

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman telah menunjukkan kemajuan yang tinggi dalam berbagai aspek kehidupan. Selain menunjukkan kemajuan juga memunculkan gaya hidup baru yang biasa disebut dengan gaya hidup modern. Hal tersebut tentu saja membawa dampak dalam kehidupan manusia, baik dampak positif ataupun negatif. Study (2011) lewat blognya mengemukakan arus modernisasi memberikan perubahan yang cukup drastis dalam kehidupan. Selain memberikan dampak positif seperti diperolehnya kemudahan dalam berbagai bidang juga melahirkan dampak yang kurang menguntungkan. Kehidupan menjadi terlalu berorientasi kepada kemajuan dalam bidang material kebutuhan biologis.


Kondisi demikian dapat mengubah kebiasaan dan gaya hidup masyarakat ke arah kehidupan yang cenderung mewah dan terlalu berlebihan. Pada akhirnya kondisi tersebut akan menyebabkan kecenderungan pola hidup menjadi konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang banyak terjadi akhir-akhir ini. Hal tersebut dikarenakan bergesernya pola kehidupan pertanian menuju pola kehidupan industri. Perubahan tersebut menyebabkan masyarakat mulai mengembangkan tata nilai dan pola kehidupan baru.

Perilaku konsumtif banyak terjadi di berbagai kalangan. Seperti kita lihat di kalangan artis, di *infotainment-infotainment* banyak diberitakan artis-artis yang sengaja ke luar negeri hanya untuk berbelanja membeli barang yang bermerek dan harganya mahal. Para artis seolah bersaing menunjukkan barang-barang yang mereka punya, mulai dari baju, tas, sepatu, sampai aksesoris. Barang yang dipakai seolah menunjukkan status sosial artis tersebut. Pembelian barang-barang bukan lagi berdasarkan kebutuhan tetapi keinginan semata.

Perilaku konsumtif bukan hanya melanda kalangan artis saja yang terkenal dengan kehidupan mewah. Perilaku konsumtif juga melanda kalangan ibu-ibu. Di mall-mall atau pasar-pasar banyak terlihat ibu-ibu yang berjalan bersama teman-teman seusianya. Mereka menenteng tas yang bermerek, memakai perhiasan yang mencolok, dan memburu barang-barang yang menarik. Ketika ditanya apa alasan mereka, mereka mengatakan “ingin jalan-jalan saja sekalian kalau melihat barang yang cocok ya dibeli”. Alasan mereka membeli barang bermacam-macam, ada yang mengatakan melihat temannya memberi barang baru, ibu tersebut juga ingin membeli. Selain itu ada juga yang mengatakan hanya iseng saja. Kadang ketika melihat barang yang sebenarnya tidak butuh tapi karena warnanya menarik jadi dibeli, atau juga ada yang membeli barang karena barang tersebut sedang *trend* atau dipakai artis di televisi.

Perilaku konsumtif tidak hanya melanda kaum ibu-ibu. Para remaja pun banyak yang berperilaku konsumtif. Merek suatu barang kini menjadi hal yang penting dalam membeli barang. Di jalan-jalan atau mall-mall banyak juga yang berbelanja barang-barang. Mereka pun ada yang mengatakan membeli barang

sering tidak direncanakan sebelumnya, atau juga ada yang membeli barang karena melihat iklan, atau ikut-ikutan teman. Seperti terlihat banyak remaja memakai pakaian yang sama, atau tas yang sama. Atau juga ada yang karena melihat tas yang lucu sehingga membeli tas tersebut padahal di rumah masih ada tas yang baru dibeli. Selain itu, sekarang demam K-Pop (Korea Pop) melanda remaja Indonesia. Para remaja membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya tersebut. Selain itu mereka juga membeli barang yang dalam iklannya memakai model idola mereka.



Seperti yang kita ketahui, remaja memiliki kecenderungan untuk mengikuti *trend* dan mudah terpengaruh oleh lingkungan (Sumartono, 2002). Tambunan (2001) mengemukakan kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbujuk 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. Remaja menjadi pasar penting bukan hanya karena mereka menguntungkan tetapi karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Hurlock (1997) memberi batasan masa remaja berdasarkan usia kronologis, yaitu antara 13 hingga 18 tahun.

Selain hal yang telah disebutkan, perilaku konsumtif pada remaja semakin diperkuat dengan banyaknya iklan baik di majalah ataupun di televisi yang menunjukkan gaya hidup mewah. Banyak produk yang diciptakan khusus untuk remaja, seperti pakaian, elektronik, media komunikasi, dan sebagainya. Untuk

menarik konsumen dalam iklan menampilkan model-model yang berkulit putih, berbadan tinggi langsing, dan mempunyai rambut hitam dan tebal. Secara tidak langsung lewat iklan membuat remaja berpikir bahwa *image* sempurna seorang perempuan adalah seperti model dalam iklan tersebut. Sehingga remaja terus-terusan membeli barang-barang untuk menunjang penampilan mereka. Dalam membeli barang remaja tidak lagi melihat kebutuhan atau kegunaan barang tersebut, tetapi dengan alasan ingin terlihat menarik, mengikuti *trend*, mencoba produk baru, mencirikan status sosial, bahkan hanya untuk dapat pengakuan dari teman yang pada akhirnya membuat remaja cenderung berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif tersebut membuat remaja rentan terlibat hal-hal negatif. Tanpa didukung oleh dana yang memadai (pendapatan orangtua), siswa berusaha untuk memenuhi hasratnya dengan berbagai cara. Misalnya menipu atau mencuri. Lebih jauh lagi ditakutkan remaja yang nekad rela berbuat asusila demi mendapatkan hal yang diinginkan.

Tambunan (2001) menambahkan perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang banyak dipakai. Apa yang dikenakan oleh seorang artis yang menjadi idola para remaja menjadi lebih penting (untuk ditiru)

dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan artis idolanya itu untuk sampai pada kepopulerannya.

Perilaku tersebut menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada remaja ini dilakukan secara berlebihan. Pepatah "lebih besar pasak daripada tiang" berlaku di sini. Terkadang apa yang dituntut oleh remaja di luar kemampuan orang tuanya sebagai sumber dana. Hal ini menyebabkan banyak orang tua yang mengeluh saat anaknya mulai memasuki dunia remaja. Dalam hal ini, perilaku tadi telah menimbulkan masalah ekonomi pada keluarganya.

Pada zaman sekarang ini orang-orang mudah sekali untuk berperilaku konsumtif, tetapi ada yang bisa menahan keinginannya tersebut. As-Suhaim dan Al-Qasim (2009) mengemukakan seseorang dapat menjadi konsumtif karena tidak dapat mengendalikan jiwa, sehingga tidak setiap yang diinginkan mesti dibeli.

Seperti yang penulis temukan di kalangan remaja di salah satu SMA favorit di Cianjur. Berdasarkan data awal yang penulis dapatkan siswa di sekolah tersebut ada yang ketika membeli barang sebenarnya barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan tetapi hanya iseng. Ketika proses wawancara ada yang mengatakan ketika mereka tertarik untuk membeli sesuatu, mereka sering tidak bisa menahan keinginannya. Selain itu ada juga yang mengatakan ketika jalan-jalan dan melihat barang yang lucu mereka memaksakan membeli barang tersebut tanpa memperhatikan kondisi keuangan mereka. Mereka tidak melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu, sehingga ada beberapa barang yang mereka beli sebenarnya tidak sedang mereka butuhkan.

Dari fenomena tersebut diduga tingkah laku kontrol diri ada kaitannya dengan perilaku konsumtif. Kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan motif dalam dirinya. Setiap individu memiliki kontrol diri, namun yang membedakannya adalah derajat dan kemampuannya (Hurlock, 1997).

Kontrol diri dianggap sebagai lawan dari kontrol eksternal. Kontrol diri mengandung pengertian bahwa individu menentukan standar perilaku. Kontrol diri berasal dari dalam diri individu atau dalam hal ini siswa tersebut. Walaupun ada teman atau keluarga yang mengingatkan supaya siswa tersebut tidak berperilaku konsumtif tetapi jika kontrol dirinya rendah dia akan susah untuk menghilangkan kebiasaannya tersebut.

Chaplin (2002: 451) mengartikan kontrol diri sebagai kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri; kemampuan untuk menekan atau merintangai impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Jadi kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengatur segala proses dalam dirinya.

Sedangkan menurut Liebert (1977: 343) kontrol diri merupakan tingkah laku individu untuk mengendalikan atau memonitor tindakan-tindakannya dalam beberapa cara baik bertentangan ataupun tidak dengan tekanan-tekanan dalam keadaan yang mendesak.

Berdasarkan uraian-uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih

dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Semakin tinggi kontrol diri semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku.

Perilaku kontrol diri yang rendah dalam proses keputusan pembelian pada siswa SMA tersebut bisa menjadi salah satu faktor yang membuat mereka berperilaku konsumtif. Dahlan dalam Sumartono (2002: 116) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang ditandai oleh kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Secara pragmatis perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis sama dari merek lainnya. Atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang memakai produk tersebut (Sumartono, 2002: 117)

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia dalam Sumartono (2002: 117) memberikan batasan tentang perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas, manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Perilaku konsumtif tersebut dapat dilihat melalui apa yang mereka ungkapkan kepada penulis bahwa ketika mereka pergi jalan-jalan yang asalnya tidak berniat

membeli apa-apa tetapi karena melihat barangnya lucu dan warnanya disukai akhirnya menjadi membeli barang tersebut. Selain itu ada juga yang sampai berbohong kepada orangtuanya supaya diberikan uang untuk keperluan sekolah padahal uang tersebut dibelikan kepada barang yang dia inginkan.

Selain hal yang telah disebutkan, karena usia mereka usia remaja, mereka mempunyai sifat mudah untuk dipengaruhi sehingga ketika proses pembelian barang mereka bisa memutuskan membeli barang hanya karena terpengaruh oleh pendapat ataupun ajakan teman-temannya. Hal tersebut juga bisa terjadi akibat rasa takut tidak diterima teman sebaya jika tidak berpenampilan sama dengan teman-teman lainnya.

Dalam lingkungannya, remaja berinteraksi dengan kelompoknya, baik kelompok bermain di rumah, teman di sekolah, maupun teman satu kegiatan ekstrakurikuler. Kelompok atau komunitas dimana dia berinteraksi membuat para remaja cenderung berperilaku sama seperti kelompoknya yang dalam hal ini adalah membeli suatu produk. Kelompok teman sebaya (*peer group*) banyak tahu kondisi atau keadaan temannya dari pada orang tua, dalam pertemanan itulah seorang remaja akan merasa dirinya ditemukan ataupun dibutuhkan melalui tanggapan orang lain. Dalam pergaulan dengan *peer group* seorang remaja selalu merasa mantap jika melakukan sesuatu secara bersama-sama dengan temannya.

Selain itu, mereka memiliki sifat selalu ingin mencoba sesuatu yang baru, hal tersebut menyebabkan ada sebagian dari mereka yang berusaha membeli barang setiap ada model terbaru, baik itu pakaian, tas, sepatu, dan sebagainya.

Lebih jauh lagi ada yang sampai rela mengeluarkan uang banyak demi membeli suatu produk terbaru untuk menunjang penampilannya. Banyak juga yang ingin memakai barang-barang yang *trend* dan beranggapan dengan seperti itu dia akan diperhatikan orang. Selain itu juga berkaitan dengan produk mereka merasa lebih percaya diri jika memakai produk yang mahal, lebih suka membeli produk-produk terbaru, suka produk yang dipakai artis, dan produk yang disertai bonus atau hadiah menjadi penting. Selain hal-hal yang disebutkan tersebut ada juga yang mengaku ketika membeli barang lebih suka membeli barang yang “bermerek” dan barang-barang yang harganya mahal.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan tersebut, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA SMA NEGERI 2 CIANJUR TAHUN AJARAN 2011/2012”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah gambaran kontrol diri siswa SMA Negeri 2 Cianjur tahun ajaran 2011/2012?
2. Bagaimanakah gambaran perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 2 Cianjur tahun ajaran 2011/2012 ?
3. Apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri 2 Cianjur tahun ajaran 2011/2012?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran kontrol diri siswa SMA Negeri 2 Cianjur tahun ajaran 2011/2012
2. Untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 2 Cianjur tahun ajaran 2011/2012
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri 2 Cianjur tahun ajaran 2011/2012

D. Kegunaan penelitian

a. Kegunaan Teoretis

Bagi ilmuwan psikologi, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan psikologi khususnya di bidang psikologi konsumen, psikologi kepribadian, dan psikologi perkembangan.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk remaja sehingga dapat mengetahui mengenai pentingnya kontrol diri kaitannya dengan perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.