapi dalam beberapa penelitian melaporkan bahwa remaja memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Wagner yang mengemukakan bahwa keinginan seseorang dimasa remaja yaitu adanya kebutuhan untuk diakui kehadirannya oleh lingkungan sosialnya, maka timbulnya perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja merupakan bagian dari adanya rasa ingin diterima dan diakui oleh lingkungan sekitarnya. Remaja dianggap berperilaku konsumtif dikarenakan sebagian dari mereka tidak atau belum memiliki pemasukan secara mandiri, dalam hal ini remaja mendapatkan uang saku dari orang tua akan tetapi remaja memiliki pengeluaran yang cukup besar (Wagner, 2009). Berbagai macam cara akan dilakukan oleh seorang remaja sebagai bentuk kepuasan akan pemenuhan keinginan remaja untuk berbelanja. Jawa Pos melakukan survei pada 1074 responden yang merupakan seorang pelajar serta memiliki domisili di Jakarta dan Surabaya mendapatkan hasil bahwa 20,9% siswa mengakui bahwa responden pernah menyalahgunakan uang spp untuk dibelikan barang yang sudah diincar maupun digunakan untuk berfoya-foya (Sihotang, 2009).

Menurut Mangkunegara (2009) terdapat banyak faktor yang dapat memberikan pengaruh perilaku konsumtif pada individu, antara lain; faktor psikologis dan faktor sosial budaya. Faktor psikologis meliputi faktor kepribadian,

konsep diri, sikap, keyakinan dan pengalaman belajar. Faktor-faktor sosial budaya yaitu faktor keluarga, kelas sosial, budaya, dan kelompok acuan. Salah satu dari faktor psikologis yaitu kepribadian merupakan suatu bentuk sifat yang dimiliki seseorang untuk menentukan reaksi individu terhadap lingkungan (Setiadi, 2018). Faktor kepribadian timbul akibat pengaruh dari faktor keturunan dan lingkungan yang melekat pada diri individu. Dalam faktor kepribadian terdapat komponen kepercayaan diri yang mempengaruhi perilaku konsumtif seorang individu. Menurut Tina Alfiatin dan Sri Mulyani, kepercayaan diri adalah komponen dari kepribadian manusia yang memiliki peran penting dalam memaksimalkan kemampuan yang dimiliki individu itu sendiri. Tina Alfiatin dan Sri Mulyani juga menggambarkan bahwa kriteria seseorang yang memiliki kemampuan kepercayaan diri yaitu individu dengan rasa keyakinan terhadap setiap tingkah laku yang dimilikinya, merasa mendapat penerimaan dari kelompoknya, mampu percaya diri dalam lingkungan sosial, terbuka dan terus terang, yakin terhadap tindakan yang dilakukannya, mampu menghadapi tantangan dan mampu mengungkapkan gagasan atau pilihannya (Asri, 2017).

Kepercayaan diri ialah ketentuan yang melekat dalam diri seseorang guna meningkatkan kegiatan serta perilaku kreatif sebagai suatu usaha dalam meraih prestasi (Syam & Amri, 2017). Akan tetapi perasaan inferior tidak dapat muncul dengan sendirinya. Kepercayaan diri merupakan salah satu dari komponen karakter dalam kehidupan manusia yang mampu membantu merealisasikan kemampuan yang individu miliki. Menurut Anthony, kepercayaan diri merupakan sikap yang dimiliki seseorang untuk sehingga mampu untuk menerima keyakinan, meningkatkan kesadaran, memiliki pikiran yang positif, mandiri dan yakin mampu merealisasikan sesuatu yang diharapkan (Ghufron & Riswanita, 2012). Kepercayaan diri tidak timbul begitu saja melainkan muncul dan berkembang melalui proses interaksi di lingkungan sosial yang sehat, tumbuh seiring dengan proses-proses yang terjadi dalam diri individu serta berlangsung secara terus-menerus dan saling berkaitan (Syam & Amri, 2017).

Menurut Lauster (2003) kepercayaan diri merupakan perilaku serta keyakinan terkait kecakapan yang individu miliki sehingga tidak merasa khawatir

dalam menetapkan suatu tindakan, mampu bertindak dalam segala hal sesuai dengan keinginan sehingga merasa bebas dan bertanggungjawab atas tindakan yang dilakukan, melakukan interaksi yang sopan dengan orang lain, mampu mengenal lebih dekat dengan diri sendiri dan memiliki bakat untuk berprestasi. Kemampuan percaya diri yang dimiliki oleh individu terbentuk melalui proses belajar untuk memberikan respon pada berbagai stimulus dari luar dirinya dengan melakukan interaksi terhadap lingkungannya (Syam & Amri, 2017). Kepercayaan diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya lainnya yaitu: 1). Perubahan fisik 2). Lingkungan teman sebaya 3). Hubungan keluarga 4). Reaksi lingkungan (Asri, 2017). Kepercayaan diri memiliki peran penting terhadap perilaku konsumtif yang dimiliki oleh mahasiswa. Dampak psikologis bagi seorang individu yang tidak mampu membeli segala keinginannya dalam hal ini tidak mampu memenuhi perilaku konsumtifnya maka individu akan merasa rendah diri serta kepercayaan diri yang dimilikinya menurun (Murbani, 2010). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Dunning, 2007) menyatakan bahwa konsumen cenderung melakukan pembelian barang tidak atas dasar kebutuhan melainkan untuk menunjang tampilan agar lebih percaya diri, sehingga individu dengan kepercayaan diri yang rendah maka perilaku konsumtif yang dimiliki individu akan semakin meningkat.

Faktor sosial budaya yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor kelompok acuan atau sering disebut juga sebagai kelompok acuan yaitu sekelompok individu yang saling mempengaruhi dalam berpendapat, aturan hingga sikap dan perilaku berbelanja. Perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh kelompok acuan yakni menetapkan produk serta merk yang akan digunakan sesuai dengan kesepakatan kelompok. Kelompok yang dimiliki oleh individu mencakup seluruh anggota kelompok serta mampu memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung atas pendirian dan tingkah laku individu (Setiadi, 2018). Seorang individu akan selalu mencoba untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sebagai suatu mempertahankan hidupnya. Cara yang paling mudah untuk ditempuh seseorang yaitu berperilaku yang sesuai dan diterima secara sosial. Menurut (Wiggins et al., 1994) tindakan dikategorikan sebagai konformitas apabila

individu cenderung mengikuti keinginan dan aturan yang ditetapkan oleh kelompok. Konformitas merupakan gugatan yang tidak dinyatakan secara tertulis dari kelompok teman sebaya dan ditujukan pada tiap anggota akan tetapi memiliki pengaruh yang besar sehingga mampu menyebabkan perilaku tertentu pada anggota kelompok (Fitriyani et al., 2013).

Konformitas menurut (Sarwono, 2002) merupakan tindakan seseorang agar selalu sesuai dengan aturan-aturan yang ditetapkan oleh kelompoknya, sehingga menyebabkan seseorang harus berperilaku sama dengan teman kelompoknya. Dalam kehidupan berkelompok tentunya mampu memberikan kontribusi yang positif maupun negatif pada remaja, sehingga hal ini mampu mempengaruhi pola perilaku konsumsi pada remaja (Santrock, 2007). Konformitas kelompok ialah tingkah laku seseorang dengan menirukan sikap serta perilaku orang lain didasarkan pada desakan yang diperolehnya (baik diperoleh secara langsung maupun bayangan semata). Menurut Sears (1991) konformitas muncul bila individu menunjukkan tingkah laku yang dihasilkan dari perilaku yang dilakukan orang lain. Sehingga semakin individu berperilaku sesuai dengan kelompoknya maka tingkat konformitasnya semakin meningkat dan sebaliknya, apabila perilaku individu semakin tidak sesuai dengan kelompoknya maka individu tersebut dianggap memiliki konformitas yang rendah terhadap kelompoknya (Indrayana & Hendrati, 2013). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kusuma & Afdiah, 2012) mahasiswa melakukan perilaku konsumtif guna menunjang penampilan dirinya dengan begitu mahasiswa merasa lebih dihargai dan dihormati oleh lingkungan sekitar serta dapat diterima oleh lingkungan pertemanan yang diinginkannya, sehingga secara tidak langsung individu berusaha berpenampilan sesuai dengan kelompok teman sebayanya baik dalam hal bertindak, bergaya maupun berpakaian agar terhindar dari celaan ataupun keterasingan.

Berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan beberapa mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi Universitas Islam Sultan Agung maka dapat disimpulkan bahwa subjek berpenampilan menarik dikarenakan ingin terlihat lebih percaya diri dihadapan khalayak umum dan terkesan tidak ketinggalan modis dengan teman-teman sebayanya. Mahasiswa

memiliki rasa ingin dianggap eksistensinya dalam lingkungan sosialnya dan berusaha menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian Sriatmini (2009) yang memaparkan jika remaja yang tinggal di Malang merasa malu dan menurunkan harga diri jika tidak membeli produk bermerk serta merasa dihiraukan oleh teman-temannya, sekalipun tidak mempunyai uang responden akan tetap membelinya dengan berbagai cara yang tidak wajar (Fitriyani et al., 2013). Berdasarkan hasil eksperimen yang dilakukan oleh Solomon Asch yang menunjukkan bahwa individu lebih condong untuk bertindak konformitas, menirukan persepsi orang lain ditengah tekanan kelompok yang didapatkan. Bila ditelusuri secara mendalam, keseharian mahasiswa dipenuhi dengan kegalauan, yakni disebabkan mahasiswa mendapatkan tekanan kelompok sehingga dapat mempengaruhi tindakan seseorang agar sesuai dengan kelompoknya.

Orisinalitas pada penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian sebelumnya yaitu adanya perbedaan pada variabel bebas yang peneliti gunakan. Penelitian ini menggunakan Kepercayaan Diri sebagai variabel bebas. Selain itu teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu *Cluster Random Sampling* hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya serta terdapat perbedaan pada subjek penelitian, dimana dalam penelitian ini menggunakan subjek mahasiswa bidikmisi Universitas Islam Sultan Agung.

Berdasarkan pengertian beberapa ahli maka dapat ditarik kesimpulan jika mahasiswa dalam hal ini tergolong pada usia remaja yang merupakan masa-masa pencarian jati diri, yang mana kelompok teman sebaya menjadi role model utama yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seorang remaja. Dalam hal ini perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja dilakukan sebagai bentuk upaya untuk menyokong tampilan diri agar terlihat lebih percaya diri di depan khalayak umum. Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dan Konformitas Kelompok Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Sultan Agung”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas sehingga didapatkan suatu rumusan masalah dalam penelitian, yakni apakah terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa bidikmisi Universitas Islam Sultan Agung Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bahwa terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
Harapan peneliti dengan adanya penelitian ini yakni mampu berkontribusi dalam memberikan suatu pemahaman, pengetahuan maupun jawaban mengenai hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Manfaat praktis
Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pembaca sehingga dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran atau ilmu tambahan dan digunakan serta di implementasikan kepada lingkungan sosial.