

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman seperti sekarang ini sedikit banyaknya membuat perubahan pada diri setiap manusia. Bermula dari yang bersifat sederhana ataupun tradisional berubah menjadi kehidupan yang lebih modern dan memberi pengaruh pada masyarakat dalam sebuah proses transformasi yang berdampak pada perubahan dalam segala aspek arus globalisasi. Hal ini terkadang menyebabkan seseorang menjadi kurang realistis dalam berfikir atau mengambil keputusan dalam mengonsumsi suatu guna mengikuti gaya hidup tersebut (Putri, 2013). Arus globalisasi juga mengarahkan pola hidup masyarakat *konsumeristik* seperti menjamurnya *shopping mall* sebagai pusat perbelanjaan, gaya hidup dengan industri, serta merebaknya sekolah-sekolah yang mahal.

Bertambahnya perkembangan perangkat media juga dapat memberikan bukti secara nyata penyebab hasrat konsumtif pada masyarakat. Perilaku konsumtif secara umum menjelaskan mengenai keinginan memiliki barang atau mengonsumsi barang secara berlebih yang sebenarnya kurang diperlukan, sehingga perilaku tersebut tergolong perilaku boros. Shohibullana (2014) berpendapat bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku atau tindakan seseorang yang melakukan pembelian barang yang berlebihan tanpa melihat penting tidaknya barang tersebut. Banyaknya ragam produk dipasarkan yang mempengaruhi perilaku seseorang terhadap pola pembelian, sehingga pemenuhan kebutuhan saat ini tidak lagi digunakan untuk memenuhi kebutuhan (*need*), melainkan lebih pada keinginan (*want*) yang sifatnya bisa ditunda, misalnya seperti mengikuti perkembangan mode,

menaikkan prestise, menjaga gengsi dan berbagai alasan lain yang sifatnya kurang penting (Putri, 2013).

Hal lain disampaikan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (dalam Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan, karena dalam perilaku konsumtif di dalamnya merupakan sebuah kecenderungan berperilaku, maka selanjutnya istilah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif saja. Menurut Irmasari (2010, dalam Putri, 2013) Bila dilihat dari sisi negatifnya, maka perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak : Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial; mengurangi kesempatan untuk menabung; cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang.

Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi yang ada, secara nyata menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli juga bertambah (Putri, 2013). Salah satu contohnya dalam penggunaan ponsel, dahulu ponsel digunakan oleh pengusaha akan tetapi sekarang ponsel sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat dan ponsel yang digunakan minimal pilih yang pakai kamera dan ringtone-nya yang polifonik. Terkadang seseorang yang memiliki perilaku konsumtif dikarenakan ingin mengikuti trend yang ada agar terlihat lebih menarik. Keinginan gonta-ganti produk merupakan satu dorongan dalam diri manusia untuk menunjukkan bahwa dirinya berbeda dan lebih dibandingkan dengan orang lain.

Perilaku konsumtif juga lebih banyak melanda di kota-kota besar terutama di Ibukota. Menurut kepala badan pusat statistik (BPS) Suryamin mengatakan bahwa, DKI Jakarta memiliki indeks konsumsi tertinggi yaitu sebesar 111,49. Wilayah DKI Jakarta Timur merupakan wilayah yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini, karena menurut Badan Pusat Statistik pada sensus kependudukan tahun 2010, Jakarta Timur merupakan bagian wilayah dari DKI Jakarta yang memiliki jumlah penduduk terbanyak

dengan jumlah sekitar 2.738.033 jiwa dibandingkan wilayah DKI yang lainnya. Kemudian Jakarta Timur juga memiliki jumlah remaja putri yang tergolong tertinggi yaitu sekitar 210.000 jiwa dibandingkan dengan wilayah DKI Jakarta lainnya. Serta ditambah dengan informasi oleh Associate Director Commercial Real Estate (Colliers) Indonesia, Ferry Salanto, yang mengatakan bahwa pertumbuhan mall di daerah Jakarta Timur, Utara, Barat, dan Bekasi cukup tinggi (Syailendra, 2013). Dari informasi-informasi yang telah dikemukakan dapat memperkuat dugaan bahwa pada wilayah Jakarta Timur merupakan wilayah yang masyarakatnya memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Terlebih lagi pada kehidupan saat ini yang masyarakat tidak terlepas dari pola konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan aktifitas konsumsi yang lakukan dapat tergolong berlebihan atau tidak rasional dalam mengkonsumsi suatu barang jasa.

Pada umumnya pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja dan perilaku konsumtif biasanya terjadi pada usia remaja. Hal terjadi karena remaja yang mudah sekali terbujuk rayuan iklan, meniru teman, pengaruh konformitas, adanya rasa tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya dengan alasan hobi atau untuk kesenangan pada dasarnya semata serta adanya keinginan untuk menunjukkan diri bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang tengah sedang beredar (Rombe, 2014). Berdasarkan hasil preliminary study yang dilakukan dengan dua metode yaitu kuesioner dan wawancara pada remaja putri di Jakarta Timur, didapati 9 dari 12 remaja yang memiliki perilaku konsumtif. Dalam hasil wawancara didapati bahwa pada dasarnya mereka berperilaku seperti itu dikarenakan ikut-ikutan teman, dan mengikuti mode yang ada agar tidak ketinggalan zaman. Setelah dilakukan sesi wawancara kepada siswa yang berinisial SD dan T bahwa mereka sering mementingkan gengsi mereka. Oleh karena itu mereka selalu berusaha mendapatkan barang sebarang mungkin. Seperti yang diungkapkan oleh SD bahwa dia selalu ingin terlihat *update* dan gaul dengan memakai barang-barang baru, sedangkan T

berpendapat dengan dia suka bergonta-ganti barang, teman-temannya akan lebih memandangi dia dan dekat dengannya.

Masa remaja merupakan masa usia dimana anak menjadi lebih memusatkan pada fisik dan pada masa ini juga merupakan masa pencarian identitas diri yang pada umumnya merupakan rentang usia dengan tugas perkembangan masa peralihan dan pencarian identitas. Menurut Rombe (2014) Remaja masa kini selalu berusaha untuk memiliki serta menggunakan barang-barang yang tengah populer, hal ini terjadi karena tidak terlepas dari pesatnya kemajuan teknologi dan globalisasi serta didukung oleh pola konsumsi seseorang yang terbentuk pada masa seseorang tersebut menginjak usia remaja. Dalam kehidupan saat ini, remaja putri memiliki perilaku berbelanja yang lebih tinggi dari remaja putra sehingga perilaku konsumtif remaja putri cenderung lebih tinggi daripada remaja putra (Rombe, 2014).

Berdasarkan preliminary study yang dilakukan Rombe pada tanggal 03 September 2013 di SMAN 5 Samarinda, dari 10 siswa yang ada terdapat 9 siswa yang mengaku selalu berusaha untuk mengikuti dan memiliki barang-barang yang sedang *trend* seperti ponsel, sepatu dan model pakaian. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh salah satu siswa SMAN 5 yang berinisial PIR dalam wawancara singkat, yang mengatakan bahwa dirinya selalu berusaha untuk mengikuti kemajuan teknologi dengan berusaha membeli barang-barang yang sedang *trendy* tanpa memikirkan harga barang tersebut mahal atau tidak yang penting bersangkutan tidak disebut ketinggalan zaman oleh teman-temannya.

Selain PIR, salah satu siswa yang berinisial MT yang juga mengungkapkan jika murid-murid di sekolahnya tersebut terkenal dengan sifat yang *gengsi-gengsian*. Sifat tersebut sudah merupakan gaya hidup pada siswa yang ada di sekolah tersebut meskipun dari kalangan keluarga yang berbeda-beda. Selain itu siswa-siswa di sekolah tersebut menurut penuturan MT jika ada suatu barang yang sedang *trendy*, maka siswa-siswa di sekolah

tersebut akan berusaha untuk memilikinya karena jika tidak mereka takut akan dianggap *kudet* atau kurang *update*. Hal tersebut memberikan bukti bahwa remaja suka mencoba hal-hal baru dan cenderung boros.

Jadi, sifat umum para remaja tersebut ialah ingin mencoba hal-hal yang baru, seperti meniru lingkungan sekitarnya dan mencari teman-teman sebaya yang memiliki pemahaman yang sama dengannya. Lingkungan pergaulan pun memiliki pengaruh yang lebih besar dalam pencarian identitas, karena pada masa remaja ini dianggap masa yang mudah terbujuk rayuan iklan, ikut-ikutan teman, seperti untuk menunjang penampilan dirinya mulai dari sepatu, pakaian, kosmetik, asesoris hingga alat-alat yang dapat menunjang kecantikannya dan penampilan dirinya. Menurut keterangan krismas di salah satu berita *online* pada hari Senin, 20 Mei 2013, dalam berita tersebut para ahli menemukan dua per tiga atau sekitar 62 persen dari kaum wanita akan menghabiskan banyak uang ketika berbelanja dengan teman wanita mereka, dibandingkan saat mereka berbelanja sendirian. Seorang juru bicara dari *Liverpool ONE*, yang melakukan studi ini terhadap 2.000 perempuan, mengatakan, "Berbelanja bersama teman-teman, walaupun terkadang dapat mengeluarkan biaya lebih mahal, namun jauh lebih menyenangkan daripada berbelanja sendiri". Ditemukan, satu dari 10 gadis remaja telah membeli item seperti yang dianjurkan oleh teman mereka, ketika kembali ke rumah ternyata pakaian itu kurang disukai oleh dirinya. Kemudian, hanya lebih dari sepertiga kadang-kadang mereka merasa bosan saat harus berputar-putar belanja dari satu toko ke toko lain, hanya karena mereka belum menemukan *item* yang disukai. Dan, 28 persen tidak suka kalau teman-teman mereka memakan waktu terlalu lama untuk memutuskan apa yang harus dibeli.

Para remaja tersebut menganggap dengan mereka mengonsumsi barang-barang secara berlebihan akan dapat menaikkan derajatnya di lingkungan sosial. Banyak yang mempunyai perilaku ingin tampil mewah, tetapi sesungguhnya ia belum mampu untuk itu (Putri, 2013). Oleh karena itu

para remaja, sangat membutuhkan adanya kemantapan Harga diri. Umumnya pada masa remaja ini, para remaja sedang menjajaki rasa harga diri, pencarian identitas diri dan memantapkan rasa harga dirinya. Oleh karena itu sangat penting bagi mereka untuk mengembangkan harga diri yang ada pada dirinya.

Menurut Rahmania & Yuniar (2012) Harga diri merupakan sikap yang berdasarkan pada persepsi mengenai nilai seseorang. Harga diri merupakan komponen afektif kognitif dan evaluatif yang bukan hanya merupakan persoalan pribadi ataupun psikologis, tetapi juga interaksi sosial (Rahmania & Yuniar, 2012). Pada umumnya remaja yang memiliki harga diri yang tinggi lebih cenderung memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi dalam hidupnya dibandingkan remaja yang memiliki harga diri yang rendah. Apabila remaja memiliki harga diri yang tinggi, maka mereka tidak akan mudah tergoda yang banyak ditawarkan oleh lingkungan dan mereka pun dapat mengambil sikap dengan baik yang pada akhirnya mereka bisa menghindari perilaku-perilaku yang negatif.

Individu dengan harga diri tinggi sadar akan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya dan memandang kelebihan-kelebihan tersebut lebih penting daripada kelemahannya (Aditomo & Retnowati, 2004). Bila dihadapkan pada pengalaman pahit seperti kegagalan, individu dengan harga diri tinggi juga lebih tepat dalam melakukan pemaknaan (Aditomo & Retnowati, 2004). Sebaliknya apabila individu dengan harga diri rendah, mereka akan memandang dirinya secara negatif dan hanya terfokus pada kelemahannya saja. Orang yang memiliki harga diri rendah biasanya akan menghindari situasi yang menimbulkan rasa cemas, melecehkan bakatnya sendiri, merasa bahwa orang lain tidak menghargainya, mudah dipengaruhi orang lain, dll (Ananda, 2013). Maka remaja yang memiliki harga diri yang rendah akan melakukan hal-hal yang dapat mengurangi perasaan-perasaan tersebut yang ada pada dirinya. Remaja yang memiliki harga diri yang rendah dapat memunculkan perasaan inferioritas pada dirinya dan mereka sulit merasa

puas karena jarang berhasil melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan mereka. Oleh karena itu mereka terkadang menganggap bahwa dirinya tidak pantas untuk merasa puas dan merasa bahwa dirinya tidak berguna karena telah gagal untuk mencapai standar yang mereka telah tetapkan. Dengan ketidakpuasan yang mereka rasakan itu para remaja berusaha untuk memaksimalkan apa yang ada di dalam dirinya, seperti mencari kepuasan dengan mengkonsumsi barang-barang yang berlebih. Oleh karenanya, banyak remaja puteri yang memiliki harga diri yang rendah. Harga diri menunjukkan keseluruhan sikap seseorang terhadap dirinya sendiri, baik positif maupun negatif (Baron, Byrne, Branscombe, 2006).

Jadi secara garis besar dapat disimpulkan bahwa dengan adanya perubahan globalisasi yang mengarahkan pola hidup masyarakat konsumeristik memiliki dampak yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif, seperti pola hidup yang boros, tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang dan mengurangi kesempatan untuk menabung, seseorang bisa perilaku konsumtif dikarenakan ingin terlihat lebih menarik. Pada umumnya perilaku konsumtif menjelaskan suatu perilaku atau tindakan seseorang yang melakukan pembelian barang yang berlebihan tanpa melihat penting tidaknya barang tersebut. Pola hidup konsumsi seseorang dapat terbentuk pada usia remaja karena pada umumnya masa remaja merupakan masa yang sedang mencari identitas diri dan lebih memusatkan pada fisik. Dalam pencarian identitas dirinya para remaja lebih banyak mendapatkannya dari lingkungan sekitar karena dari lingkungan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam pencarian identitas. Pengembangan identitas diri pada remaja, perlu adanya kemantapan harga diri, karena apabila pengembangan harga diri pada remaja tidak berjalan dengan baik maka akan memiliki harga diri yang rendah yaitu remaja selalu merasa ada yang kurang dalam dirinya dan tidak pernah merasa puas dengan apa yang mereka punya saat ini dan dengan ketidakpuasa tersebut mereka terus berusaha untuk mencapai kepuasan yang ada pada dirinya agar bisa sama dan diterima oleh orang lain. Berbeda

dengan remaja yang memiliki harga diri yang tinggi mereka tidak akan mudah tergoda yang banyak ditawarkan oleh lingkungan dan mereka pun dapat mengambil sikap dengan baik.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

- 1.2.1. Bagaimana gambaran harga diri pada remaja putri?
- 1.2.2. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif pada remaja putri?
- 1.2.3. Apakah terdapat hubungan antara harga diri pada remaja dengan perilaku konsumtif?
- 1.2.4. Apakah terdapat pengaruh antara harga diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri?

## **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dibatasi pada point kelima tentang: "Pengaruh antara harga diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri".

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

“ Apakah terdapat pengaruh antara harga diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri?

## **1.5. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif remaja putri di Jakarta Timur.



## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berguna dan bermanfaat bagi kajian psikologi serta dapat juga diharapkan untuk menambah pengetahuan dan sebagai sarana pengaplikasian dalam penerapan ilmu yang berkaitan dalam bidang sosial khususnya pada perilaku konsumtif mengenai hubungan antara harga diri terhadap perilaku konsumtif remaja putri di Jakarta Timur.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi dan referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi peneliti  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana dan literatur baru dalam meneliti bagaimana pengaruh harga diri dalam perilaku konsumtif pada remaja putri.
- b. Bagi masyarakat  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru kepada masyarakat khususnya para remaja, khususnya para remaja putri mengenai perilaku konsumtif dan harga diri pada remaja. Penelitian ini juga diharapkan memberikan masukan kepada masyarakat khususnya remaja tentang pentingnya harga diri agar dapat menanggulangi perilaku konsumtif.
- c. Bagi penelitian selanjutnya  
Sebagai rujukan penelitian selanjutnya, khususnya pada penelitian yang berkaitan dengan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.