

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Setiap manusia mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda untuk melakukan pemenuhan kebutuhan sehingga membuat manusia melakukan konsumsi terhadap barang dan jasa (Asri, 2012). Manusia merupakan makhluk konsumtif yang mempunyai hobi untuk berbelanja dan menghabiskan banyak uang untuk membeli barang-barang yang mereka inginkan. Hal ini mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan maupun hanya untuk memenuhi hasrat membelanjanya (Pratiwi & Yani, 2016).

Sekarang ini masyarakat banyak mengalami perubahan seiring perkembangan jaman pada era modern seperti perkembangan teknologi, gaya hidup, ekonomi, bahkan aturan-aturan yang ada (Sipunga & Muhammad, 2014). Menurut Mowen dan Minor, (dalam Azizah, 2017) perkembangan teknologi yang pesat merupakan sumber ide produk baru yang penting dan juga dapat secara dramatis mempengaruhi gaya hidup individu. Teknologi tersebut akan mempengaruhi gaya hidup dan pola konsumsi individu. Dimana gaya hidup tersebut banyak ditemui atau dilakukan oleh mahasiswa. Pusat perbelanjaan seperti di Mall tidak jarang juga terdapat banyak barang-barang diskon, sehingga membuat mahasiswa sering menjadi kurang kontrol terhadap dirinya dan berbelanja secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan maupun dari barang-barang yang hendak dibelinya (Astuti, 2013). Mahasiswa tidak lagi mengenali kebutuhan yang sejati namun justru selalu, tergoda untuk memuaskan keinginan

yang semu agar disebut orang modern (Sumartono, 2002).

Mahasiswa ingin selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga mahasiswa kebanyakan membelanjakan uangnya untuk membeli pakaian (Sumartono, 2002). Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia dalam menjalani hidup. Kebutuhan fashion pada mahasiswa pada saat ini sudah mulai meningkat, perkembangan *industry mode* dan *fashion* di Negara-negara besar seperti Paris, New York, Korea sudah mulai mempengaruhi penggunaan *fashion* di Indonesia (Wardana, 2017). Banyak mahasiswa lebih senang menghabiskan waktu dengan berbelanja ria di pusat perbelanjaan seperti Matahari, H&M, Ramayana dan sebagainya.

Schiffman dan Kanuk (dalam Widyaningrum & Puspitadewi, 2016) menyatakan bahwa dalam membeli pakaian, mahasiswa dipengaruhi motif emosional seperti hal-hal yang bersifat pribadi seperti status, harga diri, perasaan cinta, dan lain sebagainya. Mahasiswa yang dipengaruhi oleh motif emosional tidak mempertimbangkan apakah barang yang dibeli sesuai dengan dirinya, kebutuhannya, kemampuannya dan standar atau kualitas yang diharapkannya. Mahasiswa ingin diakui keberadaannya oleh lingkungan sekitar sehingga perilaku konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa hanya untuk bisa diterima dan menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Sebagian besar dari mahasiswa belum mempunyai penghasilan sendiri namun banyak yang memiliki pengeluaran cukup besar (Widyaningrum & Puspitadewi, 2016). Seiring dengan hal tersebut, terbentuk perilaku konsumsi yang dapat berkembang menjadi perilaku konsumtif untuk meningkatkan penampilan fisiknya.

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) adalah suatu bentuk tindakan dalam pemakaian produk yang tidak tuntas. Artinya belum habis pemakaian suatu produk namun telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda. Indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yaitu a) Membeli produk karena iming-iming hadiah. b) Membeli produk karena kemasannya menarik. c) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. d) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. f) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. g) Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri. h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Umumnya, mahasiswa sedang berada pada tahap pencarian jati diri yang selalu haus dengan kebutuhan-kebutuhan tertentu seperti *fashion* akibat dari pengaruh lingkungan. Mahasiswa membutuhkan sesuatu untuk bisa tampil seperti mahasiswa yang berasal dari keluarga yang memiliki tingkat sosial ekonomi menengah keatas. Selain itu motif dibalik tindakan mahasiswa bisa jadi karena mereka ingin diterima atau bisa masuk dalam kelompok tertentu (Wijayanti & Yani, 2017).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sriatmini (dalam Pratiwi, 2016) pada mahasiswa di Malang yang menunjukkan bahwa mahasiswa gengsi dan merasa malu jika tidak membeli pakaian yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi mereka akan tetap membeli pakaian bermerek tersebut sekalipun dengan jalan yang tidak wajar.

Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Dewi (2017) pada mahasiswa di Semarang, bahwa mahasiswa dalam melakukan pembelian dan konsumsi barang ingin sekali berbeda dengan orang lain dengan kriteria selalu 53%, sering 23%, jarang 13% dan tidak pernah 10%, sedangkan membeli atau mengkonsumsi barang demi menjaga penampilan diri dan gengsi dengan kriteria selalu 33%, sering sebesar 50%, jarang 10% dan tidak pernah 7%. Mahasiswa juga membeli atau mengkonsumsi barang tanpa mempertimbangkan harga dengan kriteria selalu 37%, sering 27%, jarang 13% dan tidak pernah 23%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa anggaran mahasiswa dalam kebutuhan belajar untuk kuliah lebih kecil dibandingkan dengan kebutuhan *fashion*, makan dan transport. Hal ini mengindikasikan keadaan perilaku konsumtif yang bermasalah sehingga menarik untuk diteliti.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terhadap tujuh mahasiswa yang berada di Yogyakarta, Magelang, dan Surabaya melalui percakapan *whatsapp*, 71% mahasiswa membeli pakaian setidaknya satu kali dalam satu bulan. Pada aspek menurut Sumartono (2002) yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah ditemukan bahwa salah satu alasan membeli pakaian karena adanya hadiah yang membuat mereka tertarik. Ditemukan pada aspek kedua membeli produk karena kemasannya menarik bahwa ketika berbelanja mereka akan memilih toko yang menarik dan bersih. Selanjutnya pada aspek ketiga yaitu membeli produk demi menjaga penampilan diri, ditemukan bahwa kebanyakan mahasiswa terbuju untuk membeli produk demi mengikuti perkembangan model pakaian. Menurut mereka hal ini dilakukan demi menjaga penampilan agar tetap

terlihat menarik. Aspek keempat yaitu membeli produk atas pertimbangan harga. Hampir dari semua mahasiswa yang diwawancara mengaku bahwa mereka selalu melihat harga sebelum membeli pakaian. Ketika mereka melihat pakaian yang disukai dan terdapat potongan harga, mereka akan cenderung membelinya walaupun sebenarnya tidak diperlukan, dengan alasan mumpung ada potongan harga.

Aspek lain adalah membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Ditemukan beberapa diantara mereka menyebutkan bahwa alasan membeli pakaian adalah untuk menunjukkan bahwa mereka mampu berpenampilan seperti mahasiswa yang lain dan tetap terlihat keren dan menarik. Selanjutnya pada aspek membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan ditemukan bahwa mereka akan membeli pakaian ketika tokoh yang diidolakan mengiklankannya. Melihat tokoh yang diidolakan akan menambah ketertarikan dalam membeli barang. Selain itu pada aspek membeli produk dengan harga yang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri. Beberapa mahasiswa mengaku dengan mudah mengeluarkan uang yang tidak sedikit demi membeli pakaian yang menurutnya akan meningkatkan kepercayaan dirinya. Pada aspek terakhir yaitu mencoba lebih dari dua produk sejenis ditemukan bahwa mahasiswa dengan mudah memutuskan membeli pakaian yang tanpa disadari pakaian dengan model tersebut sudah mereka punyai.

Meningkatnya perilaku konsumtif terhadap pakaian pada mahasiswa merupakan suatu hal yang perlu dikhawatirkan, dan harus diberikan sebuah solusi karena besar pengaruhnya baik terhadap kehidupan diri mahasiswa maupun

terhadap masyarakat (Asri, 2012). Menurut Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif dapat menggiring mahasiswa hingga terjerumus ke dalam jaringan prostitusi. Perilaku konsumtif juga erat kaitannya dengan kriminalitas atau tindak kejahatan.

Mahasiswa yang terbiasa dengan perilaku konsumtif dikhawatirkan akan terus menjalani pola perilaku yang sama hingga pada saat berada di dunia kerja. Jika tidak terjadi kesesuaian antara pendapatan dan keinginan, maka ada kecenderungan untuk melakukan korupsi (Suminar, 2015). Perilaku konsumtif yang sakit, liar, dan keliru justru bisa mengancam kelancaran mekanisme ekonomi, bahkan bisa membengkok menjadi bencana kesejahteraan individu maupun masyarakat (Sumartono, 2002).

Faktor-faktor perilaku konsumtif menurut Kotler (2009) ada tiga yaitu : a. Faktor Budaya, terdiri dari budaya, sub-budaya, dan kelas sosial. b. Faktor sosial, terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. c. Faktor Pribadi, terdiri dari usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, konsep diri dan kepribadian. Peneliti memilih manajemen diri yang diambil dari salah satu faktor perilaku konsumtif yaitu faktor pribadi. Didalam faktor pribadi terdapat faktor kepribadian. Pribadi yang matang dapat memiliki kemampuan untuk mengejar cita-cita, mencapai tujuan dan tanggung jawab. Kemampuan manajemen diri (*Self Management*) sangat diperlukan bagi mahasiswa. Manajemen diri ini menyangkut diri perorangan setiap mahasiswa dan

mencerminkan seluruh kepribadiannya. (Jazimah, 2014). Mahasiswa yang kepribadian baik diharapkan dapat berperilaku dengan baik.

Menurut Gie (2004) mengungkapkan bahwa manajemen diri atau *self management* adalah segenap kegiatan dan langkah mengatur dan mengelola diri dengan sebaik-baiknya, sehingga mampu membawa kearah tercapainya tujuan hidup. Gie (2004) menyatakan ada empat aspek bentuk perbuatan *self management* dalam belajar bagi mahasiswa yaitu: (1) pendorongan diri (*self motivation*) adalah dorongan batin dalam diri seseorang yang merangsangnya sehingga mau melakukan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan yang didambakan, (2) penyusunan diri (*self organization*) adalah pengaturan sebaik-baiknya terhadap pikiran, tenaga, waktu, tempat, benda, dan semua sumberdaya lainnya dalam kehidupan pelajar sehingga tercapai efisiensi pribadi.), (3) pengendalian diri (*self control*) adalah perbuatan manusia membina tekad untuk mendisiplinkan kemauan, memacu semangat mengikis keseganan, dan mengarahkan tenaga untuk benar-benar melaksanakan apa yang harus dikerjakan di kampus, (4) pengembangan diri (*self development*) adalah perbuatan menyempurnakan atau meningkatkan diri sendiri dalam berbagai hal.

Menurut Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas sehingga termasuk kedalam perilaku yang tidak baik. Pada dasarnya manajemen diri merupakan pengendalian diri terhadap pikiran, ucapan, dan perbuatan yang dilakukan, sehingga mendorong pada penghindaran diri terhadap hal-hal yang tidak baik dan peningkatan perbuatan yang baik dan benar

(Jazimah, 2014). Mahasiswa yang mempunyai kemampuan manajemen diri baik maka akan memikirkan ulang ketika akan berperilaku konsumtif, sehingga perilaku konsumtifnya menjadi rendah.

Berdasarkan uraian diatas didapatkan rumusan masalah yaitu “Apakah ada Hubungan antara Kemampuan Manajemen Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa?”

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kemampuan manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

2. Manfaat Penelitian

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

a. Manfaat secara teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi tentang solusi untuk mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa.
- 2) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya.

b. Manfaat secara praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana manajemen diri dapat menurunkan perilaku konsumtif.