

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Manusia akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, baik dalam aspek material maupun spiritual, jangka pendek maupun jangka panjang. Pemenuhan kebutuhan tersebut salah satunya bergantung pada benda-benda. Manusia senantiasa mengonsumsi barang dan menggunakan berbagai jasa yang perolehannya memerlukan uang. Kepemilikan barang berdampak sangat kuat pada jiwa individu. Bagi individu memiliki barang yang tepat menjadi vital, tidak karena benda material itu sendiri, melainkan karena harapan akan keuntungan psikologis dari kepemilikan benda tersebut, seperti popularitas, identitas, dan kebahagiaan. Barang-barang tersebut menjadi jembatan untuk mencapai kesempurnaan tubuh, kehidupan yang baik, dan simbol diri yang ideal (Husna, 2016).

Pada masa sekarang, mahasiswa yang hidup dalam masyarakat modern, memandang kepemilikan suatu materi berupa barang dan uang sebagai perantara untuk mencapai popularitas, identitas, dan kebahagiaan individu. Mahasiswa menjadikan kepemilikan benda-benda material tersebut sebagai tolok ukur yang penting dalam mengukur kesuksesan dan kebahagiaan individu (O'Cass dalam Johan dan Cahyo, 2016). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa saat ini sangat memperhatikan penampilan, dan memiliki sikap konsumtif terhadap barang yang pembeliannya cenderung tidak direncanakan (*compulsive*), dan lebih banyak dari kebutuhannya (Joung, 2013). Kalangan muda berstatus mahasiswa atau pun pelajar banyak yang

memenuhi pusat perbelanjaan modern seperti *supermarket* dan *mall*. Kondisi mahasiswa yang hidup dalam dunia yang serba cepat ini menjadikan berbagai tren budaya, baik berupa teknologi, kebiasaan, gaya hidup dan lain-lain dapat sangat cepat menyebar keseluruh dunia, termasuk Indonesia. Apalagi bagi generasi muda yang dalam kesehariaannya tidak lepas dari genggamannya teknologi informasi (Johan dan Cahyo, 2016).

Menurut hasil penelitian Johan dan Cahyo (2016) terkait dengan perilaku konsumen materialistik pada kalangan muda mahasiswa, menunjukkan sejumlah 99 responden dari total 221 masuk dalam kategori materialistik. Hasil penelitian tersebut berkesimpulan bahwa individu yang materialis cenderung memiliki *compulsive buying*. Melihat fenomena di atas, jika kita mau mengkritisi tidak menutup kemungkinan nilai-nilai materialistik bisa masuk dan terinternalisasi sebagai suatu nilai yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan hidup yang condong pada materialisme merupakan masalah moral dan karakter karena pemuda seharusnya menganut fokus-fokus etis sebagai tujuan hidup, seperti mengembangkan akal sehat, membantu sesama, menemukan makna hidup, dan membangun integritas (Nucci dan Narvaez, 2008).

Richins dan Dawson (dalam Husna, 2016) mendefinisikan materialisme sebagai keyakinan yang berkenaan dengan seberapa penting perolehan dan pemilikan barang dalam hidup. Bagi individu yang materialistis, harta benda dan pemerolehannya adalah tujuan hidup garis terdepan yang mendiktekan cara hidup. Individu yang materialistis dikenal meyakini 3 keyakinan yang mana ketiganya merupakan aspek-aspek nilai materialistis, yaitu: (a)

Perolehan barang adalah sentral kehidupan (*acquisition centrality*). Individu yang materialistis menempatkan barang tersebut dan pemerolehannya di pusat kehidupan mereka; (b) Perolehan barang sebagai pengejaran kebahagiaan (*acquisition as the pursuit of happiness*). Keyakinan bahwa barang dan uang adalah jalan utama untuk mencapai kebahagiaan personal, kehidupan yang lebih baik, dan identitas diri yang lebih positif; (c) Kesuksesan didefinisikan dengan kepemilikan barang (*possession defined success*). Individu yang materialis cenderung untuk menilai kesuksesan diri dan orang lain dari jumlah dan kualitas barang yang dikumpulkan (Richins dan Dawson, 1992).

Sebuah studi di Amerika Serikat terhadap hampir seperempat juta mahasiswa baru dari tahun 1965-2005 membuktikan terjadinya perubahan nilai di kalangan anak muda di mana materialisme meningkat, sementara spiritualitas menurun. Remaja di Amerika Serikat memandang sukses finansial sebagai hal yang sangat penting dan esensial, melampaui nilai penting membangun filosofi hidup, menjadi ahli di bidang yang digeluti, membantu orang lain yang kesusahan, dan membangun keluarga (Dey, Astin, dan Korn, dalam Myers, 2008). Menurut Husna (2016) orientasi pada kesuksesan finansial di Indonesia cukup menonjol di kalangan mahasiswa. Terdapat pola pikir lulus kemudian bekerja, alasan sekolah adalah untuk mendapatkan pekerjaan, seakan tujuan utama pendidikan adalah mendapatkan uang.

Materialisme adalah unsur penting dalam budaya konsumen. Materialisme adalah nilai yang melandasi setiap perilaku mengkonsumsi barang.

Materialisme dalam beberapa literatur yang membahas tentang perilaku konsumen, masuk kedalam faktor makro (kultural) yang memengaruhi perilaku membeli, memiliki, mengumpulkan, menyimpan, dan menggunakan barang. Konsumsi tersebut dilakukan tidak sebatas demi tujuan fungsional terkait barang tersebut. Alasan individu mengkonsumsi barang sangatlah kompleks, salah satunya karena barang memiliki fungsi simbolis yang berasosiasi dengan identitas personal konsumen (Antonides dan Raaij, dalam Husna, 2016).

Terdapat beberapa penelitian terkait dengan tema materialisme pada mahasiswa seperti, perilaku *compulsive* dan *excessive buying* (Dittmar, dalam Husna, 2016) individu yang materialis akan banyak berbelanja dan sedikit menabung, memiliki sikap negatif terhadap sekolah, tidak bahagia dan tidak ragu-ragu menaikan perhatian pada publik (Goldberg et al., dalam Djudiyah dan Sumantri, 2015). Menurut Mangestuti (dalam Djudiyah dan Sumantri, 2015), mahasiswa yang memiliki kecenderungan nilai materialisme sedang, cenderung memiliki perilaku belanja kompulsif.

Berdasarkan fenomena yang peneliti temukan, dapat diketahui bahwa dari 8 mahasiswa yang peneliti wawancarai pada tanggal 20 oktober 2017, 5 mahasiswa diantaranya mengaku bahwa ukuran kesuksesan seseorang ditunjukkan dengan jumlah kepemilikan harta benda serta kualitas kemewahan barang tersebut, juga mereka mengungkapkan betapa pentingnya kepemilikan barang yang mereka inginkan hingga mereka membeli barang-barang yang bahkan setelah ia sadari tidak dibutuhkannya, jadi mereka hanya ingin memperoleh barang tersebut karena adanya keuntungan psikologis yang

mereka akan dapatkan yaitu rasa puas dan senang setelah memilikinya. Hal tersebut juga diperkuat oleh hasil penelitian Johan dan Cahyo, (2016) bahwa mahasiswa yang melakukan *compulsive buying* cenderung memiliki nilai-nilai materialisme dalam hidupnya. Menurut Dittmar, (2005) bahwa kecenderungan individu melakukan pembelian secara kompulsif disebabkan oleh nilai materialisme yang dimilikinya, makin kuat nilai materialisme yang dimiliki individu, makin kuat pula kecenderungan untuk tidak dapat menunda suatu pembelian.

Mahasiswa seharusnya tidak mengadopsi materialisme dalam hidupnya karena materialisme tidak hanya menyebabkan ketidakbahagiaan, tetapi juga disebabkan oleh ketidakbahagiaan (Kasser,2002). Materialisme menyebabkan rendahnya *well-being*, ketidakbahagiaan dan ketidakpuasan hidup, tingginya stres dan depresi, *compulsive* dan *excessive buying*, rendahnya motivasi belajar intrinsik, serta rendahnya performa akademik, rendahnya keyakinan, sikap dan perilaku prolingkungan (Husna, 2016).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa dianutnya nilai hidup yang materialistis memberikan kerugian, baik pada individu, masyarakat, maupun lingkungan. Kecenderungan pada materialisme pun tidak muncul tanpa sebab. Menurut Husna (2016), ada sejumlah faktor eksternal maupun internal tidak sehat yang mengaktivasi materialisme pada diri individu, seperti: kondisi psikologis berupa harga diri yang rendah, kecemasan akan kematian dan rasa tidak aman, faktor keluarga berupa pengasuhan yang tidak mendukung *self-esteem* yang positif dan hanya menekankan kesuksesan finansial, stres dan konflik dalam keluarga, faktor pergaulan berupa penolakan teman dan

pengaruh teman yang materialistis, serta perbandingan sosial dengan teman atau figur di media, lingkungan yang menggoda serta media yang mendorong konsumerisme, rendahnya religiusitas dan kebersyukuran.

Salah satu faktor pendukung nilai-nilai yang berlawanan dengan materialisme adalah religiusitas (Rakrachakarn, dkk, dalam Husna, 2016). Menurut Glock dan Stark (dalam Jalaluddin, 2016) religiusitas adalah tingkat penghayatan individu dalam usaha mendekatkan diri kepada Tuhan yang mencakup dimensi keyakinan (ideologi), praktik agama (ritualistik), pengalaman (eksperiensial), pengetahuan (intelektual) dan pengamalan (konsekuensial). Kelima dimensi tersebut saling berhubungan, saling terkait, serta saling menentukan dalam membentuk religiusitas. Peran religiusitas cukup penting karena salah satu faktor internal yang berhubungan dengan materialisme adalah religiusitas.

Religiusitas meliputi berbagai sisi atau dimensi. Glock dan Stark (dalam Jalaluddin, 2016), menyatakan bahwa religiusitas terdiri dari 5 dimensi yaitu: (a) Dimensi ideologi yaitu tingkatan sejauh mana individu menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya. Misalnya kepercayaan tentang sifat-sifat Tuhan, adanya malaikat, surga, dan neraka; (b) Dimensi ritualistik yaitu tingkatan sejauh mana individu menjalankan ketaatan beragama, seperti mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya; (c) Dimensi eksperiensial yaitu perasaan atau pengalaman keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan oleh individu seperti merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa atau merasa bahwa doa-doanya dikabulkan Tuhan; (d) Dimensi intelektual yaitu seberapa jauh pengetahuan individu tentang ajaran-ajaran

agamanya, terutama yang ada dalam kitab suci; (e) Dimensi konsekuensial yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku individu dimotivasi oleh ajaran agamanya seperti menolong orang yang kesulitan dan mendermakan hartanya.

Menurut Djudiyah dan Sumantri, (2015) religiusitas merupakan salah satu cara untuk meminimalisir terbentuknya nilai materialistik dan belanja impulsif maupun kompulsif. Komitmen yang tinggi terhadap nilai-nilai agama yang telah diinternalisasinya akan berfungsi sebagai regulasi diri maupun kontrol diri dalam berperilaku, seperti salah satu konsep agama tentang rasa syukur dan berbagi kepada sesama, akan membuat pandangan individu yang menekankan kepemilikan harta benda yang banyak dan mewah serta menjadi sumber kebahagiaannya yang paling penting menjadi berkurang. Individu yang religius memandang bahwa dengan berbagi itulah rasa kebahagiaan diperoleh, karena mereka memiliki keyakinan bahwa segala perbuatannya akan dibalas oleh Tuhan. Begitu juga dengan rasa syukur, individu yang bersyukur mempunyai *value* atau nilai-nilai yang mereka tunjukkan dengan mengakui bahwa semua hal yang didapat hanya dari Tuhan sehingga tidak terjebak dalam kehidupan material semata (Gumilar dan Uyun, 2009). Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian Stillman et al. (dalam Kasser, 2016) bahwa mengingat peristiwa spiritual atau religius dapat menurunkan hasrat materialistik.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai hubungan religiusitas dengan materialisme pada

mahasiswa. Rumusan masalah yang diajukan adalah Apakah ada hubungan antara religiusitas dengan materialisme pada mahasiswa?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara religiusitas dengan materialisme pada mahasiswa.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran hubungan religiusitas dengan materialisme pada mahasiswa, selain itu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang psikologi sosial-klinis.

b. Manfaat Praktis

Jika penelitian ini terbukti maka manfaat praktis dari penelitian ini adalah mahasiswa dapat mengetahui dan mengimplementasikan nilai-nilai keimanan dan ketaatannya pada Tuhan dalam kehidupan sehari-hari sehingga tidak terjebak pada nilai-nilai materialisme.