

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini begitu banyak perubahan-perubahan teknologi yang melejit tinggi dalam kehidupan saat ini, kondisi ini menyebabkan manusia untuk ikut serta dalam menikmati dan menyanjung tinggi setiap perubahan yang terjadi. Masyarakat dengan teknologi maju, tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi, serta hal-hal yang serba mewah dianggap sebagai masyarakat modern. Dengan adanya perubahan perekonomian dan globalisasi ini tentunya terjadi pula perubahan dalam perilaku dan gaya hidup pada masyarakat.

Kehidupan yang semakin modern membawa manusia pada pola perilaku yang unik, yang membedakan individu satu dengan individu lain dalam persoalan gaya hidup. Saat ini pekanbaru khususnya, perkembangan ekonominya begitu menggembarakan. Dalam bidang ekonomi, indonesia turut dalam perjanjian dagang seperti APEC dan AFTA. Globalisasi membuat perluasan pasar bagi negara produsen dan meningkatkan kemakmuran suatu negara. Selain itu globalisasi juga berdampak pada memudarnya kebudayaan lokal, karena semakin mudahnya akses teknologi dan informasi. Perkembangan industri yang pesat membuat penyediaan barang masyarakat melimpah. Dengan begitu masyarakat mudah tertarik untuk mengkonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada, hal ini apabila tidak terkontrol maka bukan tidak mungkin pola konsumtif akan menjadi budaya (Indah. I, dkk, 2013). Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal

diperkotaan. Perilaku konsumtif ini terjadi pada seluruh lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda. Hampir tidak ada golongan yang tidak luput dari hal tersebut. Jika dilihat dari fenomena yang ada umumnya yang suka berbelanja saat ini adalah remaja. Lina dan Rosyid menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi (dalam Indah. I, dkk, 2013).

Fenomena perilaku konsumtif tampak terlihat di kalangan remaja, menurut Monks dkk (Nashori dalam Ramadhan, 2012) remaja memang menginginkan agar penampilan, gaya tingkah laku, cara bersikap, dan lain-lainnya akan menarik perhatian orang lain, terutama kelompok teman sebaya. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan sosialnya, berusaha untuk mengikuti perkembangan yang terjadi seperti cara berpenampilan. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain atau kelompok teman sebaya menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang tren, misalnya saja pemilihan model pakaian dengan merek terkenal, penggunaan telepon genggam (HP) dengan fasilitas layanan terbaru, berbelanja di pusat perbelanjaan terkenal seperti mall dari pada berbelanja di pasar tradisional atau sekedar jalan-jalan untuk mengisi waktu luang bersama kelompok teman sebaya dan sebagainya.

Hasil survey terbaru AC Nielsen Indonesia, pada tahun 2003 jumlah orang Indonesia yang membelanjakan uangnya di toko swalayan cenderung meningkat pada tahun 2003 dibandingkan dengan tahun 2002. Di Indonesia toko swalayan, seperti hypermarket, supermarket dan minimarket telah mengalami pertumbuhan

yang kuat dengan jumlah toko yang meningkat lebih dari 31,4% dalam waktu dua tahun terakhir. Sementara dalam periode yang sama jumlah toko tradisional telah menurun 8,1% pertahun. Hal ini ditandai dengan berdirinya berbagai pusat perbelanjaan megah di pusat kota, tercatat ada beberapa supermarket, plaza, mall, distro. Yang selalu saja dipadati oleh pengunjung. Hampir tidak ada mall atau supermarket yang sepi oleh pengunjung. Baik hanya sekedar nongkrong, makan ataupun berbelanja.

Mulai maraknya *mall* tampaknya memberikan pengaruh terhadap cara berpenampilan anak muda pada saat ini. Sebagian besar pembeli pernak-pernik seperti kaos, topi, celana, gelang, sabuk dan lainnya ternyata remaja sekolah dan mahasiswa. Hal tersebut berdampak kepada perilaku individu, secara tidak langsung, untuk memenuhi semua tuntutan untuk mendapatkan penampilan yang menarik, individu akan menerapkan perilaku konsumtif guna mendapatkan pakaian dan asesoris untuk mendukung mendapatkan penampilan yang diharapkan. Pelaku utama konsumtif adalah kelompok usia remaja, hal tersebut terkait dengan karakteristik remaja yang mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman dan cenderung boros dalam menggunakan uang. Hal ini ditandai dengan adanya sekelompok komunitas remaja yang aktif mengkonsumsi produk-produk mewah sebagai sebuah prestise dan kehormatan sekedar sebagai pemenuhan hasrat. sifat- sifat remaja ini dimanfaatkan oleh para produsen untuk memasarkan hasil barang produkasinya, sehingga mereka dapat dengan mudah menjual dan mendapatkan hasil dari barang produksinya (<http://www.tempointeraktif.com/>).

Hal tersebut diperkuat dengan hasil survei pada bulan Agustus yang menyebutkan bahwa 93% konsumen yaitu remaja menganggap belanja ke mall merupakan hiburan atau rekreasi (Tambunan, 2012). Bagi remaja, menganut perilaku seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat masuk dalam suatu komunitas tertentu.

Hal lain menunjukkan pola perilaku konsumtif adalah saat ini. Semua kemajuan berpusat pada dunia barat, mulai dari teknologi, mode pakaian, permainan (*Timezone*), sampai tempat makan (KFC, AW, Pizzahut dll). Sehingga tercipta sebuah tren dan gaya hidup perkotaan, iklan-iklan makanan dan minuman, pakaian, teknologi sampai pada pilihan gaya hidup yang ber-merk asing setiap hari ditayangkan yang menggambarkan pola hidup dunia barat yang merasuki remaja-remaja Indonesia khususnya di kota-kota besar. Perilaku konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai. Budaya konsumerisme hadir ditengah masih banyaknya persentase masyarakat miskin yaitu 11,66% (Badan Pusat Statistik, September 2012) yang menandai adanya kesenjangan ekonomi. Pada akhirnya perilaku seperti ini tidak hanya mengacu pada dampak ekonomi, tetapi juga dampak psikologis dan sosial (Arsy, 2006).

Dampak ekonomi dari perilaku konsumtif diantaranya dapat menimbulkan masalah keuangan pada keluarga. Jika individu berasal dari keluarga mampu, dampak ekonomi ini mungkin tidak akan dirasakan. Namun dampak ini akan menjadi masalah, jika individu berasal dari keluarga biasa atau kurang mampu, individu akan mengalami kesulitan dalam mengelola pengeluaran keuangan sehari-hari. Permasalahan ini akan menjadi bertambah jika individu mencari tambahan

pendapatan dengan menghalalkan segala cara, mulai dari menambah jam kerja diluar jam belajar sampai larut malam, bahkan rela melakukan pekerjaan tidak halal seperti seks komersial bagi individu putri atau menjadi “gigolo” bagi individu putra, semua ini dilakukan hanya untuk memenuhi gaya hidupnya yang konsumtif (Rajab, 2006).

Dampak psikologis dari perilaku konsumtif adalah dapat menyebabkan pelaku konsumtif mengalami compulsive buying disorder atau kecanduan belanja (Arsy, 2006). Hal ini menyebabkan para pelaku konsumtif tidak menyadari dirinya tejobak dalam sebuah siklus yang tidak dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan, sehingga pada akhirnya akan berdampak mejadi boros dan menghambur-hamburkan uang, hal ini mungkin tidak akan menjadi masalah besar bagi individu yang dapat memenuhi keinginannya. Namun bagi individu yang tidak dapat memenuhinya, hal ini akan berdampak individu akan menjadi malu karena merasa tidak sejajar dengan teman-temanya percaya diri menurun karena individu merasa tidak se level dengan teman-teman sekelompoknya. Jika individu sudah sampai pada tahap ini tentunya akan berdapak pada pendidikan individu, mulai dari nilai menjadi tidak baik karena individu segan untuk bertanya dengan temanya, bahkan sampai dapat drop out atau individu pindah tempat belajar karena merasa tidak nyaman (Rajab, 2006).

Selanjutnya dampak sosial dari perilaku konsumtif, adalah dapat menyebabkan kesenjangan antar sesama, selain itu individu dapat menarik diri dan tidak ingin bergaul dengan teman sekelompoknya karena merasa tidak dapat memenuhi gaya hidup seperti teman-temanya. Dampak ini akan menjadi

bertambah besar jika teman-temannya yang mengucilkannya atau menjauhi individu tersebut sehingga individu merasa sendiri dan terkucilkan (Rajab, 2006). Perilaku konsumtif yang tampak di kalangan remaja saat ini di samping adanya perubahan dari kehidupan masyarakat yang modern, diyakini pula adanya perubahan pada proses perkembangan di dalam diri remaja. Hal ini dapat dikarenakan remaja mulai mencari identitas diri melalui penggunaan simbol status seperti mobil, pakaian dan kepemilikan barang-barang.

Jika kita lihat dari sudut pandang Islam, budaya konsumtif merupakan cara syeitan untuk menjerumuskan manusia ke jalan maksiat. Karena perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang dalam membelanjakan hartanya yang didasarkan atas pemuasan diri. Perilaku pemuasan diri ini biasanya dimulai dari adanya keinginan hingga mencapai tingkat kepuasan yang maksimal yang berasal dari kekuatan dalam diri manusia yang bersifat pribadi, yang tidak sama selalu dengan orang lain. Kekuatan dari dalam diri tersebut disebut nafsu, tapi dalam konteks keinginan adalah nafsu yang tak terkendali. Islam menentang perilaku konsumtif, karena perilaku ini merupakan perilaku konsumsi yang berlebihan dan boros, hal ini terdapat dal surat (Qs, Al-Isra' : 26-27), yang artinya :

“Berilah para kerabat haknya, demikian pula orang miskin, dan orang yang terlantar dalam perjalanan. Dan janganlah kau memboros-boroskan harta. Sungguh, orang-orang yang boros adalah saudara syeitan. Dan syeitan ingkar kepada Tuhannya”.

Dari hasil pengamatan awal yang telah dilakukan peneliti terhadap 10 remaja dengan memberikan beberapa pertanyaan tentang perilaku konsumtif. Peneliti memperoleh informasi bahwa kebanyakan remaja terbiasa membeli

barang secara berlebih-lebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau manfaat dari barang tersebut dan membeli barang tersebut demi untuk memperoleh kepuasan, mengikuti tren-tren terbaru dan ingin diterima teman sebaya.

“Iyalah kak, kalo gak gitu, kalo kita gak ngikut-ngikut tren pasti dibilang cupu, aku kalo belanja per minggu itu pasti ada aja yang aku beli.. mmm.. kadang barang tu yang aku beli, aku liat bagus eee pas ku coba gak cocok.. trus sering belanja sama kawan-kawan, sering juga sih.. beli-beli gitu... habis... aku juga dipaksa tuk beli, mau gak mau beli juga, kadang aku berpikir juga, kenapa dibeli kalo emang gak butuh, boros tau... hehe.. ya yu kan demi menjaga hubungan aku sama kawan-kawan aku, aku juga ingin diterima sebagai kawan yang baik dong kak.. bukannya apa-apa sih aku juga paksain kawan-kawan aku tuk beli”. (komunikasi personal, Ana 18, siswi SMKN 4 Pekanbaru)

Dan sedikit dari remaja yang tidak terpengaruh oleh tren-tren yang beredar, dan mau mengabdikan uang demi kesenangan semata, seperti yang diungkap oleh Riski (siswi SMKN 4 Pekanbaru)

“kami ni orang biasa-biasa kak. Law orang kaya tu kerjanya belanja-belanja aja terus, menghabiskan uang orang tuanya.... menghambur-hamburkan uang”(Komunikasi Personal, Riski 17).

Remaja sebagai bagian dari anggota masyarakat, dalam perkembangannya selalu berinteraksi dengan dunia luar. Beragam informasi yang masuk, akan menjadi pilihan bagi remaja dalam mensikapi perubahan nilai-nilai budaya yang sesuai dengan konsep dirinya. Remaja akan menilai dan mempertimbangkan informasi yang masuk dari luar apakah sesuai dengan kepribadiannya atau tidak, termasuk bagaimana remaja dalam mensikapi persoalan gaya hidup yang terdapat di dalam masyarakat modern saat ini. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini akan mencoba menguji apakah terdapat “perbedaan antara perilaku konsumtif pada remaja ditinjau dari status sosial ekonomi orangtua”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang di atas, maka masalah utama dalam penelitian ini adalah “ Apakah ada perbedaan antara perilaku konsumtif pada remaja ditinjau dari status sosial ekonomi orangtua”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan perilaku konsumtif remaja ditinjau dari status sosial ekonomi orangtua.

D. Keaslian Penelitian

Pada penelitian sebelumnya sudah pernah ada penelitian tentang perilaku Konsumtif dan status sosial ekonomi orangtua. Penelitian ini adalah penelitian komparasi dimana terdapat variabel X : Perilaku Konsumtif, variabel Y : Status sosial ekonomi orangtua, yang dibedakan menjadi status sosial ekonomi tinggi, status sosial ekonomi menengah dan status sosial ekonomi rendah.

Berikut beberapa penelitian terkait yang berhasil peneliti temukan di beberapa perguruan tinggi di Indonesia:

- 1) Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di kota samarinda, (Endang Dwi Astuti, 2013) penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasilnya penelitiannya bahwa individu melakukan pembelian barang berdasarkan harga, atau pemilihan

barang lebih berdasarkan atas merek dari suatu barang yang terkenal dengan harga yang mahal.

- 2) Pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif remaja pada program IPS SMA Negeri 1 Surakarta tahun ajaran 2012/2013, (Indah Imawati, Susilaningsih, Elvia Ivada, 2013). Hasil penelitiannya bahwa terdapat korelasi negatif dan signifikan antara *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa.
- 3) Pengaruh karakteristik sosial ekonomi keluarga terhadap pola asuh belajar siswa sekolah dasar dan menengah atas, (Herien Puspitawati, 2006) penelitian ini menggunakan kuantitatif. Hasil dari penelitian terdapat perbedaan yang signifikan pengaruh sosial ekonomi keluarga terhadap pola asuh belajar.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Peneliti, tidak hanya menitik beratkan pada perilaku konsumtif, tetapi juga membedakan status sosial ekonomi pada remaja. Itulah yang mendasari keaslian penelitian ini.

E. Manfaat Penelitian

Bila tujuan ini tercapai maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, memperluas wawasan dan perkembangan ilmu pengetahuan

terutama dalam area Psikologi, dan dapat dijadikan sumber bagi pihak lain yang melakukan penelitian terkait dengan perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para Psikolog. Dapat memberikan informasi atau masukan agar tidak berperilaku konsumtif.