

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya kemajuan infrastruktur salah satunya adalah tempat perbelanjaan membuat perilaku berbelanja dan daya beli semakin meningkat. Kemajuan infrastruktur tersebut membuat masyarakat menjadi semakin mudah untuk mengakses proses pembelian barang-barang dan jasa di berbagai tempat yang telah tersedia (Setiadi, 2003). Hal tersebut membuat trend atau gaya hidup baru bagi masyarakat, khususnya remaja. Usia remaja merupakan sumber yang potensial karena di dalam karakteristik remaja yang cenderung bertingkah laku labil serta mudah terpengaruh dengan lingkungannya hal tersebut berkaitan dengan cara remaja mengkonsumsi sesuatu secara simbolik yang artinya membeli atau mengkonsumsi barang atau jasa hanya untuk dipertontonkan kepada orang lain atau hanya sekedar pamer (Herlina, 2007). Cara remaja mengkonsumsi sesuatu, hanya untuk sekedar pamer tersebut di manfaatkan oleh para produsen untuk memasarkan barang hasil produksinya sehingga mereka dapat dengan mudah menjual dan mendapatkan hasil dari barang produksinya. Hal tersebut diperkuat dengan survey pada bulan Agustus tahun 2005 yang menyebutkan bahwa 93% konsumen yaitu remaja menganggap belanja ke Mall merupakan hiburan atau rekreasi (Tambunan, 2001)

Perilaku konsumtif merupakan perilaku berbelanja yang tidak berdasar pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi (Sumartono, 2002). Menurut Dahlan

(dalam Lina & Rosyid, 1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif yaitu penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

Dari segi peningkatan pelakunya, golongan usia remaja dan dewasa muda siswa-siswi SMA atau sederajat merupakan golongan usia yang paling cepat menyerap budaya konsumtif. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda. Remaja merupakan salah satu contoh yang paling mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan khususnya remaja yang tinggal di kota besar. (Loudon & Bitta, 1993).

Remaja yang kini banyak terjebak dalam kehidupan konsumtif, dengan rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan, bukan kebutuhan, dalam kesehariannya remaja menghabiskan uang mereka untuk membeli makanan, pakaian, perangkat elektronik, hiburan seperti menonton film dan sebagainya. Semua ini dilakukan remaja kebanyakan hanya untuk ajang pamer dan gengsi, remaja yang dalam pergaulannya dikelilingi oleh remaja lain yang juga berperilaku konsumtif maka ia akan mengikuti gaya, penampilan, seolah tidak mau kalah dari temanya (Maulana, 2015).

Wawancara dilakukan peneliti pada siswi bernisial N yang mengaku sering membeli sepatu. Dia membeli sepatu dari berbagai macam merk dan model yang berbeda. N mengaku selalu muncul keinginan untuk membeli sepatu yang

baru meskipun sepatu yang lama masih bisa digunakan. Hal tersebut termasuk dalam indikator perilaku konsumtif yaitu mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda model. Hal lain diungkap oleh siswa berinisial IN yang mengaku sering membeli tas dan sepatu dengan merk tertentu. Dia mengaku karena teman-teman memiliki barang branded maka dia merasa harus memiliki barang branded juga karena merasa malu bila tidak membeli barang yang tidak bermerk. Salah satu indikator perilaku konsumtif juga termasuk dalam hal tersebut yaitu membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.

Perilaku konsumtif remaja ini adalah sebuah masalah bagi kehidupan yang dikemudian hari didalam kehidupan masyarakat dan khususnya pada remaja, karena cenderung para remaja tidak menanamkan sifat untuk hidup hemat dan sifat produktif. Dari hidup berperilaku konsumtif yang berlebihan akan mengakibatkan hal yang negatif contohnya antara lain : 1) Sifat boros, yang hanya menghamburkan uang, dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata. 2) Kesenjangan sosial, artinya dikalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka didalam lingkungannya dia berada. 3) Tindakan kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya. 4) Akan memunculkan orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan (Hotpascaman, 2010). Selain itu terdapat dampak psikologis yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif. Pelaku gaya hidup konsumtif akan mengalami *compulsive buying disorder* atau kecanduan berbelanja. Hal ini menyebabkan individu tidak menyadari dirinya terjebak dalam

siklus yang tidak dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan, sehingga pada akhirnya akan berdampak menjadi boros dan menghamburkan uang. (Arsy, 2006).

Terdapat faktor eksternal dan internal yang memengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada remaja. Faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan kelompok sosial. Selain faktor eksternal, terdapat faktor internal yang terdapat dalam diri yaitu motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Harga diri merupakan salah satu bagian dari terbentuknya gambaran tentang diri seseorang. Pada usia remaja merupakan tahap awal memulai untuk menyadari tentang gambaran dirinya, yang memengaruhi pengetahuan seseorang terhadap dirinya (Myers, 2012). Selain faktor internal dan eksternal tersebut terdapat faktor lain yaitu remaja membeli barang dan jasa bukan sekedar nilai manfaat atau karena kebutuhan namun membeli barang atau jasa agar mendapat perhatian dari orang lain serta menunjukkan kebanggaan atas diri sendiri (Wahidin, 2014). Kondisi yang dialami oleh remaja adalah memandang dirinya secara keseluruhan. Agar lebih percaya diri remaja berpenampilan agar terlihat modis, keren dan gaul serta memuaskan keinginan dan diterima dilingkungannya (Herlina, 2007). Keinginan pada diri remaja untuk diterima didalam lingkungannya merupakan salah satu ciri dinamika hidup pada masa remaja. Seorang individu berpikir apabila ingin diterima di dalam kelompok maka yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri baik dari segi penampilan diri, gaya hidup atau life style dengan teman di dalam kelompoknya. Ketika remaja tidak diterima di kelompoknya maka akan merasa

diasingkan (Maulana, 2015). Hal tersebut di dukung juga oleh Hotpascaman (2010) dalam hasil penelitiannya yang menemukan adanya pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada remaja. Adanya hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dan konformitas pada remaja.

Penerimaan lingkungan sekitar baik dalam keluarga maupun ruang lingkup sosial yang lebih luas akan dapat meningkatkan *self esteem* atau harga diri dari individu tersebut. Dalam hasil penelitian yang di lakukan oleh Erol & Orth (2011) yang menyimpulkan bahwa peningkatan harga diri ada pada usia remaja, remaja ingin dirinya dihargai serta dipandang oleh lingkungan sekitarnya. Salah satu komponen harga diri dari individu yaitu perasaan berharga (*Feeling Of Worth*). Salah satu faktor yang menyebabkan individu merasa berharga adalah rasa percaya diri yang didapat dari seseorang diantaranya melalui penampilan. Seringkali, individu berfikir untuk mendapatkan penampilan yang menarik yaitu dengan menggunakan pakaian mahal dan asesoris yang indah. Hal tersebut tentunya akan mempengaruhi gaya hidup individu menjadi berperilaku mempunyai gaya hidup yang konsumtif. Hasil penelitian sebelumnya mengenai makna dari perilaku konsumtif, termanifestasi dalam bentuk kegemarannya berbelanja, berbelanja bukan hanya sekedar membeli barang, memakai atau menghabiskan barang tersebut. Namun lebih dari itu semua belanja adalah cara untuk dapat dihargai dan diakui keberadaannya dilingkungan sosial (Umami & Nurcahyati, 2013)

Berdasarkan fenomena di atas, maka dapat ditarik suatu rumusan masalah yaitu “apakah ada hubungan antara *Self Esteem* dengan perilaku konsumtif pada

remaja ?” dari rumusan masalah tersebut penulis tertarik untuk mengkaji lebih rinci dengan mengadakan penelitian dengan judul “Hubungan *Self Esteem* Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja.”

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui apakah ada hubungan *self esteem* dengan perilaku konsumtif remaja
2. Mengetahui tingkat *self esteem*
3. Mengetahui tingkat konsumtif pada remaja

C. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan dalam bidang teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu psikologi sosial dan ilmu psikologi dalam bidang industri dan organisasi.

2. Kegunaan dalam bidang praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan pemahaman bagi :

- a. Subjek Penelitian

Dapat memberikan informasi mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dan salah satunya adalah *self esteem*.

Sehingga subjek diharapkan dapat mempertahankan *self esteem* tanpa harus melakukan perilaku konsumtif.

b. Orang tua

Dapat memberikan informasi kepada orang tua untuk membantu putra dan putrinya menghindari perilaku konsumtif dengan mengetahui dampak yang ditimbulkan dari perilaku tersebut.

c. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian sejenis yang berkaitan dengan *self esteem* dan perilaku konsumtif dengan mempertimbangkan variabel lain untuk diteliti lebih lanjut.