

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Globalisasi telah memunculkan suatu gaya hidup baru yang dikenal sebagai gaya hidup modern. Menurut Naisbitt dan Aburdene dalam (Poernomo dan Setiadi, 2004: 201) mengatakan era globalisasi memungkinkan tumbuhnya gaya hidup global. Hal ini terlihat dengan banyaknya rumah makan, gaya berpakaian yang dipengaruhi perancang kelas dunia, kosmetik, aksesoris, dan lain-lain.

Kondisi ini dapat mengubah kebiasaan dan gaya hidup masyarakat menuju kearah kehidupan mewah yang cenderung berlebihan, yang pada akhirnya akan menyebabkan pola hidup cenderung menjadi konsumtif. Menurut Lina dan Rosyid (1997: 7) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kehidupan mewah yang cenderung berlebihan, penggunaan pada sesuatu yang dianggap mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik semata.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja di kota-kota besar yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kehidupannya.

Masa remaja merupakan masa dimana jati diri seseorang masih belum ideal dan tergolong dalam masa peralihan. Remaja banyak mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, dimana para remaja mencari dan berusaha

untuk mencapai pola diri yang ideal. Hal tersebut menyebabkan para remaja mudah untuk dipengaruhi oleh promosi-promosi produk dan jasa yang di paparkan di sejumlah media massa ataupun yang secara langsung di promosikan dipasaran.

Seperti yang biasa dijumpai di pusat perbelanjaan atau iklan di televisi, bahwa pasar saat ini banyak mengeluarkan produk-produk yang ditargetkan untuk para remaja, itu menunjukkan bahwa semakin banyak remaja yang memiliki perilaku konsumtif yang dikhawatirkan jika terus berlangsung akan menjadi sebuah gaya hidup konsumtif. Berikut adalah kutipan yang diambil dari sebuah jurnal yang bisa mendukung pernyataan diatas:

“Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Disamping itu, gaya hidup remaja biasanya meniru teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Lewat gaya hidup, seorang remaja juga dapat menunjukkan citra diri dan status sosialnya ditengah-tengah masyarakat. Sifat-sifat remaja inilah yang di manfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja” (Wagner, 2009).

Selain itu, remaja merasa perlu menyesuaikan diri terhadap perkembangan *food, fashion, and fun*, dan tanpa disadari terdapat ketentuan untuk memenuhi ketiga hal tersebut. Usaha untuk mengikuti perkembangan dan perubahan dari lingkungan sosial ini adalah karena remaja ingin diterima oleh teman-temannya dan lingkungan sosialnya (Tambunan, 2001: 1).

Keadaan tersebut menunjukkan perilaku membeli yang ditunjukkan remaja tidak lagi dilakukan karena suatu kebutuhan, melainkan karena alasan-alasan lain seperti sekedar hanya mengikuti arus mode, mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, bahkan demi harga diri remaja. Hal ini sejalan

dengan pendapat Sarwono (Farida, 2006: 40) yang menjelaskan perilaku konsumtif biasanya lebih dipengaruhi oleh faktor emosi daripada rasio, karena pertimbangan-pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk lebih menitik-beratkan pada status sosial, mode, dan kemudahan daripada pertimbangan ekonomi yang dimilikinya.

Remaja merupakan kelompok yang berorientasi konsumtif karena kelompok ini suka mencoba-coba hal-hal yang dianggap baru (Sumartono, 2002: 204). Selain itu, Lahmanindra (2006: 1) mengemukakan beberapa alasan mengapa perilaku konsumtif lebih mudah menjangkiti kalangan remaja. Salah satunya karena secara psikologis remaja masih berada dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar.

Fenomena ini juga marak terjadi di kota Bandung yang notabene merupakan salah satu kota pendidikan di Indonesia, karena banyaknya sekolah dan perguruan tinggi yang ada di kota yang berjuluk *Paris van Java* tersebut. Sudah bukan menjadi rahasia umum, bahwa kota Bandung juga merupakan pusat mode dan kuliner karena banyaknya pilihan pusat perbelanjaan seperti *mall-mall*, *distro*, *factory outlet*, restoran, ataupun *cafe*. Tempat-tempat itulah yang kemudian menjadi simbol pergaulan bagi masyarakat di kalangan atas khususnya kalangan remaja yang masih duduk di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas). Banyak dari mereka yang rela mengeluarkan uang berlebih demi membelanjakan segala keinginannya dengan tidak memikirkan terlebih dahulu apa manfaat dari barang tersebut karena mereka membeli barang hanya untuk kepuasan dan bukan atas dasar kebutuhan.

Seperti wilayah yang ingin penulis teliti di wilayah Jalan Pahlawan, Kota Bandung. Pada daerah tersebut, terdapat sedikitnya 12 (dua belas) sekolah dan beberapa perguruan tinggi yang maka dari situlah, banyak masyarakat menyebut jalan Pahlawan sebagai jalur pendidikan. Lokasi tersebut memiliki tingkat remaja yang berperilaku konsumtif cukup tinggi. Banyaknya remaja pendatang yang datang ke Bandung untuk keperluan bekerja ataupun kuliah juga dapat membawa pengaruh konsumtif bagi remaja pribumi. Hal ini sangat mungkin terjadi karena pada umumnya mereka yang datang kesini baik itu untuk jangka waktu yang lama ataupun sementara adalah orang-orang yang berada. Maka tak heran, remaja pendatang selalu dibekali uang saku yang besar untuk keperluannya kuliah/bekerja. Pada saat mereka berbaur dan bersosialisasi bersama warga pribumi, secara tidak disengaja gaya hidup dan kebiasaan konsumsi yang berlebihan diikuti oleh warga lokal.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, ada beberapa fakta yang dapat memperlihatkan bahwa remaja mulai berperilaku konsumtif, yaitu (1) *gadget* canggih dan mahal seperti *iPad*, *Smartphone*, dan berbagai alat komunikasi lainnya serta alat transportasi yang mereka miliki, (2) pembelian barang-barang *branded* demi *menyokong* penampilannya, (3) banyak remaja-remaja yang menghabiskan waktu pulang sekolahnya dengan *nongkrong* di rumah makan, *cafe*, atau warung kecil. Hal ini juga ditunjang dengan menjamurnya rumah makan dan *cafe* kecil yang bisa diperoleh dengan harga yang terjangkau oleh pelajar bahkan terkadang ada diskon khusus bagi remaja berseragam sekolah.

Fakta lain yang mendasari penelitian ini adalah alasan yang sederhana ketika seorang remaja membeli suatu barang yaitu karena hubungan konformitas dengan teman satu grupnya, saat temannya membeli barang lalu dia akan ikut untuk membeli barang sejenis walaupun dia tidak membutuhkannya.

Keadaan ekonomi keluarga yang cukup berada, apalagi remaja tersebut tinggal di kota Bandung yang berbagai fasilitas bisa didapati disini turut mendukung perilaku konsumtif, karena mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti *trend* yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya, dan hal ini yang membuat para remaja berperilaku konsumtif.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalahnya disusun sebagai berikut:

1. Fenomena perilaku konsumtif di kalangan remaja yang mulai menjadi gaya hidup keseharian mereka.
2. Kurangnya pengetahuan remaja tentang bahaya perilaku konsumtif bagi dirinya.
3. Rendahnya kemampuan remaja dalam membedakan kebutuhan dan keinginan pada sesuatu hal yang akan dibeli.
4. Keinginan yang dibeli oleh remaja tidak sesuai dengan kebutuhan tetapi hanya berdasarkan prestise.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumtif remaja di Wilayah Jalan Pahlawan, Kota Bandung?
2. Bagaimana pandangan remaja perkotaan mengenai gaya hidup konsumtif di Wilayah Jalan Pahlawan, Kota Bandung?
3. Bagaimana faktor yang menyebabkan remaja berperilaku konsumtif di Wilayah Jalan Pahlawan, Kota Bandung?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perilaku konsumtif remaja di Wilayah Jalan Pahlawan, Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui persepsi remaja perkotaan mengenai gaya hidup konsumtif di Wilayah Jalan Pahlawan, Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan remaja berperilaku konsumtif di Wilayah Jalan Pahlawan, Kota Bandung.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **A. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan penelitian dalam hal khazanah pengetahuan akademis, bahwa peneliti dapat menerapkan teori-teori yang ada sebelumnya untuk

dipakai dalam penelitian ini, menambah kuat teori yang sudah ada ataupun menemukan teori yang baru.

#### B. Kegunaan Praktis

1. Untuk pemerintah setempat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau solusi bagi pemerintah Kelurahan sekitar agar lebih meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya kesadaran untuk menjauhi perilaku konsumtif di kalangan remaja.
2. Untuk peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai bahaya perilaku konsumtif khususnya faktor-faktor penyebab perilaku konsumtif.
3. Secara umum, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti oleh peneliti.

#### 1.6 Kerangka Pemikiran

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan (KBBI, 2001: 671). Perilaku adalah hasil sosialisasi yang didapat seseorang untuk dapat hidup atau bertingkah laku dalam lingkungan sosialnya berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat.

Sedangkan, istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupannya. Konsumtifisme ini didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan.

Dengan pola hidup konsumtif, manusia akan selalu merasa tidak puas jika barang yang diinginkan belum dapat dimiliki (Herlin Utami Putri, 2008: 22).

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut James F. Engel (dalam Mangkunegara, 2005: 3).

Gaya hidup juga termasuk kedalam pola konsumsi, istilah ini sering dikaitkan dengan dunia mode sehingga mengidentifikasi kecenderungan memiliki dan menerapkan sesuatu yang spesifik dalam rangka identitas diri. Menurut Susanto (2001: 120), gaya hidup adalah suatu perpaduan antara kebudayaan ekspresi diri dan harapan terhadap seseorang dalam bertindak yang berdasarkan pada norma-norma yang berlaku.

Remaja menurut Piaget dalam (Ali dan Asrori, 2004: 268) adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa. Suatu usia dimana anak tidak merasa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa dirinya sama, atau paling tidak sejajar. Pada masa peralihan ini, status remaja dapat dikatakan tidak jelas dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Remaja adalah generasi yang paling mudah terpengaruh oleh era globalisasi atau era modern (Kunto, 1999: 87).

Gaya hidup sering disalahgunakan oleh sebagian besar remaja. Terutama mereka yang berada dalam kota metropolitan seperti Kota Bandung. Mereka cenderung untuk mengikuti mode gaya hidup masa kini. Gaya hidup yang ditiru



terkadang tidak mereka *filter*, seperti contohnya mengikuti perkembangan mode di Barat. Padahal kebanyakan mode dari luar itu bertentangan dengan nilai-nilai yang dianut di Indonesia.

Sementara itu, bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial, remaja menjadi pasar penting bukan hanya karena mereka menguntungkan tetapi karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja (Tambunan, 2001: 1). Disamping itu, remaja biasanya mudah terbujuk oleh rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis dan sangat boros dalam memakai uangnya.

Secara kasat mata beberapa remaja yang larut dalam pembiusan keadaan hanya sekedar ingin memperoleh limitasi “modern” atau setidaknya mereka senang apabila stempel “kuno” atau “*kuper*” (kurang pergaulan) tidak diberikan kepada mereka. Hal itulah yang membuat mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan dan bukan yang mereka butuhkan secara berlebihan dan tidak wajar. Sikap atau perilaku remaja yang mengkonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif (Sumartono, 2002: 110).

Perilaku konsumtif yang dilakukan para remaja tentunya tidak sesuai dengan pengeluaran dan pendapatan mereka. Apalagi mereka yang masih mengandalkan uang jajan dari orang tuanya. Kaum remaja yang di harapkan bisa menjadi generasi penerus bangsa lewat prestasi-prestasinya kini harus di hadapkan dengan gaya hidup modern dan dipaksa untuk selalu mengikuti *tren* di kalangan seusianya yang dapat menghambat cita-cita mereka untuk menggapai prestasi.

Seperti apa yang banyak terjadi kini di wilayah Pahlawan, Kota Bandung, fakta disana memperlihatkan perilaku konsumtif remaja yang sudah menjadi gaya hidup. Mereka rela mengeluarkan uang atas keinginan mereka untuk memperoleh barang demi mendapatkan rasa puas dan menjaga gengsi diantara teman-temannya.

Pada hakikatnya, kaum remaja merupakan generasi muda yang kebanyakan diantara mereka masih mengenyam pendidikan di bangku sekolah/kuliah. Dalam pembelajarannya, remaja sering diajarkan tentang bagaimana hidup hemat serta manfaat dari menabung kelak di kemudian hari. Uang saku yang diperolehnya setiap hari dari orang tuanya seharusnya mampu dipergunakan dengan baik untuk membeli kebutuhan yang memang diperlukan. Namun karena beberapa faktor baik internal maupun eksternal, mereka bisa terpengaruh untuk menjadi konsumtif.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam gambar kerangka konseptual sebagai berikut:

**Bagan 1.1 Skema Konseptual**

