

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling “bergaul”, atau dengan istilah ilmiah, saling “berinteraksi”. Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana agar warganya dapat saling berinteraksi (Koentjaraningrat, 2009: 116). Abdulsyani (2012: 30-31) mengatakan bahwa masyarakat sebagai community dapat dilihat dari dua sudut pandang; *pertama*, memandang community sebagai unsur statis, artinya community terbentuk dalam suatu wadah/tempat dengan batas-batas tertentu, maka ia menunjukkan bagian dari kesatuan-kesatuan masyarakat sehingga ia dapat pula disebut sebagai masyarakat setempat, misalnya kampung, dusun atau kota-kota kecil. Masyarakat setempat adalah suatu wadah dan wilayah dari kehidupan sekelompok orang yang ditandai oleh adanya hubungan social. Di samping itu dilengkapi pula oleh adanya perasaan social, nilai-nilai dan norma-norma yang timbul atas akibat dari adanya pergaulan hidup atau hidup bersama manusia. *Kedua*, community dipandang sebagai unsur yang dinamis, artinya menyangkut suatu proses (nya) yang terbentuk melalui factor psikologis dan hubungan antar manusia, maka di dalamnya terkandung unsur-unsur kepentingan, keinginan atau tujuan-tujuan yang sifatnya fungsional. Dalam hal ini dapat diambil contoh tentang masyarakat pegawai negeri, Masyarakat ekonomi, masyarakat mahasiswa dan sebagainya.

Manusia dalam hidup bermasyarakat, akan saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain. Kebutuhan itulah yang dapat menimbulkan suatu proses interaksi social. Soekanto (2009:55) menyatakan bahwa, “interaksi social merupakan hubungan-hubungan social yang dinamis yang menyangkut hubungan-hubungan antara orang-orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia”.

Kebutuhan manusia yang beraneka ragam dalam kehidupan bersama serta keinginan agar semua kebutuhannya dapat terpenuhi. Seperti macam-macam alat pemuas kebutuhan manusia yang terdiri dari barang dan jasa sangat terbatas jumlahnya, mengharuskan manusia untuk melakukan konsumsi. James F.Engel dalam (Mangkunegara, 2002: 3) ”mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan 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. Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Dari pendapat tersebut berarti bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat.

Belakangan ini mall, café, dan restoran cepat saji merupakan tren gaya hidup remaja dan eksekutif. Anak muda dan nongkrong adalah dua hal yang mudah melekat. Disekolah-sekolah usai jam pelajaran, di kampus-kampus di antara jam kuliah, bahkan di kantor-kantor sepulang jam kantor, akan mudah dijumpai kelompok-kelompok orang muda belanja-belanja di mall. Hoby anak muda di kota-

kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya dan kota-kota besar lainnya di Indonesia agaknya hampir sama, hoby ngobrol, nongkrong sambil makan ataupun berbelanja bersama rekan-rekan mereka. Dengan semakin tingginya daya beli masyarakat segmen ini, mall makin kebanjiran pembeli.

Ramainya Masyarakat yang mengunjungi mall dan seperti itu karena konsep tempat dianggap sesuai dengan gaya hidup orang Indonesia, khususnya kota kota besar seperti Kota Bandung. Banyaknya barang-barang yang menarik dan tempat yang nyaman menjadi alasan utama masyarakat memilih untuk berkunjung ke mall.

Hal tersebut mencerminkan bahwa perilaku konsumtif telah menjadi tren ataupun sudah menjadi gaya mereka dalam melakukan kegiatan sehari-hari, namun ada juga yang melakukan hal tersebut dengan dorongan dari lingkungan. Dan ini pun menjadi suatu permasalahan di dalam gaya hidup tersebut.

Pada mulanya belanja merupakan suatu konsep yang menunjukkan suatu sikap untuk mendapatkan barang yang menjadi keperluan untuk sehari-hari dengan jalan menukarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang tersebut, akan tetapi pada konsep belanja sekarang ini telah berkembang menjadi sebuah cerminan gaya hidup dan rekreasi dikalangan masyarakat. Belanja merupakan gaya hidup tersendiri yang bahkan menjadi suatu kegemaran oleh sejumlah orang.

Masa sekarang ini dalam kehidupan masyarakat telah mengenal gaya hidup yang modern atau modis, hal itu dapat terlihat dari cara mereka mengenakan barang-barang atau pun pakaian yang bermerek, dan tidak menutup kemungkinan barang tersebut kebanyakan didapat dari belanja di mall dengan harga yang mahal dibandingkan dengan barang-barang yang di jual di luar mall. Seiring dengan

terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, terjadi perubahan dalam perilaku membeli pada masyarakat. terkadang seseorang membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan sebenarnya, melainkan dengan kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme (Wahyudi, 2013: 27).

Perilaku masyarakat yang mengalami perubahan dalam konsumsinya dipengaruhi oleh beberapa factor, salah satunya adalah kelompok referensi. Kelompok referensi menurut Soekanto (2009:125) adalah sekelompok social yang menjadi acuan bagi seseorang (bukan anggota kelompok) untuk membentuk pribadi dan perilakunya dalam konsumsi.

Perilaku konsumtif masyarakat yang berlebihan disebabkan oleh beberapa faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi. Pengaruh budaya asing dari penayangan televisi juga sangat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat. Media massa dari penayangan televisi itu remaja mencontoh gaya anak sekarang, sehingga mereka terpengaruh untuk ikut-ikutan gaya yang ada dalam televisi tersebut. Banyaknya mal juga menyebabkan para masyarakat berperilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu masyarakat usia remaja terutama remaja sekolah menengah sampai menengah ke atas akan gengsi dan merasa malu jika tidak membeli barang-barang yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi mereka akan tetap membeli barang bermerek tersebut sekalipun dengan jalan meminjam uang kepada teman atau meminta kepada orang tuanya. Hal ini yang membuat masyarakat

kurang terkontrol dalam membelanjakan uangnya sehingga timbullah perilaku konsumtif yang berlebihan.

Masyarakat yang memiliki penghasilan yang cukup atau yang merupakan golongan menengah atas dan menengah, dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya tidak akan menjadi masalah dalam perilaku konsumtif ini, namun lain halnya apabila yang berpenghasilan rendah atau golongan menengah ke bawah. Keinginan mereka untuk memiliki sesuatu seringkali tertunda. Sementara godaan akan keinginan memiliki sesuatu agar eksistensinya diakui oleh lingkungan semakin besar, sehingga mengakibatkan mereka tidak mengutamakan kebutuhan yang prioritas. Akibat penting lainnya dalam perilaku konsumtif ini adalah membuat masyarakat tidak produktif.

Peran teman sebaya dalam pergaulan menjadi sangat menonjol. Hal ini sejalan dengan meningkatnya minat individu dalam persahabatan serta keikutsertaan dalam kelompok. Kelompok teman sebaya juga menjadi suatu komunitas belajar di mana terjadi pembentukan peran dan standar social yang berhubungan dengan perilaku dan prestasi.

Perilaku konsumtif masyarakat tidak terlepas dari pengaruh kelompoknya. Teman yang menjadi tempat sosialisasi sekunder memiliki pengaruh besar terhadap pola hidup individu-individu yang berada dalam kelompoknya tersebut. Teman adalah bagian dari kelompok rujukan, dimana setiap perilaku dan kebiasaan individu tidak terlepas dari kebiasaan kelompok teman sepergaulannya. Pada kalangan remaja, perilaku konsumtif ini biasa terjadi karena pengaruh dari temannya, hal ini salah satu cara remaja beradaptasi dan melebur dalam kelompok temannya tersebut yang kemudian menjadi sebuah kebiasaan. Faktor lain yang

mempengaruhi perilaku konsumtif adalah status social ekonomi. Status social ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, pendapatan dan pekerjaan.

Dalam realitasnya begitu pula yang terjadi pada masyarakat Kopo di Kota Bandung, tidak sedikit dari mereka yang memiliki perilaku konsumtif. Hasil dari pengamatan penulis, mayoritas masyarakat di kopo juga memiliki gaya hidup konsumtif terlihat pada kebiasaan mereka yang selalu berbelanja dengan jumlah yang banyak dan harga yang mahal, ditambah dengan banyaknya media-media yang menawarkan berbagai macam produk menarik.

Penulis melakukan wawancara dengan salah satu warga Kopo di kelurahan Cirangrang Kec Babakan Ciparay masih remaja yang kebutuhan sedang berbelanja bersama teman-temannya di miko mall Kopo Kota Bandung tanggal 16 Juni narasumber bernama Ira Usianya 22 Tahun saat ditanya mengapa berbelanja barang sangat banyak dan mahal, narasumber menjawab “sekarang kan sudah modern banyak barang-barang baru, jadi ya saya beli karena teman-teman saya juga ikut beli, mengikuti trend sekarang saja. Kalau barang mahal tidak apa-apa karena saya gengsi dengan teman-teman saya yang selalu belanja barang mahal, masa saya beli barang murah”. Dapat dilihat bahwa Rina memiliki gaya hidup konsumtif itu karena ingin dianggap ada di dalam kelompoknya ataupun menyesuaikan diri terhadap kelompoknya yang juga hoby berbelanja, zaman yang semakin trend menuntut Rina untuk berperilaku konsumtif agar tidak dipandang ketinggalan zaman.

Di Indonesia, sebagian dari perilaku konsumsi masyarakat telah mengalami pergeseran. Ini terjadi, karena sebagian konsumen yang pergi ke mall, memang hanya ingin mengejar status belaka. Gengsi menjadi penyebab konsumen tertarik dan mendapatkan kepuasannya bila status sosial terangkat saat berbelanja barang dan jasa yang eksekutif.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota” (Studi Kasus Pada Masyarakat Kopo Cirangrang, Kota Bandung).

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan observasi awal dilapangan, ada beberapa masalah yang menjadi faktor yang mempengaruhi penulis untuk menggali lebih dalam apa yang menyebabkan masyarakat Kopo kota Bandung berperilaku konsumtif. Adapun yang menjadi ketertarikan penulis pada masyarakat Kopo:

- 1) Mayoritas yang berperilaku konsumtif adalah usia remaja dan dewasa.
- 2) Masyarakat yang berpenghasilan rendah memiliki gaya hidup konsumtif.

Penghasilan di dalam masyarakat Kopo kel.Cirangrang ada yang tinggi, cukup dan ada pula yang terhitung berpenghasilan rendah. Namun karena banyaknya media-media yang menawarkan berbagai produk-produk baru dan trendy apalagi berdiskon membuat mereka berperilaku konsumtif, bahkan ada pula masyarakat yang berpenghasilan rendah memiliki gaya hidup konsumtif ketimbang untuk menabung.

- 3) Ingin menjaga gengsi.

Dalam masyarakat konsumsi persepsi terhadap barang telah berubah dari sekedar kebutuhan yang memiliki nilai tukar dan nilai guna, berubah menjadi komoditas citra/gengsi, orang berbelanja selain karena ingin meraih kepuasan, tapi juga karena mengharapkan citra tersendiri karena telah memiliki barang tersebut.

Dalam penelitian ini akan difokuskan pada pembahasan mengenai perilaku konsumtifnya. Dimana adanya mall, butik, distro-distro dan outlate yang terletak di Kota Bandung ditambah saat ini sudah terdapatnya mall baru yaitu miko mall yang terletak di kawasan Kopo yang merupakan wilayah Kelurahan Cirangrang Kec. Babakan Ciparay. Hal tersebut menjadi pemicu masyarakat berperilaku konsumtif karena ingin memuaskan kebutuhannya, gengsi, dan juga banyaknya berbagai macam produk menarik yang ditawarkan sehingga masyarakat tertarik untuk membelinya dan arus konsumerisme inilah yang menyebabkan pola hidup boros. Dengan begitu, kita nantinya akan mengetahui bagaimana perilaku konsumtif masyarakat Kopo Kel. Cirangrang Kec. Babakan Ciparay Kota Bandung.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola perilaku konsumtif masyarakat Kopo Cirangrang?
2. Apa faktor-faktor penyebab masyarakat Kopo Cirangrang berperilaku Konsumtif?

### **1.4. Tujuan Masalah**



1. Untuk mengetahui pola perilaku konsumtif masyarakat Kopo Cirangrang.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor penyebab masyarakat Kopo Cirangrang berperilaku konsumtif.

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Kegunaan Praktis**

Bagi masyarakat Kopo Cirangrang Kota Bandung, hasil penelitian ini berguna bagi anggota masyarakat tersebut, karena terdapat dampak-dampak negatif dari berperilaku konsumtif tersebut. Bagi penulis, seluruh rangkaian kegiatan dan hasil penelitian diharapkan dapat lebih memantapkan penguasaan fungsi keilmuan yang dipelajari selama mengikuti program perkuliahan Sosiologi pada FISIP Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

#### **2. Kegunaan Akademis**

Bagi perguruan tinggi, Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi sivitas akademik.

### **1.6. Kerangka Pemikiran**

Pada zaman modern sekarang ini, sudah banyak berkembang perilaku yang seharusnya dianggap kurang begitu bermanfaat di masyarakat, salah satu contohnya adalah perilaku konsumerisme. Perlu diketahui bahwa perilaku konsumerisme ini sesungguhnya sudah muncul pada masa awal peradaban

manusia. Konsumerisme sebagai suatu paham yang ditujukan bagi seseorang yang berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif di sini maksudnya adalah perilaku yang menggunakan barang-barang produksi secara berlebihan dan bahkan sampai menjadi kebiasaan atau gaya hidup. Seseorang yang memiliki perilaku konsumerisme akan menggunakan barang atau jasa tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan mereka tetapi semata-mata hanya untuk memenuhi kepuasan dalam dirinya.

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

Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Menurut definisi di atas berarti bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Sedangkan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman. Konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi juga keinginan untuk meniru

orang lain yaitu agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya atau bahkan untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan jaman.

Salah satu yang mempengaruhi perilaku membeli masyarakat adalah banyaknya berbagai macam penawaran produk yang beredar, baik yang secara langsung maupun melalui media massa. Hal tersebut mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian yang hanya memenuhi kepuasan semata secara berlebihan atau biasa disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tapi untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menaikkan prestise, menjaga gengsi, mengikuti mode dan berbagai alasan yang kurang penting.

Pada mulanya belanja merupakan suatu konsep yang menunjukkan suatu sikap untuk mendapatkan barang yang menjadi keperluan untuk sehari-hari dengan jalan menukarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang tersebut, akan tetapi pada konsep belanja sekarang ini telah berkembang menjadi sebuah cerminan gaya hidup dan rekreasi dikalangan masyarakat. Belanja merupakan gaya hidup tersendiri yang bahkan menjadi suatu kegemaran oleh sejumlah orang.

Masa sekarang ini dalam kehidupan para remaja telah mengenal gaya hidup yang modern atau modis, hal itu dapat terlihat dari cara mereka mengenakan barang-barang atau pun pakaian yang bermerek, dan tidak menutup kemungkinan barang tersebut kebanyakan didapat dari belanja di mall dengan harga yang mahal dibandingkan dengan barang-barang yang di jual di luar mall. Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, terjadi perubahan dalam perilaku membeli pada masyarakat. terkadang seseorang membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan sebenarnya, melainkan dengan kebutuhan dilakukan

semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme.

Konsumerisme demikian menunjukkan identitas diri yang dicirikan atau disimbolkan oleh atribut-atribut tertentu. *Shopping* secara tidak sadar membentuk impian dan kesadaran semu para konsumen dan akhirnya melahirkan pola-pola konsumerisme yang tidak akan ada habisnya. Akhirnya berbelanja juga dianggap sebagai sebuah pekerjaan, sebuah aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) juga terlebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain (sebagai simbol status, gengsi, dan *image* manusia modern dan tidak ketinggalan zaman).

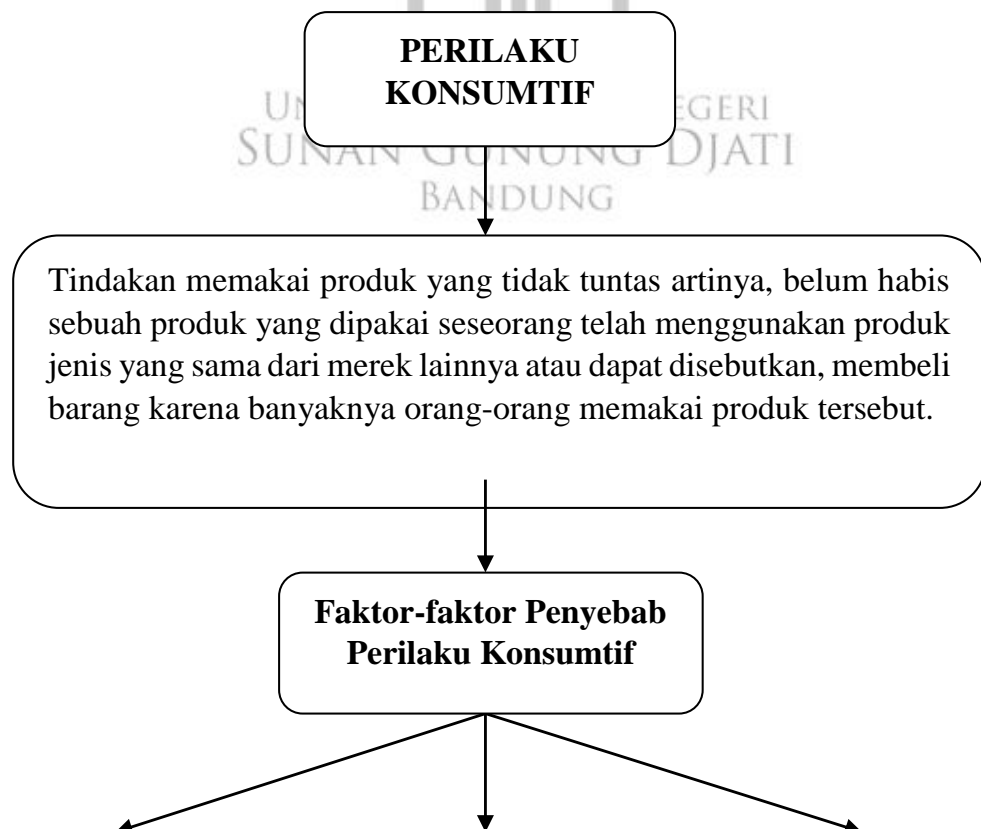
Berkembangnya perilaku konsumtif pada masyarakat kota mencakup semua gender baik laki-laki maupun perempuan. Sebagian masyarakat yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup ini akibat tuntutan pergaulan. Hal ini umumnya dipengaruhi oleh orang-orang mampu pada tingkat ekonomi ke atas sehingga teman-teman yang masih lugu dan sederhana ikut dalam arus perilaku konsumtif.

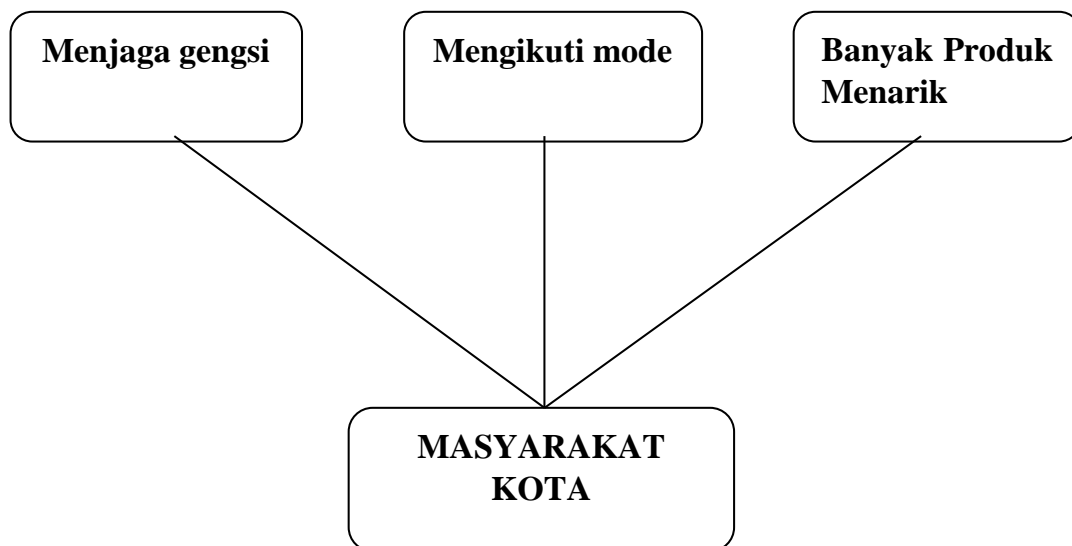
Belakangan ini mall merupakan tren gaya hidup masyarakat kota. Anak muda dan nongkrong adalah dua hal yang mudah melekat. Disekolah-sekolah usai jam pelajaran, di kampus-kampus di antara jam kuliah, bahkan di kantor-kantor sepulang jam kantor, akan mudah dijumpai kelompok-kelompok orang muda berbelanja di mall. Hoby anak muda di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya dan kota-kota besar lainnya di Indonesia agaknya hampir sama, hoby ngobrol, nongkrong sambil makan bersama rekan-rekan mereka ataupun shopping. Dengan semakin tingginya daya beli masyarakat segmen ini, mall makin

kebanjiran pembeli. Lokasi yang strategis, tempat yang nyaman, serta banyaknya berbagai macam produk menarik.

Dalam suasana masyarakat kota seperti itu, sesama manusia merupakan masalah yang lebih besar daripada lingkungan materil sedang konsumsi lebih diperhatikan dari produksi. Supaya orang dapat bertahan dalam hidup modern seperti itu, ia tak dapat lagi mengandalkan tradisi ataupun dirinya sendiri. Ia harus mengikuti perilaku sesamanya, terutama mereka yang sebaya dengan ia. Segala reaksinya serta pilihannya selalu dicocokkan terlebih dahulu dengan yang umum dipakai oleh sesamanya.

Jika dibuat skemanya, maka kerangka pemikiran penelitian ini bisa dilihat dalam bagan dibawah ini:





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG