

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Menurut Sarlito (2013) batasan umum usia remaja adalah 11 – 24 tahun dan belum menikah untuk remaja Indonesia dengan pertimbangan usia 11 tahun adalah usia ketika pada umumnya tanda-tanda sesksual sekunder mulai tampak (kriteria fisik), masyarakat Indonesia usia 11 tahun sudah dianggap akil balig, baik menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak-anak (kriteria sosial). Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas diri (*ego identity*) tercapainya fase genital dari perkembangan psikoseksual dan tercapainya puncak perkembangan kognitif maupun moral (kriteria psikologis). Batas usia 24 tahun merupakan batas maksimal yaitu untuk memberi peluang bagi remaja yang sampai batas usia tersebut masih menggantungkan diri pada orang tua, belum mempunyai hak-hak penuh sebagai orang dewasa (secara adat/tradisi), belum bisa memberikan pendapat sendiri dan sebagainya.

Mahasiswa yang kegiatan sehariannya belajar ilmu pengetahuan dan teori yang didapat di bangku kuliah yang nantinya dapat diterapkan pada dunia nyata yang ada di masyarakat serta mengatasi segala masalah yang terjadi di masyarakat dengan ilmunya. Mahasiswa sebagai insan terdidik yang merupakan generasi penerus bangsa diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja dan membuat produk-produk yang berguna dan bermanfaat bagi masyarakat. Kontribusi mahasiswa sebagai sumber daya manusia yang memiliki pendidikan tinggi dan

keampilan guna kesejahteraan dan kemajuan bangsa. Mahasiswa pada saat belajar di bangku kuliah aktif belajar, praktek dan berkreasi untuk membuat sebuah produk yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Mahasiswa datang dari luar daerah sehingga mereka harus kost berpisah dari orang tua, maka mahasiswa ini berlatih untuk hidup mandiri, hidup hemat dan belajar menyesuaikan pengeluarannya dengan uang yang diberikan oleh orang tua, sehingga mahasiswa diharapkan untuk memahami dan mengetahui bagaimana mengatur uang dengan seefisien mungkin.

Mahasiswa yang masih tergolong pada remaja berusaha berpenampilan menarik dengan bersolek, merawat tubuh, menggunakan pakaian dan perhiasan yang sesuai dengan nilai kelompoknya. Para remaja cenderung berpenampilan seperti yang dikehendaki kelompoknya. Penampilan fisik berpengaruh besar terhadap penerimaan diri remaja dalam kelompoknya. Penerimaan diri ini merupakan suatu proses dalam mencari identitas diri. Berkaitan dengan pencarian identitas diri, terdapat periode para remaja sangat senang untuk mencoba sesuatu yang baru atau yang sedang *trend* dan berkaitan dengan citra diri yang ingin ditampilkan oleh remaja tersebut. Mengikuti *trend*, membuat para remaja merasa percaya diri dan diterima oleh lingkungan sosialnya (Sitohang, 2009).

Mahasiswa sebagai individu yang terpelajar, mengalami pematangan dalam berpikir, berpenampilan menarik, rapi dan sopan santun. Mahasiswa biasanya berusia 18/19-22/23 tahun. Mahasiswa yang ingin dianggap keberadaannya dan eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi lingkungan tersebut. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan mahasiswa untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang populer. Salah satu caranya adalah dengan berperilaku konsumtif, seperti

memakai barang-barang yang baru dan bermerek, pergi ke tempat hiburan seperti ke karaoke, mall dan lain sebagainya.

Konsumerisme menunjukkan identitas diri yang dicirikan atau disimbolkan oleh atribut-atribut tertentu. *Shopping* secara tidak sadar membentuk impian dan kesadaran semu para konsumen dan akhirnya melahirkan pola-pola konsumerisme yang tidak ada habisnya. Akhirnya berbelanja juga dianggap sebagai pekerjaan, sebuah aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) juga terlebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain (sebagai simbol status, gengsi dan *image* manusia modern dan tidak ketinggalan zaman) (Wahyudi, 2013).

Meningkatnya perilaku konsumtif di Indonesia ditandai dengan menjamurnya mall, *super market* dan *department store*, rumah mode dan suka terhadap barang-barang branded merk asing dibandingkan dengan merek dalam negeri. Hal ini bukan saja berupa pakaian, tas ataupun aksesoris namun juga produk makanan, minuman dan snack dari negara asing yang banyak membanjir di Indonesia. Perilaku konsumtif banyak dilakukan oleh para selebritis yang banyak dicontoh oleh masyarakat luas. Tidak hanya masyarakat yang sudah memiliki penghasilan saja, namun perilaku ini juga diikuti oleh mahasiswa yang kebanyakan mereka belum memiliki pendapatan sendiri

Mahasiswa berperilaku konsumtif dengan membeli barang-barang yang berlebihan dari kebutuhan karena mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktunya berada di luar rumah bersama dengan teman sebayanya sehingga dengan mudah akan terpengaruh oleh sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku teman-temannya daripada nilai-nilai yang dianut oleh orang tuanya.

Mahasiswa pada umumnya telah mempunyai kebebasan dalam menentukan suatu hal. Kebebasan ini didapatkan karena kebanyakan orang menganggap bahwa mereka sudah bisa menentukan suatu hal itu baik atau buruk. Konsep hidup ke depannya biasanya juga mereka yang menentukan sendiri. Tetapi faktanya, terkadang mereka masih belum mampu sehingga banyak sekali penyimpangan yang terjadi. Sebagian besar mahasiswa cenderung berorientasi pada gaya hidup glamor dan bersenang-senang sehingga banyak mahasiswa yang mengabaikan nilai-nilai agama, dan mereka hanya terlibat dengan agama jika ada hal-hal tertentu saja. Dapat dikatakan hedonisme berkaitan erat dengan perilaku konsumtif dan sekulerisme.

Mahasiswa berperilaku konsumtif hanya ingin mencapai kepuasan. Mereka beranggapan bahwa dengan memakai model suatu produk tertentu mereka akan mudah diterima oleh teman-teman sebayanya atau diterima oleh suatu kelompok sosial tertentu atau bahkan malah dianggap berasal dari kelompok sosial ekonomi tertentu. Hal yang penting bagi mahasiswa adalah mendapatkan dukungan sosial, popularitas dan lain sebagainya.

Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Masyarakat tidak cukup hanya mengkonsumsi “sandang, pangan, papan” saja untuk bisa bertahan hidup. Walaupun secara biologis terpenuhinya kebutuhan makanan dan pakaian telah cukup, namun dalam tatanan pergaulan sosial dengan sesama manusia lainnya, manusia modern harus mengkonsumsi lebih daripada itu. Bisa dikatakan bahwa masyarakat modern sekarang hidup dalam budaya konsumen. Sebagai suatu budaya, konsumsi

mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan menstruktur praktek keseharian masyarakat.

Nilai-nilai, pemaknaan dan harga dari segala sesuatu yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman personal dan kehidupan sosial masyarakat. Konsumsi telah terinternalisasi dalam rasionalitas berpikir masyarakat dan teraplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Secara nyata dapat dilihat dan dibuktikan bagaimana rasionalitas konsumsi telah beroperasi pada masyarakat berbudaya konsumtif. Setiap harinya, sekian banyak waktu biasa dihabiskan untuk mengkonsumsi, berpikir tentang apa yang dikonsumsi dan menyiapkan apa yang akan dikonsumsi. Sebagian besar orang merasa memerlukan pekerjaan untuk bisa mengkonsumsi, melanjutkan pendidikan demi bisa mengkonsumsi lebih baik, menilai orang lain dengan apa-apa yang dikonsumsinya, menunjukkan identitas diri dengan benda-benda konsumsi, berafiliasi dengan orang lain berdasarkan keterikatan pada benda konsumsi, dan seterusnya. Bentuk sosialisasi dan afiliasi masyarakat saat ini, terutama di sekolah, di kampus dan di kantor, sangat dipengaruhi dan ditentukan oleh pola konsumsi. Keinginan untuk bisa masuk dalam pergaulan sosial, tidak ingin dianggap aneh atau berbeda, tidak mengalami penolakan, bisa bertahan dan bahkan berupaya menunjukkan eksistensi diri dalam pergaulan tersebut membuat orang berupaya menjaga conformity keselarasan. Orang berusaha mengikuti arus pergaulan.

Menurut Blackwell dan Miniard menyatakan terbentuknya perilaku konsumtif pada remaja dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku konsumtif adalah kelompok referensi. Kelompok referensi adalah sekelompok orang yang dapat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya

dalam menentukan produk yang dikonsumsinya. Hal tersebut diperkuat oleh Howkins, Coney dan Bert menyatakan bahwa kelompok referensi merupakan faktor yang mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif dimana kelompok referensi merupakan suatu kelompok yang memiliki nilai-nilai dan pandangan yang digunakan oleh suatu individu yang termasuk didalamnya sebagai suatu landasan untuk perilakunya. Didalam suatu kelompok referensi terbentuk konformitas yang biasanya dipandang sebagai suatu tindakan dimana individu mengikuti keinginan kelompoknya dan tidak berpikir ataupun bertindak sebagai dirinya sendiri (Wahyudi, 2013).

Mahasiswa melakukan perilaku konsumtif karena adanya pengaruh dari kelompok referensinya. Kelompok referensi itu bisa dari keluarga, teman sebaya dan juga tokoh idola. Pengaruh kelompok referensi tinggi apabila mahasiswa mempunyai merasa cocok dan setuju dengan perilaku orang lain yang dijadikan sebagai kelompok referensinya sehingga sangat sering meniru dan mencontoh yang dilakukan oleh kelompok referensi. Kelompok referensi kategori sedang adalah seseorang yang merasa cocok dan setuju dengan perilaku orang lain yang dijadikan kelompok referensinya tetapi intensitas orang tersebut untuk meniru dan mencontoh hanya kadang-kadang. Pengaruh kelompok referensi rendah adalah seseorang yang tidak meniru atau mencontoh orang lain dalam perilaku konsumsinya sehingga hanya mengikuti keinginan sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada para mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta hari Kamis 18 November 2014 di Hall Tengah Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, hasil wawancara 6 mahasiswa rata-rata uang saku mereka antara 1 juta – 3 juta per bulan. Mahasiswa baik laki-laki maupun perempuan mereka suka pergi ke mall

untuk berbelanja barang-barang bermerk karena menunjang penampilan, agar diperhatikan oleh lawan jenis. Mahasiswa ini ke mall bersama-sama teman-teman kuliah ataupun pacarnya. Mahasiswa mengaku memiliki lebih dari satu barang-barang yang memiliki fungsi dan kegunaan yang sama di kamar kostnya. Para mahasiswa akan ke mall apabila mengetahui ada diskon ataupun potongan harga barang-barang yang bermerk dan menarik perhatian mereka.

Perilaku konsumtif mahasiswa ini merupakan sebuah masalah bagi kehidupan di kemudian hari dalam masyarakat dan khususnya pada mahasiswa itu sendiri, karena cenderung mahasiswa remaja tidak menanamkan sifat untuk hidup hemat dan produktif dari hidup berperilaku konsumtif yang berlebihan akan mengakibatkan sifat boros yang hanya menghambur-hamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata. Kesenjangan atau ketimpangan sosial artinya di kalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak duka di dalam lingkungannya dia berada. Tindakan kejahatan artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya. Memunculkan orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan (Wahyudi, 2013).

Menurut Rutje (dalam Ramadhan, 2012) menyatakan pada lingkungan mahasiswa di universitas swasta, tekanan teman sebaya akan lebih besar. Ketika ada satu mahasiswa yang menggunakan pakaian bagus ketika melakukan aktivitas di kampus, hal ini akan mendorong mahasiswa lainnya untuk mengikutinya. Mahasiswa universitas swasta cenderung mempunyai hobi mengisi waktu luang dengan kegiatan komersial seperti berbelanja, nonton film, ataupun jalan. Bahkan, untuk berbelanja, dalam rangka memenuhi kebutuhan akan penampilan,

mahasiswa lebih memilih *department store* sebagai tempat untuk menghabiskan uangnya.

Penelitian Ozkan (2009) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara perilaku konsumtif antara konsumen di Turki yang memiliki tingkat pendapatan tinggi, sedang dan rendah. Tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Enrico, Ritchie dan Oktavia (2014) menunjukkan penggunaan produk dan daya beli, status sosial, kepuasan dan pretise berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Menurut penelitian yang dilakukan Aprilia (2013) dalam penelitiannya yang dapat digolongkan perilaku konsumtif tinggi adalah responden yang membeli makanan dengan harga yang mahal, mempunyai jam tangan, tas, dan sepatu dengan harga yang mahal dan dalam jumlah yang banyak, serta memiliki *handphone* lebih dari satu dengan harga yang mahal, yang juga banyak menghabiskan pulsa, terdapat 16 responden yang termasuk dalam kategori perilaku konsumtif tinggi. Terdapat 56 responden yang termasuk dalam kategori perilaku konsumtif sedang, yaitu mahasiswa yang membeli jam tangan, tas, dan sepatu tidak selalu dengan harga yang mahal, tetapi memiliki barang tersebut dengan jumlah yang banyak. Sisanya adalah 28 responden mempunyai perilaku konsumtif rendah yaitu mahasiswa membeli barang-barang yang jumlahnya tidak banyak dan harga yang tidak mahal. Jumlah responden yang memiliki kelompok referensi tinggi sebanyak 14 orang, responden yang mempunyai kelompok referensi sedang sebanyak 57 orang dan 29 orang mempunyai kelompok referensi rendah. Responden mempunyai kelompok referensi keluarga sebanyak 30 orang, responden mempunyai kelompok referensi teman sebaya sebanyak 50 orang dan responden yang mempunyai kelompok referensi tokoh idola sebanyak 20 orang.



Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menentukan rumusan masalah: apakah ada hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta?. Sehubungan dengan pernyataan tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul Hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta.

### **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Mengetahui hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Mengetahui tingkat kelompok referensi mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Menganalisis peranan kelompok referensi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta.

### **C. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat:

1. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan masalah perilaku konsumtif dan dapat mengendalikan perilaku konsumtif dan mengganti dengan hal lain seperti penelitian dan kegiatan sosial maupun kegiatan olahraga.

2. Peneliti lain

Penelitian ini menjadi acuan dan menambah pengetahuan serta wawasan mengenai perilaku konsumtif.

3. Bagi orang tua dan masyarakat

Bagi orang tua dan masyarakat untuk memberikan uang saku yang sesuai dengan kebutuhan tidak berlebihan kepada para anaknya yang menjadi mahasiswa. Masyarakat memberikan contoh yang baik kepada para mahasiswa untuk lebih bijak menggunakan uang untuk memenuhi kebutuhan dan tidak bersikap boros dan mubazir.