

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pada dasarnya semua orang yang hidup di dunia ini memiliki kebutuhan untuk membuatnya bertahan hidup. Kebutuhan tersebut dibagi menjadi tiga bagian, diantaranya adalah kebutuhan primer, sekunder dan tersier, kebutuhan yang pertama yang harus dipenuhi adalah kebutuhan primer yang meliputi sandang, pangan dan papan.

Kebutuhan yang kedua adalah kebutuhan sekunder, yaitu kebutuhan yang melengkapi kebutuhan primer dan yang ketiga adalah kebutuhan tersier yaitu kebutuhan akan barang mewah. Dalam memenuhi kebutuhan seseorang akan cenderung memulainya dari kebutuhan yang pertama karena hal tersebut sangatlah penting untuk kelangsungan hidupnya dan kemudian dilanjutkan dengan kebutuhan yang selanjutnya, yaitu kebutuhan sekunder dan tersier.

Pada tahap pemenuhan kebutuhan sekunder seseorang akan cenderung menaikannya pada kebutuhan yang selanjutnya, yang sebenarnya tidak ada hubungannya langsung untuk kelangsungan hidup mereka. Pada kebutuhan tersier seseorang cenderung membeli barang-barang yang sebenarnya tidak menjadi prioritas atau bukan sesuatu hal yang penting.

Dalam hal ini seseorang cenderung menghambur-hamburkan uang untuk suatu barang yang kurang ada manfaatnya, dan seseorang akan cenderung menjadi berlebih-lebihan dalam pembelian barang-barang yang sebenarnya kurang penting. Perilaku membeli yang berlebihan tersebut disebut dengan perilaku konsumtif.

Menurut Sumartono (2002 : 119), definisi perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan

rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Tambunan (2001 : 1) menjelaskan Kata "konsumtif" (sebagai kata sifat; lihat akhiran -if) sering diartikan sama dengan kata "konsumerisme". Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Dalam era moderen seperti ini seseorang sangatlah mudah untuk memenuhi semua kebutuhannya tersebut dengan cara belanja melalui berbagai macam media, mulai dari pasar, supermarket, mal sampai belanja melalui situs-situs online dan media sosial. Dengan semakin berkembangnya teknologi sekarang ini, banyak sekali para pemasar yang menggunakan strategi pemasaran yang sangat menarik untuk para pembeli sehingga mereka tertarik dengan hal tersebut, melalui promosi-promosi yang menarik, penggunaan model yang menjadi idola untuk para remaja, sampai trik-trik diskon. Hal tersebut dapat dengan sangat mudah untuk menarik perhatian para konsumen.

Keberadaan pusat perbelanjaan yang sudah sangat mudah untuk dijumpai juga mempermudah akses para konsumen untuk mengunjunginya. Selain itu pusat perbelanjaan atau mal dengan berbagai tawarannya akan sangat menarik untuk dijadikan sebagai tempat untuk sekedar hiburan. Dalam hal ini remaja merupakan sasaran yang paling tepat untuk para pemasar. Tambunan (2001 : 2) menjelaskan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja.

Remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Biasanya para remaja banyak menghabiskan waktunya dengan teman-temannya di pusat perbelanjaan untuk sekedar jalan-

jalan, kemudian para remaja tersebut dapat dengan mudah tertarik dengan barang-barang yang dijual dengan promosi yang sangat menarik, sebagai contoh beli 2 gratis 1, hal tersebut akan sangat mudah memancing niat para remaja untuk membelinya tanpa berfikir panjang lagi.

Seorang remaja seharusnya mampu menekan perilaku belanja yang berlebihan, karena hal tersebut dapat berdampak negatif di kemudian hari. Selain itu, seorang remaja harus mampu untuk menekan perilaku tersebut dengan mengatur keuangannya. Mereka seharusnya tidak menghambur-hamburkan uang untuk hal-hal yang tidak diperlukan dan berbelanja di batas kewajaran agar perilaku konsumtif tidak mengakar sampai dewasa. Remaja yang masih dalam usia sekolah, seharusnya lebih mementingkan urusan belajar dibandingkan dengan terlalu mengurus masalah penampilan yang menuntutnya untuk suka berbelanja.

Seperti halnya para remaja putri yang berada di SMAN 2 Ngawi, kebanyakan dari mereka merupakan para remaja yang mempunyai perilaku konsumtif, hal ini dapat terlihat dari gaya hidup dan penampilan mereka. SMAN 2 Ngawi merupakan salah satu sekolah menengah atas negeri yang berada di Provinsi Jawa Timur. Sekolah tersebut merupakan salah satu sekolah yang menjadi unggulan di Kabupaten Ngawi. Tak heran jika sebagian besar siswanya merupakan siswa yang berprestasi. Para siswa di SMAN 2 Ngawi sebagian besar memang mereka dari keluarga dengan tingkat finansial yang cukup tinggi. Berawal dari situlah banyak remaja putri khususnya yang bersekolah di SMAN 2 Ngawi memiliki perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif ini juga tampak terlihat dari perilaku mereka yang suka berbelanja di mall, terlebih ketika ada diskon yang besar ataupun penawaran harga promo yang menarik. Meskipun di ngawi tidak ada mall mereka rela pergi ke Madiun ataupun ke Solo untuk berbelanja di mall. Bukan hanya di mall mereka sering menghabiskan uangnya, tetapi juga di pertokoan-pertokoan ataupun butik baju yang berada di Ngawi.

Selain itu perilaku konsumtif bisa dikatakan muncul hanya untuk persaingan dan menjaga diri dari gengsi, karena pengaruh teman-temannya yang rata-rata memang seperti itu. Mereka beranggapan bahwa penampilan yang menarik dengan menggunakan produk-produk yang bagus akan meningkatkan rasa percaya diri.

Terlepas dari semua itu perilaku konsumtif juga dapat terjadi karena pengaruh dari lingkungan sekitarnya. Lingkungan yang paling mudah mempengaruhi adalah kelompok yang ada dalam lingkungan dimana dia berinteraksi setiap harinya, dalam hal ini kelompok teman sebaya yang paling besar pengaruhnya. Selain itu perilaku konsumtif pada remaja juga erat kaitannya dengan harga diri pada remaja.

Harga diri atau self esteem mengandung arti suatu hasil penilaian individu terhadap dirinya yang diungkapkan dalam sikap-sikap yang dapat bersifat positif dan negatif. Bagaimana seseorang menilai tentang dirinya akan mempengaruhi perilaku dalam kehidupannya sehari-hari (Tambunan, 2001 : 1). Setiap orang memiliki tingkat harga diri yang berbeda-beda dalam hidupnya. Ada orang dengan harga diri rendah dan ada pula orang dengan harga diri yang tinggi.

Menurut Ramadhan(2012 : 42) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa lebih banyak responden yang memiliki gaya hidup konsumtif dengan harga diri yang negatif, hasil penelitian tersebut dapat dikarenakan banyak responden yang berperilaku konsumtif hanya untuk menutupi kekurangan yang ada pada dirinya. Dari hasil tersebut maka dapat terlihat dengan jelas bahwa remaja dengan karakteristiknya mudah sekali untuk menjadi konsumtif untuk menaikkan persepsi harga dirinya.

Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Harter (dalam Santrock, 2003 : 336) menemukan adanya hubungan yang kuat antara penampilan diri dengan harga diri secara umum yang tidak hanya di masa remaja tapi juga sepanjang masa hidup, dari masa kanak-kanak awal hingga usia dewasa pertengahan .

Menurut Felker (dalam Ramadhan, 2012 : 10) terdapat beberapa komponen harga diri, diantaranya adalah Perasaan diterima (*Feeling Of belonging*) perasaan individu bahwa dirinya merupakan bagian dari suatu kelompok dan dirinya diterima seperti dihargai oleh anggota kelompoknya, Perasaan mampu (*Feeling Of Competence*) Perasaan dan keyakinan individu akan kemampuan yang ada pada dirinya sendiri dalam mencapai suatu hasil yang diharapkan, misalnya perasaan seseorang pada saat mengalami keberhasilan atau kegagalan, Perasaan berharga (*Feeling Of Worth*) Perasaan dimana individu merasa dirinya berharga atau tidak, dimana perasaan ini banyak dipengaruhi oleh pengalaman yang lalu. Perasaan yang dimiliki individu yang seringkali ditampilkan dan berasal dari pernyataan-pernyataan yang sifatnya pribadi seperti pintar, sopan, tampan atau cantik dan lain sebagainya.

Terlepas dari faktor harga diri, perilaku konsumtif sangat mudah akan terjadi karena faktor lingkungan sosialnya, disini lingkungan sosial yang mudah mempengaruhinya adalah teman sebaya. Pengaruh sosial tersebut disebut dengan konformitas. Konformitas merupakan suatu jenis pengaruh sosial dimana seseorang mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sama dengan nilai sosial yang berlaku(Baron & Byrne , 2005 : 53). Para remaja putri di SMAN 2 Ngawi berperilaku konsumtif juga dapat dikarenakan oleh konformitas terhadap teman sebaya. Seorang remaja akan merasa dirinya berbeda jika tidak menyesuaikan diri dengan lingkungan tempatnya bersosialisasi, hal ini sesuai dengan salah satu aspek dari konformitas, yaitu pengaruh sosial normatif yang merupakan pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan seseorang untuk disukai atau diterima oleh orang lain. Mengacu pada hal tersebut, maka perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi dapat terjadi karena dia ingin diterima dan disukai oleh teman-temannya dalam sebuah hubungan pertemanan yang erat.

Karena lingkungan sekolah tersebut merupakan lingkungan dengan siswa yang berasal dari kalangan menengah ke atas, maka perilaku konsumtif sangat mudah untuk terjadi.

Dukungan finansial yang mencukupi dari orang tua akan digunakan untuk membeli barang-barang yang sekiranya tidak penting untuk mereka. Karena faktor konformitas akhirnya mereka ikut-ikutan teman untuk membeli seperti apa yang dimiliki oleh teman-teman dalam satu kelompoknya, dengan tujuan untuk menghindari penolakan dan agar keberadaannya diakui oleh kelompoknya. Bentuk konformitas yang dilakukan oleh para remaja disana dapat terlihat saat mereka mulai membeli apa yang teman mereka miliki, seperti baju, tas, sepatu ataupun asesoris-asesoris lain. Mereka melakukan ini karena agar tidak terlihat ketinggalan tren dari teman-temannya.

Untuk menunjang penampilannya, remaja sangat menyukai segala hal yang berhubungan dengan fashion, mulai dari pakaian sampai dengan asesoris yang menambah tingkat penampilannya agar menjadi menarik. Mereka beranggapan bahwa apabila penampilan mereka menarik, maka mereka akan diterima dalam kelompoknya dan harga dirinya menjadi positif. Para wanita yang berperilaku konsumtif membeli barang-barang yang berlebihan tersebut untuk menunjang penampilan mereka, karena mereka menganggap bahwa barang-barang tersebut mampu membuat citra diri yang ideal dan merasa percaya diri (Attmann & Johnson, 2009 : 270). Sebagaimana salah satu komponen harga diri yang telah dipaparkan oleh Felker bahwa perasaan berharga pada seseorang yang dapat dikategorikan bahwa dirinya cantik, menarik, pintar dan lain sebagainya, maka remaja sering berbelanja segala sesuatu yang berhubungan dengan penampilannya, agar salah satu dari komponen harga diri tersebut terpenuhi.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Shon & Choi (2012 : 1617) yang menyebutkan beberapa faktor perilaku konsumtif diantaranya adalah yang pertama karena faktor perasaan, yang dimaksud perasaan dalam penelitian tersebut adalah perasaan kesepian dan rasa marah terhadap lingkungan sekitarnya dan kemudian mendorongnya untuk berbelanja. Faktor yang kedua adalah karena

terpengaruh oleh iklan di TV dan media sosial, faktor yang ketiga adalah karena kurangnya rasa percaya diri, faktor yang selanjutnya karena rasa tidak puas dan selalu membandingkan diri dengan orang lain. Faktor yang terakhir adalah anggapan bahwa memakai barang yang mahal akan membuat mereka merasa bahagia.

Remaja seringkali tidak memikirkan tentang apa manfaat dari barang-barang yang telah dibelinya tersebut di kemudian hari, sehingga barang tersebut menjadi barang yang tidak bermanfaat dan konsumtif. Remaja juga sering mengikuti tren agar dikatakan gaul dan tidak kuno, mereka menirunya dari media cetak maupun media elektronik dan juga media sosial, akibatnya mereka tidak memikirkan manfaat panjang dari barang yang dibelinya. Seorang remaja yang merasa harga dirinya rendah akan terus berusaha menaikkannya dengan mencoba untuk menampilkan dirinya yang dinilai positif oleh kelompoknya, dalam hal ini gaya hidup remaja mulai beralih menuju gaya hidup yang konsumtif, karena dengan memakai barang-barang yang terkesan akan dapat menunjang penampilannya dan pada akhirnya akan membuat mereka mempunyai harga diri yang tinggi.

Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup sekelompok remaja. Dalam perkembangannya, mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai.

Masalah lebih besar terjadi apabila pencapaian tingkat finansial itu dilakukan dengan segala macam cara yang tidak sehat. Mulai dari pola bekerja yang berlebihan sampai menggunakan cara instan seperti korupsi. Pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosial bahkan etika (Tambunan, 2001 : 1).

Perilaku konsumtif dapat menjadi suatu hal yang sangat merugikan dan dapat mengakar sampai mereka tumbuh dewasa, apabila hal tersebut tidak dapat ditekan, oleh karena itu perlu

adanya arahan dari orang tua untuk menekan perilaku tersebut agar tidak merugikan di kemudian hari.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif remaja putri di SMAN 2 Ngawi?
2. Bagaimana tingkat harga diri pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi?
3. Bagaimana tingkat konformitas remaja putri di SMAN 2 Ngawi?
4. Apakah ada hubungan antara harga diri dan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi?
5. Apakah ada hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi?

C. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi.
2. untuk mengetahui tingkat harga diri pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi.
3. untuk mengetahui tingkat konformitas pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi.
4. untuk mengetahui besarnya hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi.
5. untuk mengetahui besarnya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi sumbangan bagi ilmuwan psikologi sehingga dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di bidang psikologi sosial serta psikologi industri dan organisasi terutama bidang perilaku konsumen mengenai hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, masukan, dan pemikiran mengenai hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri, serta memberikan kesadaran pada remaja khususnya untuk menekan perilaku konsumtif, dan untuk memberi informasi pada guru dan orang tua agar memberi arahan pada remaja putri, karena penelitian ini dilakukan dalam lingkup sekolah.