

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pola hidup tiap masyarakat kerap berubah, masyarakat lebih cenderung memilih gaya hidup yang mencontoh tren mode terkini, terutama terjadi pada usia remaja. Remaja sangat mudah terpengaruh untuk mengikuti perkembangan tren mode sekarang ini. Hal ini pun terjadi pada perkembangan dunia motor otomotif di Indonesia semakin pesat, terlihat dari banyak dikeluarkan merek-merek baru oleh perusahaan otomotif dunia baik kendaraan roda dua ataupun kendaraan roda empat dengan penjualan yang semakin meningkat.

Banyaknya jumlah kendaraan bermotor yang semakin meningkat dengan berbagai merek dagang, membuat pangsa pasar seakan-akan berlomba-lomba untuk memiliki yang terbaik dan sesuai dengan kebutuhan individu. Pangsa pasar yang semakin berkembang ini membuat konsumen selaku pemakai juga menciptakan tren tersendiri yaitu adanya club-club motor yang berdiri atas dasar persamaan jenis kendaraan maupun kebutuhan akan informasi tentang sepeda motor itu sendiri. Kebanyakan konsumen berasal dari kalangan anak muda yang ingin berpenampilan beda. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya data tentang berbagai macam *club motor*. Salah satu kegiatan yang sekarang ini terjadi adalah memodifikasi motor. Hasil wawancara yang peneliti lakukan ada beberapa nama club motor dan jumlah anggota dalam club motor. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1
Data Club Motor

No	Nama Club	Jumlah Anggota	Berdiri
1.	Yamaha Vixion Club Chapter Demak	34 orang	2010
2.	Honda Megapro Club Chapter Demak	30 orang	2011
3.	Custom Classic Bike	50 orang	2013
4.	Vario Riders Club Demak	50 orang	2013
5.	Byson Club Demak	48 orang	2011
6.	Xaber Club Indonesia	52 orang	2016

Fakta menunjukkan banyaknya sepeda motor yang sebelumnya motor standar pengeluaran barudari pabrik yang secara spesifikasi teknis dan desain yang sudah memenhi standart keamanan dan kenyamanan untuk digunakan sehari-hari, tetapi sekarang ini banyak anak muda yang mengubah motornya atau memodifikasi motor. Para pelaku modifikasi motor beranggapan bahwa memodifikasi motor merupakan suatu ajang penunjukkan jati diri untuk meningkatkan harga diri. Selain itu, anak muda tidak memperdulikan seberapa besar biaya yang sudah dikeluarkan untuk memodifikasi motornya. Adanya jenis dan tipe kendaraan sepeda motor roda dua yang beredar, banyak pengendara yang memodifikais motornya dengan tujuan agar terlihat “berbeda” dibandingkan dengan motor yang baru keluaran dari pabrik atau standar. Ada beberapa macam model untuk memofikasi motor, seperti : *Vintage Bike, Jap Style Bike, Chopper Bike, Supermoto, Trail Bike, Sport Full Fairing, dll.*

Pada umumnya sepeda motor diciptakan untuk kebutuhan alat transportasi masyarakat supaya memudahkan perjalanan dari tempat satu ke tempat lainnya yang akan di tuju agar cepat dan mudah. Namun perkembangan zaman sekarang ini menyebabkan banyak jenis motor yang ada di masyarakat menimbulkan suatu komunitas sepeda motor adanya kesamaan merek suatu model motor yang di dalamnya terdapat suatu kebutuhan kebersamaan untuk saling berinteraksi dengan sesama penghobi sepeda motor. Komunitas sepeda motor itu biasanya disebut dengan club motor. *Club motor* tersebut terbentuk karena adanya kesamaan atau penggemar jenis otomotif. Biasanya *club motor* akan lebih dispesifikasikan sesuai dengan jenis motor, merek danmelakukan kegiatan memofikasi motor. Berdasarkan wawancara terhadap anggota *club motor* oleh peneliti adalah :

“ya itu mbak ben saya bisa membeli barang-barang seng tak pengeni ben kaya temen-temen, aku pinjem uang temen mbak kalo gak ya saya nabung mbak kadang gak beli jajan demi bisa dapetin itu barang ben sama kaya temen-temen club”

Permasalahan dalam *club motor* dalam memodifikasi motor adalah adanya salah satu dari anggota komunitas sepeda motor *club motor* yang melakukan pembelian barang yang diinginkan sampai meminjam uang kepada teman satu *club motor* agar dapat membeli suatu barang yang diinginkan, rela tidak membeli makanan hanya ingin membeli suatu barang yang diinginkan. Agar diakui dalam kelompok sosial tersebut. Kebanyakan *club motor* membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan yang diperlukan tetapi hanya karena kesenangan atau hobi, sekedar mencontoh model, mencoba barang baru serta ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya. Perilaku tersebut merupakan sesuatu perbuatan yang dilakukan seseorang yang disebut dengan perilaku konsumtif.

Lubis (Lina & Rasyid, 1997) berpendapat perilaku konsumtif merupakan membeli barang karena menuruti gaya untuk mempunyai dan bukan karena kebutuhan. Griffin Jill (2005) juga berpendapat bahwa perilaku konsumtif semua aktivitas, tindakan serta tahapan psikologi yang mendorong tindakan tersebut sebelum membeli, pada saat membeli, memakai, menghabiskan barang dan jasa setelah mengerjakan hal-hal aktivitas mengevaluasi. Sedangkan John C. Mowen (2002) berpendapat perilaku konsumtif proses pembentukan hasil yang berperan dalam penerimaan, penggunaan, pembelian dan penentuan barang, jasa serta ide. Jadi perilaku konsumtif adalah perilaku yang boros atau suatu tindakan yang dilakukan konsumen, yang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan. Terkadang anggota *club motor* tidak mengetahui manfaat dari pembelian sebuah barang atau produk, kebanyakan dari remaja hanya mengikuti model yang sedang trend.

Perilaku konsumtif juga terjadi dalam *club motor*. Hal ini karena individu yang bergabung dalam club motor akan menyesuaikan diri dengan *club motor* yang diikuti dan akan mengikuti aturan dan kebiasaan yang ada dalam *club motor* tersebut seperti : pertemuan rutin, *touring* dan kebiasaan-kebiasaan lainnya. Salah satu dari kebiasaan dari *club motor* adalah penggunaan aksesoris sepeda motor. Seperti yang disampaikan (Nanan

Sukama) sebagai ketua ikatan motor indonesia bahwa biker selalu identik dengan aksesoris pada motornya. Kebanyakan biker menggunakan berbagai macam aksesoris motor. Menurut kamus buku bahasa indonesia (1998), aksesoris adalah suatu barang tambahan pelengkap pada sepeda motor yang dimilikinya.

Peneliti melakukan wawancara dengan empat anggota *club motor* untuk mencari data pendukung mengenai perilaku konsumtif yang bergabung dengan *club motor* dalam memodifikasi kendaraannya. Hasil wawancara peneliti yang dilaksanakan pada tanggal 25 Februari 2017 pada empat anggota *club motor*, mengatakan bahwa para pengguna motor yang bermerek atau berjenis sama biasanya berkumpul dan berinteraksi. Pada mulanya berinteraksi tersebut maka terbentuklah komunitas-komunitas sepeda motor atau yang biasanya disebut *club motor*. Selain itu individu dengan individu lainnya pada setiap masing-masing motor terdapat tambahan-tambahan atau perlengkapan motor lainnya dan tambahan stiker maupun aksesoris-aksesoris seperti : pelindung kaki, pelindung dada, lampu LED dan masih banyak aksesoris lainnya. Tidak sedikit dari remaja yang terpengaruh dari individu-individu lainnya untuk membeli produk-produk keluaran baru, padahal yang lama masih layak untuk digunakan dan tidak ada urgensi untuk mengganti sparepart lama dengan yang baru. Salah satu anggota *club motor* mengatakan dalam wawancara yang dilakukan peneliti :

“iya mbak saya mengenal otomotif karena teman-teman saya menceriterakan bagaimana cara memodifikasi motor dan saya merasa penasaran pada akhirnya saya ikut-ikutan teman saya melakukan modifikasi motor mbak, biar saya ndak malu mbak sama teman-teman yang lain ben saya bisa diterima juga didalam kelompok ini”

Subjek mengatakan kebanyakan anggota club yang melakukan modifikasi motor berawal dari rasa penasaran untuk lebih mengenal otomotif yang kemudian menjadi magnet yang dapat menarik anggota lain untuk melakukan modifikasi motor. Subjek melakukan modifikasi pada kendaraannya untuk mendapatkan perhatian lebih dari orang lain terhadap diri, kendaraannya dan pengakuan dari komunitasnya *club motor*. Subjek melakukan perubahan

pada kendaraanya dengan model aliran supermoto, dimana aliran modifikasi motor jenis supermoto biasanya tetap bernuansa trail, pada bagian kaki khususnya velg serta ban yang dipakai berbeda dengan ban motor yang lainnya alias ban kembang tahu. Selain itu subjek melakukan perubahan motornya pada bagian mesin yang ditambah CC, mengganti ukuran ban dan membeli aksesoris-aksesoris lainnya. Subjek rela menyisihkan sebagian uang saku agar dapat membeli aksesoris kendaraanya dan agar terlihat mewah. Serta subjek juga sampai meminjam uang temannya untuk dapat membeli aksesoris yang diinginkan subjek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif para anggota club motor dapat dipengaruhi oleh kecenderungannya mengikuti lingkungan sosialnya, sehingga dapat diasumsikan bahwa konformitas individu dapat mempengaruhi keputusannya dalam melakukan pembelian suatu barang atau produk.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Philip Kotler (2009) yaitu : 1). Faktor budaya diantaranya ; kebudayaan, sub budaya dan kelas sosial; 2). Faktor sosial diantaranya : keluarga, kelompok referensi, status dan peranan sosial, 3). Faktor pribadi diantaranya : keadaan ekonomi, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian. Salah satu factor budaya yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah factor sosial, yang mana dikatakan sebagai kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan suatu kelompok yang berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap kelompok yang sudah mempengaruhi secara langsung kepada seseorang menjadi anggotanya dan saling berinteraksi. Faktor yang mempengaruhi dalam perilaku konsumtif yaitu, faktor kelompok referensi. Kelompok referensi inilah yang menyebabkan seseorang melakukan konformitas. Dikarenakan faktor ini merupakan kelompok sosial dapat menyebabkan suatu ukuran individu dapat membentuk kepribadian dan sifatnya (Swastha, 1987)

Konformitas yaitu perubahan sikap atau belief sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau berdasarkan khayalan (Myers, 2010). Baron dan Byrne (2005) juga menyatakan bahwa konformitas merupakan dimana individu dapat mengubah tindakan sesuai dengan norma yang sudah

ada. Dasar-dasar yang menyebabkan konformitas yaitu : 1). Pengaruh sosial normative, pengaruh sosial yang didasarkan adanya keinginan individu untuk disukai oleh individu lain agar dapat diterima. Dapat dipengaruhi oleh perubahan tingkah laku untuk memenuhi harapan individu lain, 2). Pengaruh sosial informal, pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan seseorang untuk menjadikan kebenaran agar bisa berpendapat dengan tepat mengenai lingkungan sosial.

Hasil penelitian yang dilakukan (Hotpascaman, 2009) menyatakan konformitas memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumtif dalam sebuah club. Begitu pula penelitian yang dikatakan oleh Fitriyani (2003) mengatakan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dengan kelompok.

Konformitas pada anggota *club motor* menyebabkan anggotanya untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk menunjang jati dirinya agar dapat diterima dalam suatu kelompok tersebut dengan membeli barang-barang atau aksesoris motor untuk memodifikasi motornya dan sampai ada anggotanya menyisihkan uang untuk jajan serta meminjam uang kepada salah satu temannya untuk dapat membeli barang yang diinginkannya.

Penelitian ini memfokuskan terhadap perilaku konsumtif pada anggota club motor, banyak faktor yang menyebabkan individu berperilaku konsumtif, dalam penelitian ini ditekankan oleh faktor kelompok referensi yaitu konformitas. Hal ini penting untuk dikaji karena peneliti ingin mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam memodifikasi motor oleh anggota *club motor*.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang dibahas pada penelitian ini yaitu : apakah terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam memodifikasi motor oleh anggota *club motor*.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian diatas, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam memodifikasi motor oleh anggota *club motor*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penulis ini dapat dikategorikan dalam manfaat teoritis dan manfaat praktis adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah manfaat penelitian dalam bidang psikologi sosial dan menjadi acuan untuk penelitian lain yang terkait dengan konformitas dan perilaku konsumtif pada individu. Selain itu, menjadi tambahan referensi bagi para pembaca atau penelitian lain yang tertarik terhadap masalah perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari Penelitian ini dapat di jadikan sebagai wawasan atau referensi untu penelitian selanjutnya dan memberikan informasi mengenai bagaimana hubungan konformitas dengan perilaku kosnumtif terhadap anggota *club motor*.