

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia saat ini sangatlah cepat hal ini terangkum menjadi satu dengan nama globalisasi. Globalisasi adalah sebuah masa yang menguntungkan sekaligus merugikan bagi semua orang. Akibat globalisasi tersebut diantaranya adalah munculnya guncangan kebudayaan. Guncangan budaya ini umumnya terjadi pada generasi tua yang kaget melihat perubahan budaya yang dialami para remaja masa kini. Sebagai contoh di era globalisasi ini menurut Rahman (dalam Sukari dkk 2013) perilaku *hedonisme* (memuja kemewahan) dan perilaku konsumtif sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Lebih lanjut Rahman (dalam Sukari dkk 2013) perilaku *hedonisme* dan konsumtif telah merekat pada hidup kita dan menjadikan sebuah gaya hidup. Pola hidup seperti ini sering kita jumpai pada generasi muda, yang orientasinya diarahkan pada kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Sukari dkk (2013), membenarkan bahwa manusiawi bila manusia hidup untuk mencari kepuasan dan kesenangan, karena itu adalah sifat dasar manusia.

Adanya kemajuan teknologi membuat media informasi sangat mudah merayu tentang masalah gaya hidup dalam hal ini adalah perilaku konsumtif. Para generasi muda, khususnya remaja saling berlomba-lomba untuk mengaktualisasikan dirinya

demikian mencapai kepuasan dan apa yang diinginkan. Berbagai cara dilakukan remaja untuk mencapainya dengan membelanjakan uangnya, diantaranya adalah demi mencari popularitas semata, remaja nongkrong dan mengonsumsi produk kuliner di restoran atau café ternama. Tambunan (dalam Sihotang 2009), perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang kurang dibutuhkan atau diperlukan untuk mencapai kepuasan tersendiri. Perilaku yang mulai mengarah ke budaya konsumtif akan mengakibatkan kerugian yang besar bagi remaja. Kemajuan teknologi *smartphone* yang canggih dibekali bermacam aplikasi media sosial yang dapat digunakan sebagai ajang promosi, salah satunya adalah *instagram* yang sedang marak dikalangan anak muda. Remaja masa kini gemar nongkrong di tempat makan atau restoran dan café yang populer di media sosial. Lina dkk (dalam Sumartono, 2002) menyebutkan lewat informasi yang diberikan oleh beberapa media secara tidak langsung mengubah kebiasaan dan gaya hidup seseorang dalam jangka waktu yang relatif singkat menuju kearah kehidupan mewah dan cenderung berlebihan yang pada ujungnya akan menimbulkan pola hidup konsumtif.

Dalam teori pertumbuhan ekonomi dikembangkan oleh Rostow (1979), masyarakat menjadi konsumtif karena terjadinya pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun, sektor-sektor industri merupakan sektor yang memimpin (*leading sector*) bergerak ke arah produksi barang-barang konsumsi tahan lama dan jasa-jasa. Sehingga mau tidak mau harus berada pada kondisi berperilaku konsumtif seperti saat ini. Banyaknya barang dan jasa di pasaran juga berpengaruh terhadap perilaku membeli dan memakai suatu barang dan jasa. Hal itupun tidak lepas dari motivasi

pelakunya untuk membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa. Menurut Setiadi (2003), motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk memperoleh kepuasan. Perlu diingatkan saat ini pembelian atau pemakaian suatu produk bukan lagi semata-mata sebagai pemenuhan kebutuhan, perilaku remaja masa kini telah membuktikan bahwasanya untuk makan saja memilih tempat yang mahal, dan untuk meluangkan waktu para remaja ini memilih tempat-tempat makan atau restoran untuk berkumpul dan menikmati menu makanan disana. Menurut Dahlan (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang 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. Senada dengan Setiadi (2003) bahwa perilaku konsumtif terjadi ketika konsumen menganut gaya hidup yang menganggap bahwa materi sebagai sesuatu yang dapat menimbulkan kepuasan. Anggarasari (dalam Sumartono 2002) memberikan batasan tentang perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Kesimpulan dari penjelasan diatas perilaku konsumtif adalah suatu pola hidup seseorang atau masyarakat yang memiliki kekuatan untuk membeli atau

menggunakan barang dan jasa yang kurang dibutuhkan dalam kehidupannya, dengan kata lain bukan kebutuhan pokoknya. Perilaku konsumtif juga sesuatu yang mengarah kepada kepuasan semata dan menghambur-hamburkan uang.

Pada tahun-tahun belakangan ini penelitian tentang perilaku konsumtif memang sudah banyak tetapi ada arti penting dalam penelitian ini. Arti pentingnya yaitu karena permasalahan dalam penelitian ini menyangkut perilaku anak remaja, khususnya dengan konsep diri yang dianut.

Didalam perilaku konsumtif terdapat aspek-aspek yang mempengaruhi Menurut Fromm (1995) aspek perilaku konsumtif adalah, pemenuh keinginan, barang diluar jangkauan, barang tidak produktif, dan status. Peneliti menggunakan aspek milik Fromm (1995) dikarenakan aspek-aspeknya yang sesuai dengan keadaan dilapangan tentang perilaku konsumtif produk kuliner pada remaja. Peneliti mengambil variabel perilaku konsumtif tentang produk kuliner, hal ini dirasa karena dewasa ini gaya hidup remaja banyak menghabiskan waktunya ditempat makan atau café dan restoran cepat saji.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan penulis pada 7 Oktober 2016 di beberapa tempat makan di Yogyakarta. Subjek yang berjumlah 12 orang diambil secara acak dari beberapa tempat makan yang berbeda, bahwa banyak kegiatan nongkrong yang dilakukan. Contoh saja, pada rumah makan cepat saji di kawasan Jalan Jendral Sudirman Yogyakarta, beberapa remaja yang duduk dalam satu meja memesan minuman yang berharga diatas Rp.15.000,00 ditambah dengan camilannya kentang goreng, burger dan es krim, hal ini termasuk dalam barang

pemenuh keinginan. Pada hasil observasi memang ditemukan banyak para remaja makan sekaligus mengerjakan tugas dari guru atau dosen atau hanya sekedar melepas penat saja. Menurut narasumber, makan diluar bersama teman-teman itu menyenangkan dan terdapat menu yang bervariasi, lalu apabila sedang makan diluar dan di tempat nongkrong atau *café*, *update location* adalah hal yang wajib agar teman-teman di sosial media mengetahui aktivitasnya, hal ini menagarah kepada aspek status yang dimiliki oleh remaja demi mengaktualisasikan dirinya. Di lapangan juga ditemui beberapa remaja yang membeli menu paket makanan karena mengincar hadiahnya, hal ini termasuk kedalam pembelian barang tidak produktif karena hanya mengincar hadiahnya semata. Sedang di tempat lain, disebuah restoran yang cukup mahal harganya banyak remaja mendatangnya, berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, remaja mendatangi restoran tersebut karena restoran itu sedang populer di media sosial dan tempatnya bagus untuk foto, bangunannya bergaya eropa dan terdapat kendaraan-kendaraan antik sebagai dekorasinya, narasumber juga mengakui kalau harga menu makanan disana mahal, tetapi demi berpose dan berfoto disana, narasumber merelakan untuk mengkonsumsi di restoran tersebut.

Bagi para remaja menurut Piaget (dalam Kaplan dkk 1997) menekankan bahwa usia remaja harus sudah mampu mempertimbangkan semua kemungkinan untuk menyelesaikan suatu masalah dan mempertanggung jawabkannya berdasarkan suatu proposisi. Oleh karena itu alangkah baiknya apabila remaja dapat mengontrol perilaku yang menghambur-hamburkan uang itu dan lebih selektif dalam membelanjakan uang jajan hasil kerja keras orang tuanya, mengingat tugas remaja

yang sebagian besar masih bersetatus sekolah dan disisi lain kebanyakan remaja juga belum memiliki penghasilan sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku remaja saat ini terindikasi mengarah ke budaya konsumtif. Hal ini terlihat dari kegiatan dan gaya remaja yang sesuai dengan aspek perilaku konsumtif menurut Fromm (1995)

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Prawesti dan Widyastuti (2008) tentang hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMU Negeri 2 Krakatau Steel Cilegon. Berdasarkan hasil analisis data dengan subjek penelitian siswi SMU Negeri 2 Krakatau Steel menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif atau hubungan yang berlawanan arah yang sangat signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Ermawati dan Indriyanti (2011) tentang konsep diri dan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMP N 1 Piyungan, yang hasilnya adalah ada korelasi negatif antara konsep diri dan perilaku konsumtif. Menurut Sihotang (2009) telah dilakukan survei oleh Deteksi Jawa Pos pada Maret 2009 menemukan bahwa 20,9 % dari 1.074 responden yang berstatus sebagai pelajar yang berdomisili di Jakarta dan Surabaya mengaku pernah menggunakan uang smp-nya untuk membeli barang incarannya ataupun hanya untuk bersenang-senang. Hal ini menandakan bahwa keinginan untuk mengkonsumsi barang pada remaja sangat tinggi dan ajakan dari teman-temannya seringkali berpengaruh, supaya dapat mengikuti *trend* yang sedang beredar dan dapat menyamakan statusnya.

Lebih jauh Kotler (2000) menjelaskan faktor-faktor dalam perilaku konsumtif adalah faktor budaya yang dinilai dapat mempengaruhi perilaku konsumtif karena budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar diantaranya berisikan nilai, persepsi, preferensi, kelas sosial pembeli dan lainnya. Lalu ada faktor sosial, yang berisikan acuan yang mempengaruhi, keluarga, peran dan status. Dan faktor pribadi dimana ada status dan pekerjaan yang mempengaruhi perilaku membeli lalu keadaan ekonomi, gaya hidup yang dianut. Dan yang terakhir adalah faktor psikologis dimana didalamnya terdapat motivasi, persepsi, konsep diri, kepribadian dan pengalaman belajar. Menurut Swastha dan Handoko (1982) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, antara lain faktor ekstern atau lingkungan yang terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi, keluarga kemudian dari faktor intern atau dalam diri terdiri dari pengamatan, disiplin diri, belajar, persepsi, konsep diri, sikap, motivasi, dan konformitas.

Remaja di era globalisasi ini sangat mudah untuk dipengaruhi dan masih dalam proses mencari jati diri sehingga belum mampu mengarahkan jalan hidupnya kedepan, pergeseran moral juga terlihat pada perilaku remaja saat ini dimana nilai-nilai sopan santun yang memudar serta tingkatan instensitas beribadahnya juga sedikit mengalami masalah, hal ini berdasarkan hasil lapangan disekitar peneliti tentang perilaku remaja. Banyak sekali ditemui remaja masa kini sudah berdandan mewah, nongkrong di tempat makan terkenal serta sudah mengendarai kendaraan (mobil) mewah. Remaja saat ini, Burns (1993) remaja yang berperilaku konsumtif

karena ingin menjaga gengsi, atau ingin membuat dirinya terlihat lebih baik dibanding orang lain, diduga adalah remaja yang memiliki konsep diri negatif, karena mereka berusaha untuk membuat dirinya tampak terkenal, dipandang di lingkungannya dan tidak memiliki perilaku penerimaan diri yang baik. Dijelaskan oleh Hurlock (dalam Sumartono, 2002) bahwa remaja pada masa transisi memiliki kondisi emosional yang labil sehingga mudah terpengaruh, kebanyakan remaja menganggap bahwa penampilan dan gaya hidup adalah simbol status yang lebih tinggi dalam kelompoknya. Dengan kata lain mereka memandang dirinya sendiri dalam kondisi yang belum baik. Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif diperkuat dengan hasil penelitian Priamsari (dalam Prawesti dkk 2008), yang menunjukkan bahwa konsep diri merupakan inti pola kepribadian yang menjadi pola acuan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, dalam kaitannya dengan perilaku konsumen, konsep diri mempengaruhi perilaku konsumtif individu karena konsep diri menentukan responsivitas terhadap produk dan kekuatan pengaruh kelompok. Berdasarkan fenomena tersebut terindikasi adanya pengaruh antara konsep diri seseorang dengan perilakunya dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa.

Definisi konsep diri menurut Burns (1993) Konsep diri merupakan suatu gambaran campuran dari apa yang dipikirkan individu, pendapat orang lain mengenai diri individu, dan apa yang individu tersebut inginkan. Hurlock (1990) memberikan pengertian tentang konsep diri sebagai gambaran yang dimiliki orang tentang dirinya. Konsep diri ini merupakan gabungan dari keyakinan yang dimiliki individu tentang

mereka sendiri yang meliputi karakteristik fisik, psikologis, sosial, emosional, aspirasi dan prestasi. Pernyataan Fitts (dalam Hendriati, 2006) mengemukakan bahwa konsep diri merupakan aspek penting dalam diri seseorang, karena konsep diri merupakan kerangka acuan (*frame of reference*) dalam berinteraksi dengan lingkungan. Lebih lanjut Fitts (dalam Hendriati, 2006) mengatakan bahwa konsep diri berpengaruh kuat terhadap tingkah laku seseorang. Masih menurut Fitts (dalam Hendriati, 2006), karakteristik remaja yang mempunyai konsep diri yang negatif adalah harga dirinya rendah, tidak memiliki pertahanan psikologis yang kuat yang dapat membantu menjaga rasa percaya dirinya. Sebaliknya remaja yang harga dirinya tinggi dan memiliki rasa percaya diri yang tinggi adalah remaja dengan konsep diri yang positif.

Menurut Staines (dalam Burns, 1993) konsep diri terbagi menjadi tiga aspek, yaitu pertama konsep diri dasar yaitu diri yang dikognisikan, aspek ini merupakan pandangan individu terhadap status, peranan, dan kemampuan dirinya. Kedua adalah diri yang lain, yaitu gambaran diri seseorang yang berasal dari penilaian orang lain. Hal ini menjadi titik utama untuk melihat gambaran pribadi seseorang. Pernyataan-pernyataan, tindakan-tindakan, isyarat-isyarat dari orang lain kepada individu yang didapat setahap demi setahap akan membentuk sebuah konsep diri sebagaimana yang diyakini individu tersebut dan yang dilihat oleh orang lain. Ketiga adalah diri yang ideal, aspek ini merupakan seperangkat gambaran mengenai aspirasi dan apa yang diharapkan oleh individu, sebagian berupa keinginan dan sebagian lagi berupa keharusan. Hal senada juga diungkapkan oleh Berzonsky (1981) untuk melihat

konsep diri seseorang maka dapat dilihat melalui penilaian tentang dirinya. Penilaian itu meliputi, aspek fisik, yaitu mencakup keseluruhan benda-benda nyata yang dimiliki individu, seperti tubuh, pakaian, benda-benda materi, mobil, dan lain-lain. Yang kedua adalah aspek psikis, yaitu kumpulan tentang pikiran, perasaan, dan sikap yang dimiliki individu tentang dirinya sendiri. Yang ketiga adalah aspek sosial, yaitu terkait peran yang dimainkan oleh individu dan evaluasi tentang seberapa baik atau buruk individu memrankannya. Yang terakhir adalah aspek moral, mencakup nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang mengartikan dan mengarahkan hidup seseorang.

Menurut Alport (dalam Burns 1993) konsep diri yang ideal yang menunjukkan tujuan-tujuan seseorang bagi masa depannya. Seorang individu yang mempunyai konsep diri positif pada umumnya mempunyai ciri-ciri penerimaan diri yang baik, optimis, dan harga dirinya tinggi. Sedangkan individu yang memiliki konsep diri negatif umumnya mempunyai ciri-ciri yang sebaliknya, membenci diri sendiri, perasaan rendah diri, pesimis, dan tidak adanya perasaan yang menghargai diri sendiri. Dari pendapat ini diharapkan remaja mampu menampilkan dirinya secara bebas sesuai dengan keadaannya tanpa merasa terbebani, sehingga cenderung akan menghindari hal-hal negatif termasuk gaya hidup dengan perilaku konsumtif. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dilihat bahwa konsep diri memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif. Menurut hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prawesti dan Widyastuti (2008) di SMA Negeri Krakatau Steel Cilegon menunjukkan bahwa konsep diri berhubungan negatif dan sangat signifikan dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang Hubungan antara konsep diri dan perilaku konsumtif produk kuliner pada remaja Di Yogyakarta. Adapun yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut “Apakah ada hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif produk kuliner pada remaja Di Yogyakarta?”

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui hubungan antara antara konsep diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja Di Yogyakarta?

Dengan tercapainya tujuan penelitian diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan sumbangan bagi ilmu psikologi industri, terutama tentang perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja.

2. Manfaat Praktis

Apabila penelitian ini diterima, seyogyanya remaja dapat selektif dalam mengontrol tindakan daya beli yang kurang bermanfaat dan untuk orang tua agar lebih bijak dalam memberikan uang saku.