

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang semakin modern ini berkembangnya gaya hidup masyarakat menyebabkan orang-orang berperilaku konsumtif. Semua orang mempunyai kebutuhannya masing-masing. Jika seseorang tidak mampu untuk mengontrol gaya hidupnya, dikhawatirkan individu tersebut akan berperilaku konsumtif. Pola hidup konsumtif sudah menjadi pola pergaulan dan gaya hidup pada generasi muda (Sukari, 2013). Sekarang ini adalah era dimana orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya namun karena gaya hidup (Sukari 2013).

Kebiasaan dan tuntutan gaya hidup masyarakat yang semakin meningkat menuntut dan menjadikan masyarakat tidak terkontrol dalam hal membeli apa yang dibutuhkan bahkan mau membeli hal-hal yang sebenarnya tidak diperlukan dan menjurus pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif juga dapat didefinisikan sebagai perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan, walaupun tidak dibutuhkan (Fuadi, 2018). Hal ini hanya untuk memuaskan kebahagiaannya dan keinginannya dengan membeli barang-barang *fashion* yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Pada dasarnya belanja adalah suatu hal yang disukai seseorang, dalam berbelanja memiliki tujuan yaitu untuk membeli suatu barang sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu. Tetapi ketika seseorang membeli suatu produk hanya untuk kesenangan semata tanpa berfikir baik buruknya maka ini juga bisa dikatakan

sebagai perilaku konsumtif. Ini sesuai dengan pernyataan Hasibuan (Sukari, 2013) perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak di perlukan.

Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang tingkat ekonominya terus meningkat dan berkembang pesat di bandingkan negara-negara berkembang lainnya di dunia tapi sayangnya perkembangan perekonomian yang pesat ini bukan dihasilkan karena kegiatan ekspor melainkan dihasilkan dari perilaku konsumtif (Rahayu, 2017). Dengan ini kita bisa liat indonesia merupakan salah satu negara yang masyarakatnya banyak sekali yang berperilaku konsumtif. Sehingga adanya perkembangan perekonomian di negara-negara berkembang tidak berdampak positif bagi masyarakatnya. Indonesia menduduki peringkat ke 2 setelah singapura sebagai negara terkonsumtif di dunia (Rahayu, 2017).

Menurut Tambunan (Sukari, 2013), perilaku konsumtif sebenarnya dapat dipahami ketika melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. remaja usia sekolah ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan tersebut, sehingga berusaha untuk mencapai suatu kebutuhan yang sedang *trend*.

Melihat fenomena keinginan masyarakat yang sangat tinggi dan berkembang pesat dalam berbelanja mendorong perusahaan berlomba dalam persaingan bisnis untuk menjuarai dalam persaingan pasar, selain itu perusahaan juga terdorong dalam menciptakan produk-produk baru yang lebih

beragam agar tidak tertinggal dari pesaing bisnis lain. Dengan begitu konsumen juga akan tertarik untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan sesuai dengan *trend* yang ada, menjaring calon konsumen adalah salah satu dari tujuan strategi pemasaran (Fuadi, 2018). Kecenderungan remaja terutama pelajar atau siswa berperilaku konsumtif karena didukung sarana dan prasarana seperti pusat perbelanjaan, warung makan, *cafe*, restoran yang mengalami peningkatan atau bertambah (Sukari, 2013).

Kabupaten Karawang ini berbatasan dengan kabupaten Bekasi dan Kabupaten Bogor di barat, laut Jawa di utara, Kabupaten subang di timur, Kabupaten purwakarta ditenggara, serta Kabupaten Cianjur di Selatan. Pada tahun 2012-an kota Karawang sedang dibanjiri proyek-proyek besar yaitu summarecon, agung podomoro, agung sedayu, Metland dan lain-lain. Serta mulai pesatnya bangunan atau infrastruktur seperti dibangunnya pusat perbelanjaan yang tersebar di kota Karawang, pusat perbelanjaan tersebut banyak menyediakan berbagai produk seperti pakaian, tas, aksesoris, makanan, dan alat komunikasi.

Apabila kita cermati di pusat perbelanjaan seperti *mall* pengunjung di mayoritas oleh kaum wanita yang sedang berbelanja fashion maupun kosmetik. Menurut Rahayu (2017), perilaku konsumtif disebagian besar dilakukan oleh kaum wanita, hal ini disebabkan karena wanita lebih cenderung emosional, sedangkan konsumen pria lebih nalar. Dengan ini wanita cenderung menggunakan emosinya dalam berbelanja.

Salah satu dari dampak perilaku konsumtif yaitu tidak bisa menabung, boros, sehingga terus-terusan membeli suatu barang tanpa memikirkan manfaatnya, kebutuhan yang sebenarnya menjadi terabaikan. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Sukari (2013), yang menyebutkan bahwa dengan berperilaku konsumtif sebenarnya kita tidak pernah terpuaskan, sehingga menjadi pemboros, mengonsumsi tanpa henti, rakus dan serakah. Konsumsi ini menghasilkan ketidakpuasan, sehingga menjadi teraliansi karena perilaku konsumsi. Pada gilirannya ini menghasilkan kesadaran palsu, seakan-akan terpuaskan padahal kekurangan, seakan-akan makmur padahal miskin.

Menurut Sukari (2013), perilaku konsumtif tersebut banyak melanda kehidupan para remaja (generasi muda) khususnya. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut mulai sadar akan penampilan dirinya dan pandangan terhadap penerimaan sosial. Remaja selalu ingin berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga mereka rela membelanjakan uang mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Mereka juga bersedia menabung untuk memenuhi keinginan tersebut, bahkan ada juga yang rela berhutang kepada teman nya hanya untuk membeli barang yang sebenarnya tidak begitu dibutuhkan (Fuadi, 2018).

Remaja biasanya kurang mampu mengontrol dirinya dalam berbelanja ini di perkuat dengan pernyataan (Sukari, 2013), Remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Dan sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar. Dengan

adanya iklan seseorang bisa berperilaku konsumtif karena yang ditawarkan iklan bukan nilai guna suatu barang, tapi citra dan gaya bagi pemakainya (Sukari,2013). Dengan hal itu remaja harus mempunyai kontrol diri dengan baik, untuk mengontrol atau mengatur untuk tidak berperilaku konsumtif. *Self control* diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa kearah konsekuensi positif (Ghufron & Risnawati 2012). Terlebih banyak sekali *online shopping* yang memudahkan untuk berbelanja berbagai kategori seperti pakaian, tas, aksesoris, makanan, dan alat elektronik dan berbagai macam barang yang diinginkan ada.

Dari hasil wawancara dengan salah satu siswi SMA di Karawang pada tanggal 20 April di salah satu pusat perbelanjaan di Karawang, Mereka mengatakan kurang mampu untuk mengontrol dirinya untuk membeli suatu barang hanya untuk tidak ketinggalan zaman, sehingga mereka menghabiskan uang jajan hanya untuk memenuhi keinginan mereka yang sesaat seperti berbelanja pakaian, menonton bioskop. Tidak hanya itu saja mereka juga terkadang menghabiskan waktu pulang sekolah untuk berkumpul bersama teman-teman di tempat makan atau restoran terbaru yang sedang *tren*. Selain itu untuk dapat memenuhi keinginan tersebut bahkan mereka berbohong kepada orangtuanya demi mendapatkan uang, untuk tercapainya keinginan.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Kontribusi antara control diriterhadap perilaku konsumtif pada remaja putri di Karawang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar tingkat kontrol diri pada remaja putri di Karawang?
2. Seberapa besar tingkat perilaku konsumtif pada remaja putri di Karawang?
3. Apakah terdapat kontribusi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di Karawang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kontrol diri pada remaja putri di Karawang?
2. Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada remaja putri di Karawang
3. Untuk mengetahui kontribusi antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri di Karawang?

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dalam ilmu psikologi, terutama pada perilaku konsumtif. Dengan adanya

penelitian ini diharapkan dapat membantu menyediakan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik pada bidang yang sama.

1.4.2 Manfaat praktis

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi kepada remaja tentang perilaku konsumtif, dan dengan penelitian ini diharapkan dapat mendorong pembaca untuk dapat mengontrol diri dalam berbelanja.

