

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah salah satu makhluk sangat luar biasa yang mampu hidup di bumi, jika ada milyaran manusia hidup di planet ini maka akan ada milyaran jenis pikiran, kepribadian dan watak yang berbeda. Dengan perbedaan-perbedaan yang ada ini membuat manusia sebagai makhluk luar biasa yang menghuni planet ini. Manusia dapat dikelompokkan berdasarkan persamaan-persamaan yang mereka miliki seperti jenis kelamin, agama serta kebudayaan yang mereka miliki. Tidak hanya itu, masih banyak lagi pengelompokan lainnya seperti berdasarkan ciri-ciri fisik (kulit, jenis rambut, warna mata serta postur tubuh) selain itu juga berdasarkan psikologis atau perilakunya dan jenjang pendidikan serta masih banyak lagi penggolongan lainnya.

Siswa merupakan pengelompokan manusia dalam jenjang pendidikan yang sedang menempuh pendidikan di sebuah sekolah. Gaya hidup siswa saat ini menunjukkan gaya hidup modern yang digambarkan dengan tampilan fisik seperti gaya rambut atau model jilbab, baju, celana atau rok serta sepatu yang digunakan. Diera modernisasi seperti saat ini perilaku konsumtif banyak melanda masyarakat. Kebiasaan gaya hidup saat ini sangat cepat berubah dari waktu-kewaktu yang cenderung membawa seseorang ke perilaku konsumtif misalnya dalam berpakaian, seseorang dipaksa mengeluarkan biaya tinggi untuk memenuhi keharusan mengikuti *trend fashion* yang bukan semata untuk pemenuhan kebutuhan tetapi lebih mengarah ketuntutan keinginan.

Siswa juga merupakan pangsa pasar dalam pemasaran produk karena siswa berada pada fase remaja yang merupakan fase dimana mereka sangat mudah untuk dipengaruhi. Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Sitorus tahun 2013 mengungkapkan yaitu remaja merupakan kelompok usia yang mengarah pada perilaku konsumsi berlebihan, karena kelompok usia remaja memiliki rasa keinginan yang besar sehingga mendorong remaja untuk mencoba hal baru. Tahapan usia pada remaja dibagi menjadi 3 yaitu masa remaja awal (13-15 tahun), masa

remaja tengah atau madya (15-17 tahun) dan remaja akhir (17-21 tahun), (Chita, David, Pali, 2015). Pada fase remaja dalam hal ini adalah siswa, pemilihan teman, aktivitas dan terutama penampilan menjadi hal yang menjadi sangat penting dalam kehidupan keseharian siswa. Biasanya siswa menunjukkan sikap keingin tahuan yang tinggi sehingga mencari informasi dari iklan atau teman untuk memiliki penampilan yang menarik. Akibatnya yaitu banyak siswa yang terpengaruh dan terikat dalam perilaku konsumsi berlebihan.

Gunarso (Rumini & Sundari, 2004), sebagai pedoman umur remaja dapat menggunakan batasan usia 12 samapai 22 tahun. Atas dasar pandangan tersebut siswa dapat digolongkan remaja. Remaja akan berpikir tentang karakter ideal diri mereka sendiri dan orang lain kemudian membandingkan diri mereka dengan ukuran ideal orang lain (Santrock, 2001). Dalam usia remaja, pilihan akan konsumsi sangat ditentukan aktivitas yang dianutnya, teman serta penampilan generasi itu (Kasali, 2001).

Perilaku Konsumtif sering kali dikaitkan dengan pola konsumsi yang dilakukan konsumen dalam penggunaan barang dan jasa yang berlebihan. Konsumsi secara berlebihan ini menurut (Veblen, 1994) mengacu pada perilaku konsumen yang membeli barang mahal untuk menunjukkan status sosial dan kekayaan, tidak untuk pemenuhan kebutuhan yang sebenarnya. Definisi Veblen ini lebih dikenal dengan istilah *conspicuous consumption* atau konsumsi yang berlebihan. Karakter ini yang membuat remaja menjadi mangsa pasar produk dalam memasarkan produk. beberapa barang yang disukai masyarakat, khusus remaja pada saat ini yaitu pakaian yang “Kekinian” atau yang menjadi trend dengan gaya unik dan produksi yang tidak banyak atau terbatas, Handphone (Hp) yang spesifikasi terbaik dan terbaru.

Perilaku konsumtif yang melanda masyarakat saat ini tidak hanya di Indonesia, perilaku konsumtif saat ini bersifat global. Pada saat ini,apa yang menjadi trend akan dianut oleh masyarakat global. Misalnya trend fashion korea yang sempat menjadi sorotan beberapa tahun terakhir menjadi gaya yang didewakan oleh masyarakat khususnya remaja. Kecanggihan *smartphone* selalu ingin diikuti oleh masyarakat khususnya siswa, yang juga mempengaruhi

kemajuan teknologi yang menjadi sarana para pelaku konsumtif untuk mengakses informasi trend fashion. Pola konsumsi di Indonesia bisa dikatakan sudah mencapai titik yang mengesankan dan tidak ada batasnya lagi. Ini bisa dilihat dari maraknya produsen yang mengiklankan produk dengan tampilan yang bervariasi di berbagai media. Tidak ketinggalan juga maraknya toko-toko di sepanjang jalan yang memajang produk-produk yang mengikuti perkembangan jaman.

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang cenderung untuk melakukan konsumsi berdasarkan keinginan bukan atas kebutuhan sehingga menimbulkan perilaku konsumsi tanpa batas. Manusia lebih mengutamakan faktor emosinya dari pada tindakan yang sesuai atau lebih mengutamakan keinginan dari pada apa yang dibutuhkannya (Ancok, 2004). Manusia cenderung mengkonsumsi sesuatu semata-mata untuk memenuhi keinginan mereka walaupun sesungguhnya mereka tidak membutuhkannya. Pertanyaan yang dapat diarahkan kepada konsumen yang akan membeli sesuatu adalah apakah ia membeli hanya untuk memenuhi kebutuhan atau semata untuk memenuhi keinginan. (fromm & Eric, 2008) juga menggambarkan perilaku konsumtif sebagai keinginan membeli yang terus meningkat untuk memperoleh kepuasan dalam hal kepemilikan tanpa memperdulikan kegunaan, hanya berdasarkan keinginan membeli dengan tujuan untuk menunjukkan status, kekayaan, keistimewaan dan sesuatu yang mencolok.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti Pada siswa yang berinisial NH (28 Juli 2017) diperoleh informasi sebagai berikut:

“Saya biasanya belanja diMall, saya dan teman-teman memilih Mall untuk tempat main sepulang sekolah, seminggu bisa setiap hari kecuali weekend karena biasanya weekend ngumpul bareng keluarga, setiap kemall kita pasti menyempatkan membeli pakaian dan nongrong buat foto-foto. Saya dan teman-teman biasanya belanja pakaian aja sih.Yaa bisa dikatakan pasti,karena abis dari mall yaa masa gak bawa belanjaan”.

Selanjutnya wawancara juga dilakukan dengan salah satu siswa yang bernama AS, (28 Juli 2017), hasil wawancara diperoleh sebagai berikut :

“Saya sangat suka dengan sepatu,saya suka koleksi aja sih biar ada buat ganti-ganti gitu kesekolah, walaupun warnanya sama tapi kan setidaknya modelnya beda. Merasa nyaman dan jadi lebih percaya diri aja kalau sekolah dengan

tampilan yang gak gitu-gitu aja, saya lebih memilih sepatu ori dari pada kw soale menurut saya itu sangat beda, kan malu juga kalau ketahuan pake sepatu kw. Untuk uang buat belinya biasanya yaah gimana yah, kalo minta duit terus buat beli gitu mesti gak dibolehin jadi biasanya sedikit maksa orang tua, hehehe”.

Kemudian wawancara dengan siswi bernama ED, (30 maret 2017) diperoleh hasil :

“Saya orangnya emang suka shopping biar tidak ketinggalan jaman gitu, shopping dan jalan-jalan biar bisa update disosmed hehehe. Belanjanya selain pakaian saya paling suka parfum atau kosmetik-kosmetik gitu namanya juga perempuanankan penampilan itu aset utama mas. Untuk kosmetik sangat-sangat sering seminggu bisa 3-4 kali, selain belanja pakaian yang wajib itu kosmetik. kalau uangnya sendiri masih dari orang tua kan saya masih sekolah mas”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa siswa cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang dipengaruhi faktor internal dan eksternal, Seperti konsep diri dan konformitas. Siswa melakukan pembelian berdasarkan keinginannya bukan atas dasar kebutuhan yang menunjukkan perilaku konsumtif pada siswa. Perilaku konsumtif pada siswa dalam hal ini yaitu pemenuhan keinginan untuk tetap *up to date*, dengan kata lain tidak ingin ketinggalan jaman dan keinginan untuk menjaga gengsi serta status sosial. Fenomena sosial yang terjadi dikalangan siswa ini juga menimbulkan penyimpangan perilaku, dimana penyimpangan yang dimaksud ini adalah bagaimana cara siswa memperoleh uang untuk pemenuhan keinginannya tersebut. Tindakan yang dilakukan siswa yaitu dengan banyak berbohong, marah bahkan menangis untuk mendapatkan uang guna pemenuhan hasrat konsumtif pada siswa. Menurut Loudon dan Bitta (dalam Agustia, 2012) remaja merupakan contoh yang paling mudah terpengaruh perilaku konsumtif, mempunyai orientasi kuat untuk menggunakan suatu produk dan tidak berpikir hemat.

Kotler (Cahyanti, 2008), perilaku konsumtif terbentuk karena dipengaruhi beberapa faktor, yaitu: usia dan tahap dalam urutan kehidupan, pekerjaan dan situasi prekonomian, gaya hidup, kepribadian, konsep diri, motivasi, persepsi, belajar, sikap, keyakinan, sub-kultur, budaya, keluarga, kelas sosial, teman dan kolega, opinion leader, kelompok referensi, opinion leader serta peran dan status.

Kotler (2005) menyebutkan bahwa salah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu konsep diri yang merupakan bawaan psikologis manusia yang biasanya digambar dengan menggunakan ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, kehormatan, kemampuan sosialisasi, serta kontrol diri. Lebih jauh Rakhmat (2003), mengatakan bahwa konsep diri merupakan cara individu memandang atau melakukan penilaian pada dirinya sendiri. Konsep diri positif berarti bahwa bagaimana individu memahami kelebihan serta kekurangannya. Konsep diri mencakup harga diri dan gambaran diri individu terhadap dirinya sendiri. Hal ini juga membuat produsen menjadikan kondisi psikologis konsumen menjadi pertimbangan dalam memasarkan suatu produk. Hal ini membuat remaja lebih mudah terpengaruh karena pertimbangan yang kurang matang menjadi pangsa pasar para produsen.

Sarwono (2005) mengatakan bahwa konformitas merupakan perilaku meniru orang lain yang muncul dengan sendirinya. Lebih jauh Baron dan Bryne (2005) mengungkapkan ciri-ciri konformitas yaitu kesepakatan, kepatuhan, indroktinasi dan norma sosial. Pada saat seseorang masuk kedalam sebuah kelompok sosial maka akan mengalami kecenderungan yang kuat akan melakukan hal untuk sama dengan kelompok tersebut. Menurut Kartono (Haryani dan Herwanto, 2015) konformitas diartikan sebagai *adjustment* (Penyesuaian diri), disini diartian bahwa konformitas adalah cocok, pas, sesuai dengan norma sosial dalam kehidupan masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Artledia (2009) mengungkapkan bahwa konformitas merupakan salah satu faktor psikologis yang mendorong seseorang melakukan pembelian. Semakin tinggi tingkat konformitas mahasiswi dengan kelompoknya, maka akan semakin mudah terpengaruh perilaku konsumtif. Lebih jauh penelitian yang dilakukan Wardhani (2009) menjelaskan bahwa keinginan ingin disukai oleh orang lain, serta takut akan ditolak, menyebabkan mahasiswi menggunakan apa yang digunakan oleh kelompoknya.

Kuatnya pengaruh kondisi psikologis dan juga pengaruh lingkungan membuat remaja menjadi rentan menjadi konsumen *holic* dikarenakan pada usia ini remaja sangat banyak melakukan aktifitas sosial diluar rumah, seperti dengan

teman atau komunitasnya. Maka dapat dimengerti ketika remaja yang mengalami ini mudah menunjukkan perilaku konsumtif demi menunjang penampilannya untuk mendapatkan apresiasi dari lingkungan sosialnya, hal ini juga ditunjukkan (Anin, Rasimin, & Atamini, 2008) bahwa pola konsumsi remaja terhadap suatu produk berdasarkan apa yang dirasakan dan emosi yang mendorong keinginan untuk diterima kelompok dengan penampilan.

Fenomena ini menjadi menarik untuk diungkap peneliti, melihat perilaku konsumtif saat ini banyak melanda masyarakat khususnya remaja yang mudah terpengaruh dan secara finansial masih bergantung terhadap orang tua untuk memenuhi kebutuhannya. Selain itu fenomena perilaku konsumtif sangat dekat dengan kehidupan siswa disekolah melihat beranekaragam kehidupan sosial dan budaya untuk bersosialisasi agar mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Hal ini juga diungkapkan Hurlock (1997), bahwa remaja cenderung memiliki ketertarikan yang kuat terhadap penampilan atau fashion. Glok (laundon dan Bitta 1984) menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditentukan sikap yang mudah terpengaruh.

Sejatinya konsep diri merupakan keadaan psikologis bawaan yang dimiliki setiap individu dan konformitas merupakan penyesuaian diri individu dengan kelompok sosialnya namun apabila konsep diri dan konformitas menjadi pendorong perilaku konsumtif menjadi sangat menarik untuk dilakukan penelitian menurut peneliti. Fenomena perilaku konsumtif dimasyarakat dan khususnya siswa menunjukkan bahwa perilaku konsumsi berlebihan dipengaruhi faktor eksternal dan internal. Perilaku konsumtif saat ini bahkan tidak hanya diperkotaan, hal ini karena didukung dengan kemajuan teknologi saat ini yang memudahkan seluruh masyarakat baik itu diperkotaan maupun dipelosok mudah memperoleh informasi atau mengetahui mengenai suatu produk.

Berdasarkan uraian diatas dapat dipertanyakan apakah perilaku konsumtif pada siswa dipengaruhi oleh faktor konsep diri dan konformitas. Berdasarkan uraian dari teori-teori yang ada, hasil wawancara dan fenomena yang ada saat ini, maka peneliti ingin mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada siswa.

B. Perumusan Masalah

Berlandaskan kerangka permasalahan yang telah diuraikan lalu dapat diperoleh perumusan kasus dalam riset ini yaitu adakah hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswa.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan demi melihat apakah ada hubungan konsep diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswa, serta untuk pengembangan pengetahuan ilmu psikologi agar dapat diaplikasikan untuk kemajuan bersama. Dalam penelitian ini peneliti mengharapkan dengan banyaknya pengetahuan tentang perilaku konsumtif dapat membantu dalam fenomena perilaku konsumtif yang perlu diperbaiki.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Di inginkan agar riset ini dapat menambah reverensi ilmu pengetahuan psikologi untuk kemajuan ilmu pengetahuan psikologi terutama psikologi sosial, psikologi industri, psikologi konsumen serta psikologi perkembangan.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk siswa

Hasil riset ini diinginkan dapat menurunkan perilaku konsumtif pada siswa. Serta diiharapkan dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan konsep diri siswa serta konformitas yang positif dilingkungan sekolah.

b. Untuk Peneliti Lain

Hasil dari riset ini diharapkan bisa menjadi referensi dalam bidang psikologi industri mengenai hubungan konsep diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif dan juga dalam kajian tentang perilaku konsumen.