

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada zaman yang serba ada ini, setiap orang dapat memenuhi kebutuhan dan keperluannya masing-masing. Tidak terkecuali juga para mahasiswi yang baru memasuki dunia perkuliahan ataupun yang sudah lama menjalani jenjang perkuliahan. Para Mahasiswi yang baru memasuki jenjang perkuliahan ini merupakan para remaja akhir yang sedang mencari jati diri mereka. Dengan perkembangan yang teknologi yang semakin maju ini, mereka lebih sering terdorong untuk dapat mengikuti apa yang mereka inginkan dan lebih mudah terpancing oleh rayuan-rayuan para produsen yang menawarkan berbagai macam barang dan jasa yang memicu para remaja hingga berperilaku konsumtif. Mahasiswa yang sebagian besar masih dalam tanggung jawab orang tua dalam segala pemenuhan kebutuhan hidup, diharapkan lebih selektif dalam mengambil keputusan untuk membeli barang, dapat memmanagement keuangan dengan baik agar terhindar dari perilaku boros, serta mengatur agar segala kebutuhan tidak berdasarkan keinginan melainkan juga karena memang kebutuhan utama. Lubis (Sumartono, 2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang sudah tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Salah satu fakta bisa kita lihat di salah satu mall di Surabaya, banyak remaja yang berpakaian gaul dan modis dan terkadang

cenderung berpakaian minim atau sexy agar menjadi pusat perhatian banyak orang. Seringkali demi mendapatkan pakaian, sepatu handphone model terbaru, kaum remaja sudah tidak lagi menghiraukan kondisi perekonomian orang tua mereka. Asalkan bisa terlihat keren dan menjadi pusat perhatian, barang-barang tersebut di atas pasti mereka beli walaupun harganya mahal (Wahidin, 2014).

Perilaku konsumtif menimbulkan dampak seperti pola hidup boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, apakah barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan seperti itu. Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uang dibandingkan menyisihkan untuk ditabung. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan membelanjakan banyak barang pada saat sekarang tanpa berfikir kebutuhan di masa mendatang (Earliyanti, 2008).

Ketika semakin beraneka ragam produk ditawarkan pada konsumen, membuat perilaku konsumtif semakin menjamur diberbagai kalangan dan usia begitu juga pada mahasiswa. Produsen semakin pandai mengemas segala hal agar terlihat menarik dan memancing para konsumen untuk mencoba produknya. Hal ini terlihat dari hasil wawancara pada tanggal 7 Maret 2015 seorang subjek berinisial AA mengaku sering membeli lipstik, lipteen atau BB cream dengan kemasan atau bentuk kemasan yang menarik

karena seperti bentuk make up princess yang lucu, selain itu subjek mengatakan sering kali membeli baju yang sedang tren pada saat ini dikarenakan idolanya Super Junior juga menggunakannya, meskipun harus pesan terlebih dahulu untuk mendapatkan yang sama persis seperti yang digunakan oleh idolanya tersebut. Hal tersebut sesuai dengan indikator membeli barang karena kemasan menarik dan adanya unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Contoh lain yang menggambarkan perilaku konsumtif adalah wawancara dengan subjek yang berinisial NL, subjek mengaku lebih suka membeli pakaian di butik seperti KIM dibandingkan membeli di outlet atau toko biasa karena subjek merasa apabila membeli di outlet biasa lebih terlihat pasaran, meskipun harga lebih mahal menurutnya hal itu yang dicari, karena barang mahal itu lebih membuat subjek nyaman dan merasa lebih percaya diri jika berada di lingkungan pertemanan. Hal ini sesuai dengan indikator membeli barang hanya sekedar menjaga simbol status, membeli barang atas pertimbangan harga bukan manfaat dan membeli barang demi menjaga penampilan diri. Berbeda dengan subjek diatas, subjek yang berinisial AF lebih suka mencoba berbagai produk kecantikan seperti facial foam, cream jerawat, cream pemutih wajah dan sebagainya, namun dalam sebulan subjek dapat mencoba dua produk, misal yang dicontohkan subjek adalah segala produk dari Wardah dan sebelum segala produk itu habis subjek sudah mencoba facial foam, cream wajah dari The Body Shop, tidak jarang juga subjek mencoba produk dari Ella Skin Care. Dari hasil wawancara tersebut sesuai

dengan indikator membeli dua produk sejenis. Saat peneliti melakukan observasi disalah satu mall di Solo, yaitu Matahari Dept. Store yang setiap minggunya melakukan potongan harga atau sale pada setiap produk yang dijual dipenuhi para konsumen yang sedang melihat-melihat, banyak juga yang membeli sandal atau sepatu karena potongan harga tersebut. Hal tersebut sesuai dengan indikator membeli barang karena iming-iming hadiah. Sebenarnya definisi indikator perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok (Sumartono, 2002).

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di sekitar kawasan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pada Tanggal 17 September 2014 pukul 14.00 WIB. Dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif sangat menonjol dikarenakan di beberapa outlet baju, sepatu dan swalayan kecil disekitar lingkungan tersebut selalu dipenuhi oleh para mahasiswa yang berbelanja. Yang jelas terlihat ada di beberapa outlet baju yang tidak pernah sepi dari pembeli, mereka yang datang adalah kebanyakan mahasiswi. Hal ini didukung dari data survei yang dilakukan Matahari Mall (Lestari, 1996) menunjukkan bahwa hampir 35% pengunjung mall matahari adalah mahasiswi. Dari jumlah tersebut sebanyak 45% selalu melakukan pembelian, selebihnya hanya menonton perkembangan baru dari berbagai produk. Lina(1997) menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan yang

rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan. Perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros. Perilaku ini dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sendiri bukan hanya karena ingin memenuhi kebutuhan namun berlebih adalah untuk memenuhi keinginan yang berlebihan.

Pembelian berlebihan atau boros ini membawa dampak negatif yaitu memandang harta secara salah dan menjadikan harta sebagai tujuan hidup bukan sarana hidup. Menyebabkan orang-orang melakukan segala hal untuk memperoleh harta. Hal lain yaitu memicu seseorang untuk bersikap individualistis, acuh terhadap saudara dan tidak peduli dengan sesama.

Menurut Parma (2007) perilaku konsumtif pada remaja putri adalah tindakan yang terlihat secara nyata dalam mendapatkan, mengkonsumsi (menggunakan) dan menghabiskan barang hasil industri dan jasa tanpa batas dan lepas kendali yang ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan. Hal tersebut menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada remaja itu di lakukan secara berlebihan, pepatah “lebih besar pasak dari pada tiang”, terkadang apa yang dituntut oleh remaja diluar kemampuan orang tuanya sebagai sumber dana. Hal ini menyebabkan banyak orang tua mengeluh saat anaknya mulai memasuki dunia remaja, dalam hal ini perilaku tadi telah menimbulkan masalah ekonomi pada keluarganya. Masalah lebih besar lagi terjadi apabila pencapaian tingkat finansial itu

dilakukan dengan segala macam cara yang tidak baik, mulai dari bekerja yang berlebihan sampai menggunakan cara instan seperti korupsi, mencuri dan sebagainya yang akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga psikologis, sosiologis bahkan etika (Aryanto, 2007). Musa (1992) menjelaskan mahasiswa seharusnya memiliki perbedaan karakteristik berperilaku dibandingkan remaja pada umumnya. Sebagai trend setter remaja maka mahasiswa harus menampakkan ketajaman intelektualnya dan kemampuan pengendalian emosi. Namun pada realitanya yang ada menunjukkan mahasiswa yang memiliki konsep diri yang rendah maka cenderung perilaku konsumtif mahasiswa tinggi. Masa remaja individu berada dalam proses pencarian jati diri, dimana mereka memasuki tahap persiapan atas tahap situasi psikologis antara ingin melepaskan diri dari orangtua dan perasaan belum mampu mandiri (Monks, 2001).

Pola konsumtif remaja lebih di khususkannya pada produk-produk mall yang dapat memuaskan kebutuhan dan dapat memuaskan kesenangan konsumen. Produk makanan yang dapat memuaskan kebutuhan seseorang contohnya McDonald, Kentucky Fried Chicken (KFC), Pizza Hut, Starbucks, Excelso, Mr. Pancake, J.Co, A & W. Sedangkan produk yang dapat memuaskan kesenangan konsumen contohnya Cinema XXI dan arena permainan Timezone maupun Amazone. Dan untuk produk yang dapat memuaskan fashion remaja sendiri antara lain Matahari, Distro, dan merek-merek terkenal lain yaitu Gosh, Zara, KIM, Levis, Ripcurl, 3Second,

Charles and Keith, Nevada, Yongki Komaladi dan sebagainya. Remaja tertarik mengkonsumsi produk-produk itu karena untuk mengikuti trend anak muda. Menurut Arienda dan Mira(2008) dalam suatu penelitian diketahui bahwa di sebuah mall yang memiliki banyak outlet, 90% pengunjung utama adalah remaja dan 10 % lainnya adalah ibu-ibu. Para remaja biasanya datang pada awal dan akhir bulan. Menurut penelitian tersebut hal itu terjadi karena remaja selalu mengejar tren mode terbaru. Selain itu tidak jarang para remaja yang jauh dari orang tua atau ngekos, lebih memilih menyisihkan uangnya untuk membeli barang yang diinginkan dibandingkan keperluan yang mereka butuhkan. Tambunan (2001) mengatakan bahwa kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain inilah yang menyebabkan remaja berusaha mengikuti atribut yang sedang menjadi mode dan berperilaku konsumtif. Remaja cenderung ikut-ikutan teman, boros dan tidak realistis dalam memilih barang yang mereka butuhkan. Loudon dan Bitta (1993) berpendapat bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif karena remaja suka mencoba hal-hal yang baru, tidak realistis dan cenderung boros. Membeli tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif terhadap produk fashion. Pertama faktor eksternal yang meliputi,

kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan kelompok referensi, keluarga. Kedua faktor internal yaitu motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian, konsep diri, sikap (Swastha & Handoko, 1987). Salah satu yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konsep diri. Konsep diri merupakan sikap, pandangan atau keyakinan seseorang terhadap keseluruhan dirinya. Sikap, pandangan dan keyakinan diri ini mencakup seluruh dimensi fisik, karakteristik pribadi, motivasi, kekurangan, kelebihan dan lain sebagainya, Irwanto dan Yatim (Sobur, 2003). Dalam sebuah penelitian yang dilakukan di Universitas Muhammadiyah Surakarta menunjukkan bahwa 75% subjek memiliki konsep diri yang sangat rendah, 22 % subjek memiliki konsep diri rendah, dan 3% tergolong sedang atau cukup. Sedangkan untuk kecenderungan perilaku konsumtif ditunjukkan dengan persentase 54%, 5% kecenderungan perilaku konsumtif yang rendah, 30% kecenderungan perilaku konsumtif yang tinggi dan 11% kecenderungan perilaku konsumtif yang tergolong sangat tinggi (Sari, 2013). Berbeda dengan penelitian diatas, penelitian dibawah ini yang sama-sama dilakukan di Universitas Muhammadiyah Surakarta diperoleh hasil analisis data yaitu sumbangan efektif variabel konsep diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 63, 570% yang menunjukkan lebih besar daripada variable konformitas terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar 1,124%. Dalam penelitian tersebut dijelaskan pula bahwa aspek-aspek yang ada dalam konsep diri yaitu fisik, psikis, social, dan moral setidaknya sudah menjadi pembentuk karakter subjek dalam berperilaku (Aryanto, 2007).

Dilihat dari latar belakang diatas, perilaku konsumtif yang berlebihan berdampak negatif bagi mahasiswa. Kecenderungan perilaku konsumtif terjadi karena mereka berada dalam masa transisi, masih labil dan tidak realistis menyikapi perkembangan zaman, tren mode yang berlangsung saat ini. Mahasiswa sendiri mudah terpancing rayuan para produsen terlebih mereka yang indekos dan tanpa pantauan orang tua dapat membelanjakan uang yang mereka dapat dari orang tua untuk membeli barang-barang yang tidak terlalu diperlukan atau karena hanya ini memuaskan rasa inginnya saja. Hal tersebut bisa dikendalikan atau dihilangkan sejak dini dengan menanamkan konsep diri yang positif yang akan menciptakan citra diri yang positif pula seperti optimis, sehingga remaja atau mahasiswa tidak mudah terpengaruh oleh rayuan atau bujukan dari produsen dan dapat menyesuaikan dengan keadaan ekonomi keluarga dan sekelilingnya. Dengan begitu para mahasiswa tidak mudah mengikuti perilaku konsumtif yang terjadi dilingkungannya.

Penelitian ini memfokuskan untuk meneliti perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa yang berusia remaja, banyak faktor yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif, dalam penelitian ini ditekankan pada faktor konsep diri. Jadi penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dengan judul penelitian “Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta.”

## **B. Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remamahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta
- 2) Untuk mengetahui tingkat konsep diri pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta
- 3) Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta
- 4) Untuk mengetahui sumbangan efektif konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta

## **C. Manfaat Penelitian**

Di dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaatnya sebagai berikut :

### 1) Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang positif bagi perkembangan ilmu psikologi khususnya psikologi sosial serta dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

### 2) Manfaat Praktis

- a. Bagi subjek, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sarantentang hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif.
- b. Bagi Orang Tua, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi tentang hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif .

- c. Bagi Masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi yang dapat dikembangkan sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif.