

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Lubis (dalam Lina & Rasyid, 1997) perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Menurut Sumartono (2002), 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. Jadi perilaku konsumtif adalah perilaku mengonsumsi barang secara berlebihan tanpa melihat barang tersebut termasuk dalam kebutuhannya atau tidak.

Sembiring (2008) memperjelas bahwa orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah.

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada

dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Hal serupa diungkapkan oleh Segut (dalam Sumartono, 2002) kelompok usia yang sangat konsumtif adalah kelompok remaja.

Jadi perilaku konsumtif adalah perilaku mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal dengan mendahulukan keinginan daripada kebutuhan yaitu keinginan-keinginan yang sebenarnya kurang diperlukan. Tidak menuntaskan dalam pemakaiannya atau membeli barang dengan jenis yang sama namun dengan merk yang berbeda saat barang tersebut belum habis atau selesai digunakan.

2. Aspek- aspek Perilaku Konsumtif

Adapun aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rasyid (1997) adalah :

a. Pembelian Impulsif (*Impulsif buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/ keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional;

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas;

c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik

dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain dari pada yang lain dan membuatnya merasa trendy.

Sedangkan menurut Tambunan (2001) ada dua aspek perilaku konsumtif yaitu:

- a. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan. Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, apalagi bagi remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri.
- b. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli yang telah diuraikan, aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif, pemborosan, mencari kesenangan, adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku untuk mencapai kepuasan semata. Dari penjabaran aspek- aspek perilaku konsumtif dari beberapa pendapat ahli diatas, peneliti menggunakan aspek teori menurut Lina dan Rosyid (1997) karena aspek tersebut memiliki penjelasan yang lebih mudah dipahami dan menjelaskan secara rinci tentang perilaku konsumtif.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga

dapat didekati dengan pendekatan teori perilaku konsumen (Engel dalam Chrisnawati & Abdullah, 2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain:

a. Faktor internal, terdiri atas:

1. Motivasi

Motivasi merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya. Setiap individu mempunyai motivasi untuk memenuhi kebutuhannya, untuk itu motivasi berpengaruh pada pembelian barang secara berlebihan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Proses belajar dan pengalaman

Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tergantung kepada subjek yang diamati. Apabila subjek membeli barang yang tidak perlu, maka dapat diikuti oleh konsumen.

3. Kepribadian

Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu. Individu yang sudah memiliki perilaku membeli secara berlebihan akan terus melakukannya.

4. Konsep diri

Konsep diri didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan. Apabila individu melihat diri sendiri dalam keadaan yang tidak baik, maka individu akan berusaha

menutupinya dengan membeli barang yang sebenarnya tidak perlu.

5. Keadaan ekonomi

Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan orang yang berekonomi tinggi.

6. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup senang berbelanja merupakan salah satu contoh gaya hidup yang dianut remaja saat ini, hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif.

b. Faktor eksternal terdiri atas:

1. Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok, baik kelompok besar maupun kelompok kecil. Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku konsumtif dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

2. Faktor kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa. Apabila dalam kelas sosial tersebut terdiri dari anggota-anggota yang memiliki kasta yang tinggi, maka akan terbentuknya perilaku konsumtif pada kelompok tersebut.

3. Faktor keluarga

Keluarga yaitu unit sosial terkecil yang memberikan contoh fundamental yang utama bagi perkembangan remaja. Keluarga memegang peranan terbesar dan terutama dalam pembentukan individu termasuk perilaku konsumtif.

4. Kelompok acuan

Suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Kelompok acuan menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru serta mempengaruhi perilaku, dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek.

Adapun faktor yang dipilih dalam penelitian ini adalah menurut Engel (dalam Chrisnawati & Abdullah, 2011), sehingga pada penelitian ini peneliti menjadikan konsep diri sebagai variabel karena menurut hasil diskusi penelitian Fitriani dan Romas (2014) menguatkan bahwa perilaku konsumtif remaja sangat ditentukan oleh konsep dirinya. Konsep diri yang dibangun dan dikembangkan sehingga menjadi kuat, maka individu tidak mudah terpengaruh oleh segala bujuk rayu teman- temannya . Para remaja dan dewasa awal ingin mencapai konsep diri yang ideal menurut dirinya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan dan membuat dirinya seperti gambaran diri yang ideal (Gumulya & Widiastuti, 2013).

B. Konsep Diri

1. Pengertian Konsep Diri

Rakhmat (2001) mengatakan bahwa konsep diri adalah cara individu tersebut memandang atau melakukan penilaian terhadap dirinya sendiri. Konsep diri merupakan hal penting yang akan menentukan bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Konsep diri yang positif berarti bahwa semakin banyak individu tersebut dalam memahami kelebihan serta kekurangannya.

Konsep diri merupakan cara individu melihat diri sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan (Mangkunegara, 2004). Grubb dan Grathwohl (dalam Suminar & Meiyuntari 2015) menspesifikasikan konsep diri sebagai sebuah nilai bagi individu, sehingga perilaku yang ditunjukkan bertujuan untuk melindungi dan meningkatkan konsep diri individu tersebut. Baumeister (dalam Suminar & Meiyuntari, 2015) mendefinisikan konsep diri sebagai keyakinan individu mengenai dirinya, meliputi atribut diri, apa dan siapa diri tersebut. Berdasarkan beberapa definisi yang telah dijabarkan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa konsep diri adalah penilaian individu mengenai kualitas personalnya, gambaran mengenai apa dan siapa dirinya serta gambaran dirinya di mata orang lain yang diperoleh melalui persepsi diri, refleksi diri dan perbandingan sosial.

2. Aspek- aspek Konsep Diri

Menurut Calhoun dan Acocella (dalam Ghufron 2012) menyatakan bahwa konsep diri terdiri dari aspek yang meliputi:

a. Pemahaman

Aspek pertama dari konsep diri adalah pemahaman individu terhadap kelebihan serta kekurangan yang dimilikinya. Pemahaman tersebut juga berkaitan dengan apa yang diketahui mengenai diri, termasuk dalam hal ini jenis kelamin, suku bangsa, pekerjaan, usia dan sebagainya. Individu saling memberikan julukan tertentu pada dirinya. Aspek pemahaman juga merupakan gambaran seseorang tentang dirinya. Gambaran diri tersebut membentuk citra diri. Gambaran diri merupakan kesimpulan dari pandangan individu dalam berbagai peran yang dipegang, seperti orang tua, suami atau istri, karyawan, pelajar. Pandangan individu tentang watak kepribadian yang dirasakan seperti jujur, gembira, bersahabat dan aktif; pandangan tentang sikap; kecakapan yang individu kuasai dan berbagai karakteristik lain yang melekat pada diri individu.

b. Pengharapan

Pandangan tentang diri tidak terlepas dari kemungkinan menjadi apa di masa mendatang. Pengharapan dapat dikatakan diri ideal. Setiap harapan dapat membangkitkan kekuatan yang mendorong untuk mencapai harapan tersebut di masa depan. Pada saat kita mempunyai satu set pandangan tentang siapa kita, kita juga mempunyai satu set pandangan lain yaitu tentang kemungkinan kita menjadi apa di masa mendatang.

c. Penilaian

Penilaian menyangkut unsur evaluasi, seberapa besar individu menyukai diri sendiri. Penilaian terhadap diri sendiri adalah pengukuran individu tentang keadannya saat ini. Penilaian tersebut dilakukan oleh individu setiap saat. Pada

aspek ini penilaian dapat dikatakan sebagai penengah antara pemahaman dan pengharapan. Ketika individu mengetahui siapa dirinya dan mempunyai harapan dan tujuan dalam hidupnya, maka seseorang melakukan penilaian tentang dirinya. Penilaian seseorang tentang dirinya yang dilakukan setiap saat dapat mempengaruhi konsep dirinya.

Sedangkan menurut Berzonsky (1981) untuk dapat melihat konsep diri seseorang maka akan dapat dilihat lewat penilaian terhadap dirinya. Penilaian konsep diri meliputi:

a. Aspek fisik

Aspek fisik atau material mencakup keseluruhan benda-benda nyata yang dimiliki individu, seperti tubuh, pakaian, benda-benda materi, mobil dan lain-lain. Aspek utamanya adalah tubuh, dan gambaran tubuh seseorang tampaknya menjadi dasar dimana seseorang pada awalnya mengkonseptualisasikan dirinya.

b. Aspek psikis

Aspek psikologis merupakan kumpulan dari pikiran, perasaan, dan sikap yang dimiliki individu tentang dirinya sendiri (proses ego). Pada aspek psikis digolongkan memiliki konsep diri positif apabila dapat memandang bahagia dirinya, optimis, mampu mengontrol diri dan memiliki kemampuan, berbeda dengan konsep diri negatif yang tidak memiliki hal tersebut.

c. Aspek sosial

Aspek sosial terdiri dari peran yang dimainkan oleh remaja dan evaluasi tentang seberapa baik atau buruk mereka memerankannya. Peran dimainkan melibatkan serangkaian harapan sosial tentang bagaimana seharusnya seseorang

memerankannya dan mencakup seberapa efektif seseorang dalam memenuhi harapan-harapan tersebut. Dikatakan memiliki konsep diri sosial positif apabila mampu terbuka dengan orang lain, sebaliknya dikatakan memiliki konsep diri sosial negatif apabila tidak memberikan perhatian terhadap orang lain dan pasif terhadap kegiatan sosial.

d. Aspek moral

Aspek moral mencakup nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang mengartikan dan mengarahkan hidup seseorang. Beberapa pertanyaan yang dilontarkan remaja seperti “apa itu hidup?”; “apa yang saya yakini?”; “apa yang ingin saya lakukan dengan hidup saya?” pertanyaan-pertanyaan seperti itu mengimplikasikan perhatian yang lebih dari sebuah penerimaan terhadap sesuatu yang dianggap konvensional seperti peran, tujuan, dan norma sosial. Dikatakan memiliki konsep diri moral positif bila memandang dirinya sebagai orang yang berpegang teguh pada nilai etik dan moral, namun sebaliknya dikatakan memiliki konsep diri moral negatif apabila memandang dirinya sebagai orang yang menyimpang dari nilai etik dan moral yang ada.

Adapun aspek yang telah diuraikan diatas yaitu aspek fisik, aspek psikis, aspek sosial, dan aspek moral, pemahaman, pengharapan, dan penilaian. Penulis memilih aspek menurut Calhoun dan Acocella 1990 (dalam Ghufron 2012) karena aspek yang diuraikan lebih lengkap dalam menjelaskan tentang konsep diri.

C. Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif

Remaja yang sedang dalam tahap perkembangan yaitu mengalami perubahan aspek dalam kehidupannya, baik dalam biologis, sosial maupun kognitifnya. Seiring dengan perubahan-perubahan tersebut, pola konsumsi juga terbentuk sejak remaja (Rosandi dalam Fitriani dkk, 2014). Pada masa remaja konsep diri merupakan aspek penting karena pada masa ini mulai mengembangkan identitas diri dan penilaian diri (Erickson dalam Hartanto dkk, 2005).

Aspek pertama pada konsep diri adalah pemahaman. Remaja paham akan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki. Remaja dapat menempatkan diri pada suatu kelompok sosial seperti kelompok umur, suku bangsa dan sebagainya. Remaja juga dapat mengidentifikasi dirinya dengan kelompok sosial (Calhoun & Acocella dalam Killing, 2015). Remaja sangat memperhatikan pakaian dan penampilan karena remaja sangat mepedulikan pandangan orang lain dan berusaha agar diterima dan mengidentifikasi identitas. Jika remaja memiliki konsep diri negatif maka remaja tidak tahu apa yang dirinya butuhkan dan apa yang dirinya tidak butuhkan, untuk itu remaja tersebut akan selalu merasa kekurangan dengan apa yang dimilikinya. Remaja akan membeli barang atau sesuatu semata-mata karena didasari oleh keinginan sesaat. Remaja melakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

Aspek kedua yaitu pengharapan, setiap harapan dapat membangkitkan kekuatan yang mendorong untuk mencapai harapan tersebut di masa depan. Setiap

individu pasti memiliki harapan yang baik untuk dirinya sendiri. Para remaja juga pasti memiliki pengharapan yang baik untuk masa depan. Terlebih dorongan remaja untuk selalu tampil lebih baik di depan orang lain. Menurut Rogers (dalam Kiling 2015) mengemukakan bahwa pada saat individu memiliki satu set pandangan tentang siapa dirinya, individu juga mempunyai satu set pandangan lain yaitu tentang kemungkinan individu menjadi apa dimasa mendatang. Remaja yang memiliki konsep diri negatif tidak paham akan kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya. Remaja akan memandang dirinya tidak baik, tidak disukai dan tidak menarik, maka harapan remaja di masa depan ingin lebih disukai, diperhatikan. Remaja memiliki dorongan untuk mewujudkan harapannya, dengan cara menggunakan atau membeli barang yang dapat menunjang penampilannya. Remaja akan terus menghambur-hamburkan uangnya hanya untuk membeli barang yang dapat membuat penampilannya lebih baik.

Aspek ketiga yaitu penilaian, dimana remaja menilai seberapa besar menyukai dirinya sendiri. Aspek ini merupakan penilaian terhadap diri sendiri (Marsh dkk dalam Kiling, 2015). Setiap individu berkedudukan sebagai penilaian tentangnya setiap hari, individu dapat mengukur menjadi seperti apa individu, sesuai dengan pengharapan yang diinginkan. Individu atau remaja memiliki dorongan untuk berpenampilan lebih baik. Remaja yang memiliki konsep diri negatif tidak dapat mengukur apa yang sudah dicapai. Remaja yang ingin berpenampilan lebih baik namun tidak dapat mengukur atau menilai apa yang sebenarnya sudah remaja tersebut capai, maka remaja akan membeli sesuatu yang dilakukan semata mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah

dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain dari pada yang lain dan membuatnya trendy.

Berdasarkan hasil penelitian Ermawati dan Indriyanti (2011) dengan judul “Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di SMP N 1 Piyungan” yang menyatakan, sebelum subjek membeli sesuatu akan mempertimbangkannya terlebih dahulu kegunaan dari barang yang diperlukannya. Apa yang yang dibeli cenderung sesuatu yang memang dibutuhkan dan tidak sembarangan. Menurut Swati dan Sandeep (2012) dengan judul (*Study on the Three Way Influence of Self Concept, Ethnocentrism and Impulsiveness on Consumer's Exploratory Tendencies*) juga menyatakan bahwa konsep diri seseorang merupakan cerminan persepsi dan pendapat orang lain terhadap konsep diri konsumen sendiri merupakan prediktor penting dari perilaku pembelian individu. Begitu juga dengan hasil penelitian Suminar dan Meiyuntari (2015) dengan judul “Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja” yang menyatakan bahwa semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah perilaku konsumtifnya, begitu pula sebaliknya, semakin rendah konsep diri maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Sebagai remaja, penampilan fisik masih menjadi perhatian utama. Pada umumnya subjek memiliki pandangan negatif mengenai aspek fisiknya. Selain itu, tingkat kepuasan diri subjek tergolong rendah. Konsep diri yang cenderung negatif memberi ketidaknyamanan secara personal. Bagi subjek upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan konsep diri tersebut yaitu melalui pembelian,

penggunaan dan memamerkan barang atau jasa yang dikonsumsi. Produk bernilai tinggi dianggap dapat menambah kepercayaan diri bahkan menutupi kekurangan yang ada pada diri subjek.

D. HIPOTESIS

Ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi konsep diri seseorang, maka semakin rendah munculnya perilaku konsumtif. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah konsep diri seseorang, maka semakin tinggi kemungkinan munculnya perilaku konsumtif.