

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Belanja merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia dengan membeli untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan belanja banyak disukai oleh masyarakat Indonesia karena sudah menjadi bagian dari budaya dan menimbulkan tingkat kepuasan tertentu jika melakukannya. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari Ketua Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia DPD DKI Jakarta. “kalau di luar negeri lebih individual, dengan kesibukannya sendiri senang belanja online sendiri. Kalau di Indonesia seperti halnya arisan, tidak mungkin mau menggunakan skype, maunya ketemuan di restoran. Itu daya tarik belanja secara langsung untuk masyarakat Indonesia,” Ellen Hidayat. Kamis, 11 Juli 2019 (cantik.tempo.co). Dengan adanya kegemaran melakukan kegiatan belanja pada masyarakat membuat pengeluaran masyarakat bertambah, pengeluaran masyarakat kini menjadi beragam dan tidak selalu berkaitan dengan kebutuhan makan dan minum saja tetapi berkaitan juga dengan yang dinamakan sebagai gaya hidup. Fenomena bertambahnya pengeluaran untuk kebutuhan masyarakat ini terjadi karena meningkatnya kebutuhan serta keinginan masyarakat.

Kegiatan pembelian barang dan jasa merupakan kegiatan yang wajar jika tidak dilakukan secara berlebihan dan masih dalam batas kemampuan orang yang membeli. Tetapi sebaliknya akan menjadi berbahaya jika dilakukan diluar batas kemampuan dan memaksakan pembelian untuk barang-barang yang bisa saja tidak dibutuhkan. Tidak jarang seseorang melakukan kegiatan pembelian barang tanpa didasari oleh kebutuhan yang jelas, dampaknya adalah seseorang akan terbiasa dengan hidup boros, meningkatnya tagihan kartu kredit hingga dapat terjebak dalam hutang yang akan membebankan.

Jatman (dalam Lina & Rosyid, 1997) mengatakan bahwa remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, tidak lepas dari pengaruh konsumtivisme ini, sehingga tidak aneh jika remaja menjadi salah satu sasaran berbagai produk perusahaan. Menurut Mahrunnisya (2018) terdapat banyak alasan untuk perilaku konsumtif yang sering dilakukan oleh remaja, terutama karena mereka sedang dalam proses menemukan kepribadian dan sangat sensitif terhadap pengaruh luar, baik pengaruh yang positif maupun pengaruh negatif. Pengaruh sosial yang diterima oleh individu memberikan dampak pada pikiran, perasaan, dan tindakan. yang dilakukan oleh individu dan beberapa kegiatan individu dengan orang lain. Masa remaja dengan fluktuasi emosional ditandai dengan emosi yang tidak seimbang, yang menjadikan remaja mudah terpengaruh pada lingkungan (Scully & Moital, 2016).

Masa remaja adalah masa perkembangan yang merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa yang dimulai sekitar usia 10 sampai 12 tahun dan berakhir pada usia 18 sampai 21 tahun (Dryfoss & Barkin, 2006). Lebih rinci lagi (Monks, 2009) menyatakan bahwa semua aspek perkembangan dalam masa remaja secara global berlangsung antara umur 12-22 tahun, dengan pembagian usia 12-15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah masa remaja pertengahan, 18-22 tahun adalah masa remaja akhir.

Mahasiswa merupakan sekelompok remaja yang mulai memasuki tahap dewasa awal yang sedang menempuh pendidikan ditingkat universitas, mahasiswa sudah sepatutnya mengisi kegiatan sehari-harinya dengan kegiatan yang dapat menunjang pembelajaran dan keahlian sehingga dapat bermanfaat sebagai penunjang pembelajaran selama masa perkuliahan. Selain bermanfaat bagi dirinya sendiri, lebih luas lagi mahasiswa juga dituntut untuk dapat bermanfaat bagi kehidupan masyarakat dan juga bangsa.

Mahasiswa diharapkan mampu mengenali dan memahami dirinya dengan baik agar terhindar dari hal-hal negatif, salah satunya adalah perilaku konsumtif. Namun kenyataannya, perilaku konsumtif tidak bisa dihindarkan dari kehidupan mahasiswa di kota besar. Mahasiswa di kota besar mendapat akses informasi dan teknologi yang sangat baik, serta didukung oleh kondisi geografis yang memungkinkan. Mereka

menjadi lebih mudah mendapatkan akses ke produk, hiburan, dan jasa (Enrico, Aron, & Oktavia, 2014). Dilain sisi, kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas di kalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam mengkonsumsi barang dan jasa (Gumulya & Widiastuti 2013).

Kampus yang seharusnya menjadi tempat dimana para mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan tidak jarang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki. Hal ini menjadikan mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam produk *bermerk* untuk mengikuti *trend* terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan (Gumulya & Widiastuti 2013).

Berdasarkan hasil wawancara kepada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta terkait dengan perilaku konsumtif yang dilakukan pada tanggal 20 Maret 2020, mahasiswa berinisial IS dari Fakultas Pendidikan Psikologi mengatakan “*Saya lebih suka menghabiskan uang untuk membeli barang seperti pakaian atau sepatu dibanding membeli buku perlengkapan kuliah. Kalau buku kuliah kan bisa minjem ke teman atau senior.*” Wawancara selanjutnya bersama mahasiswa Fakultas Teknik berinisial MF mengatakan “*Saya membeli sepatu agar bisa terlihat sama dengan teman-teman kelompok. Memang sih tidak ada tuntutan dari teman-teman, tapi kalau berbeda rasanya ya tidak enak aja. Ya lebih cenderung mengikuti apa yang sedang menarik. Kalau perlengkapan kuliah ya urusan belakangan.*” Dapat dikatakan bahwa kegiatan mengkonsumsi barang dan jasa dikalangan mahasiswa mulai berganti tujuan yang pada awalnya untuk memenuhi kebutuhan hidup kini menjadi untuk mengikuti *trend* agar dapat diterima oleh lingkungannya.

Kata “konsumtif” menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan dengan tujuan mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001). Menurut Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Diperkuat oleh Fromm (1995) yang menyatakan

bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang ditandai oleh adanya pembelian berlebihan dan menggunakan segala hal yang dianggap mahal untuk memberikan kepuasan namun tidak berdasarkan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku ini disebabkan oleh rasa keinginan yang kuat dan hanya untuk memberi kesenangan.

Lina & Rosyid (1997) lebih jelas menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, pembelian yang dilakukan tidak lagi berdasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah berada pada taraf keinginan yang berlebihan. Perilaku konsumtif sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan. Engel, Blackwell, dan Miniard (2008) menyatakan perilaku konsumtif memiliki beberapa aspek yaitu, pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan pemborosan.

Timbulnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian, dan konsep diri sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial, dan keluarga (Sumartono, dalam Wijayanti & Astiti, 2017). Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam membeli barang dan jasa, diantaranya adalah konsep diri.

Syam (2012) mendefinisikan konsep diri sebagai keyakinan, pandangan atau penilaian seseorang terhadap diri sendiri. Menurut Goni (2008) konsep diri mencakup referensi tentang bagaimana seseorang memandang diri sendiri. Diperkuat oleh Brooks (1974) yang menyatakan konsep diri adalah semua perasaan dan pemikiran seseorang mengenai dirinya sendiri yang meliputi kemampuan, karakter diri, sikap, tujuan hidup, dan penampilan diri.

Syam (2012) menyatakan lebih lanjut bahwa individu yang memiliki konsep diri positif akan terlihat lebih optimis, penuh percaya diri dan selalu bersikap positif terhadap segala sesuatu, juga termasuk kegagalan yang dialaminya. Individu dengan konsep diri positif akan mampu menghargai dirinya dan melihat hal-hal yang positif

yang dapat dilakukan demi keberhasilan di masa yang akan datang. Sedangkan individu dikatakan memiliki konsep diri negatif apabila individu tersebut meyakini dan memandang bahwa dirinya lemah, tidak berdaya, tidak dapat berbuat apa-apa, tidak kompeten, gagal, tidak menarik, tidak disukai dan kehilangan daya tarik terhadap hidup. Individu dengan konsep diri negatif akan cenderung bersikap pesimis terhadap kehidupan dan kesempatan yang dihadapinya. Ia tidak melihat tantangan sebagai kesempatan, melainkan hal tersebut lebih dianggap sebagai halangan. Individu dengan konsep diri negatif akan mudah menyerah dan jika gagal akan menyalahkan diri sendiri atau orang lain.

Dari teori yang sudah dijabarkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa konsep diri merupakan bagaimana cara individu memandang gambaran tentang dirinya sendiri secara menyeluruh. Apabila gambaran tentang dirinya telah sesuai dengan apa yang individu tersebut harapkan tentunya akan membuat individu puas dengan dirinya, tetapi sebaliknya jika terdapat kesenjangan antara gambaran tentang diri dengan apa yang individu tersebut harapkan maka akan besar rasa ketidaknyamanan dalam individu tersebut.

Menurut Suminar dan Meiyuntari (2015) dalam suatu penelitian diketahui bahwa konsep diri yang cenderung negatif memberi ketidaknyamanan secara personal. Bagi subjek, salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan konsep diri tersebut yaitu dengan melakukan pembelian, penggunaan, dan memamerkan barang atau jasa yang dikonsumsi. Produk bernilai tinggi dianggap dapat menambah kepercayaan diri bahkan menutupi kekurangan yang ada pada diri mereka.

Hal ini didukung oleh pendapat Toth (2014) yang menyatakan bahwa individu lebih sering menggunakan suatu produk agar dapat menaikkan konsep diri yang dimiliki. Ada harapan dari individu bahwa dengan ia mengkonsumsi produk tersebut, penilaian orang lain terhadap dirinya akan membaik dan berpengaruh terhadap konsep dirinya. Menurut Tambunan (2001) remaja yang memiliki konsep diri negatif, cenderung mempunyai pandangan yang buruk terhadap dirinya, sehingga untuk dapat

diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan remaja berusaha mengikuti atribut yang sedang menjadi mode dan berperilaku konsumtif.

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Wijayanti dan Astiti (2017) menyatakan bahwa penelitian yang bertujuan untuk melihat bagaimana hubungan antara konsep diri dan perilaku konsumtif pada remaja di Kota Denpasar. Penelitian yang melibatkan remaja di Kota Denpasar yang berjumlah 318 orang dengan rentang usia 15 – 18 tahun menyimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kedua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel konsep diri dan perilaku konsumtif remaja di Kota Denpasar.

Andaryanti dan Indrawati (2018) melakukan studi yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif terhadap pakaian pada siswi kelas XI di SMAN 1 Pati. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif terhadap pakaian pada siswi kelas XI SMAN 1 Pati.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Lato dan Kusumadewi (2018) yang bertujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNESA angkatan 2016. Berdasarkan hasil analisa data penelitian dinyatakan bahwa “Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNESA angkatan 2016”.

Perilaku konsumtif tidak dibatasi pada suatu produk tertentu, karena menurut (Sumartono, dalam Wijayanti & Astiti, 2017). seseorang akan melakukan perilaku konsumtif dengan mengacu pada apa yang ditentukan oleh kelompok referensinya. Hal ini menandakan bahwa perilaku konsumtif tidak dibatasi pada suatu produk tertentu saja. Sejalan dengan itu Kurniawan (2017) mengatakan bahwa individu dengan perilaku konsumtif akan mengikuti individu lain sehingga apapun itu akan selalu dibeli dan mempunyai perasaan ingin selalu memiliki barang-barang yang sedang terkenal seiring dengan perkembangan zaman. Selain itu biasanya individu

yang selalu ingin menarik perhatian individu lain pasti memiliki cara, salah satunya yaitu memiliki barang-barang yang dinilai *up to date*.

Berdasarkan fenomena-fenomena di atas, berbagai penelitian terdahulu sudah membuktikan tentang adanya hubungan negatif antara konsep diri dan perilaku konsumtif. Sebagaimana diketahui pula bahwa banyak faktor lain selain konsep diri yang mempengaruhi perilaku konsumtif, oleh karena itu penelitian ini ingin mengetahui lebih lanjut tentang seberapa besar kontribusi konsep diri terhadap perilaku konsumtif dibandingkan dengan faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran konsep diri para mahasiswa?
2. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa?
3. Apakah terdapat pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa?

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Ada beberapa faktor yang menjadi permasalahan berdasarkan identifikasi masalah, peneliti memberikan batasan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan. Peneliti membatasi permasalahan pada pengaruh antara konsep diri dan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan dalam penelitian adalah sebagai berikut: Apakah terdapat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

1.6.1.1 Menambah pengetahuan dan wawasan baru bagi mahasiswa khususnya di bidang psikologi.

1.6.1.2 Menjadi referensi maupun data tambahan bagi penelitian terkait di masa mendatang.

##### **1.6.2. Manfaat Praktis**

1.6.2.1 Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif.

1.6.2.2 Untuk memberikan informasi dan pemahaman tentang bahayanya perilaku konsumtif. Masyarakat dapat lebih bijak dalam membeli sesuatu.