

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Allah SWT sangat membenci orang-orang yang boros. Perbuatan boros adalah gaya hidup gemar berlebih-lebihan dalam menggunakan harta, uang maupun sumber daya yang ada demi kesenangan saja. Dengan terbiasa berbuat boros seseorang bisa menjadi buta terhadap orang-orang membutuhkan di sekitarnya, sulit membedakan antara yang halal dan yang haram, mana yang boleh, mana yang tidak boleh dilakukan, dan lain sebagainya. Allah SWT menyuruh manusia untuk hidup sederhana dan hemat, karena jika semua orang menjadi boros maka suatu bangsa bisa rusak/hancur. Seperti yang terdapat dalam firman Allah SWT dalam Surah Al-Isra' (QS : 17, 26-27):

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾  
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

**Artinya** :“(26) Dan Berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang ada dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghamburkan (hartamu) dengan boros. (27) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudaranya setan dan sesungguhnya setan itu sangat ingkar kepada tuhannya.” (Departemen Agama RI, 2007: 286 ).

Menurut Shihab (2007, 449) ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan untuk memberikan sedekah maupun zakat atau bantuan kepada keluarga yang dekat, orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Allah SWT melarang untuk menghamburkan harta secara boros, yakni pada hal-hal yang bukan pada tempatnya dan tidak mendatangkan kemaslahatan, sesungguhnya para pemboros, adalah saudara-saudara yang sifat-sifatnya sama dengan sifat setan, sedangkan setan terhadap Tuhannya sangat ingkar.

Salah satu perilaku boros yang banyak dilakukan ditengah-tengah masyarakat yaitu perilaku konsumtif yang merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Konsumtif adalah suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lain. Singkatnya konsumtif adalah keinginan mengonsumsi barang dan jasa yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Effendi, 2016: 17).

Penjelasan di atas hampir sama dengan pendapat Sumartono dalam Astuti (2013, 105) bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan juga 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 (Astuti, 2013: 105).

Konsumtif berasal dari bahasa Inggris *consumptive* yang berarti sifat mengonsumsi, menghabiskan sesuatu berperilaku boros untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Artian luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah (Effendi, 2016: 16).

Menurut Mowen dan Minor dalam Effendi (2016: 17) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Sedangkan Menurut Cahyana dalam Effendi (2016: 17) perilaku konsumtif sebagai tindakan yang dilakukan dalam mengonsumsi berbagai macam barang kebutuhan. Konsumtif digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Barang dan jasa tersebut akan berdampak sia-sia di kehidupan konsumen karena bukan merupakan kebutuhan pokok melainkan hanya keinginan dari konsumen.

Perilaku konsumtif biasanya lebih dipengaruhi oleh faktor emosional dari pada rasio, karena pertimbangan-pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu barang dan jasa lebih menitikberatkan pada status sosial, mode dan kemudahan dari pada pertimbangan ekonomis. Perilaku

konsumtif berkaitan dengan proses belajar, dalam perkembangan individu akan belajar bahwa memperoleh suatu barang dan jasa atau melakukan perbuatan tentunya dapat memberikan kesenangan atau justru perasaan tidak enak (Effendi, 2016: 17).

Membeli barang yang didasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang hanya akan membuat seseorang menjadi konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara *irrational* dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Apabila perilaku konsumtif terus menerus terjadi maka akan mengakibatkan kondisi keuangan menjadi tidak terkontrol selain itu akan menimbulkan tindakan pemborosan dan berakibat pada menumpuknya barang karena pembelian yang dilakukan secara berlebihan atau terus menerus (Astuti, 2013: 2).

Berbicara mengenai perilaku konsumtif, maka tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian. Perilaku konsumtif sendiri merupakan suatu kecendrungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, di mana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan individu yang berperilaku konsumtif, konsumen yang bersifat *irrational* biasanya memiliki ciri-ciri antara lain, memilih produk bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau *prestise*, ketika perilaku konsumtif banyak dilakukan oleh sejumlah orang maka perilaku tersebut akan menjadi budaya (Effendi, 2016: 17)

Budaya konsumtif dapat menimbulkan *shopilimia*, dalam istilah

psikologi dikenal sebagai *compulsive buying disorder* (penyakit kecanduan belanja). Penderitanya tidak menyadari bahwa dirinya terjebak dalam kubangan metamorfosa antara keinginan dan kebutuhan ( Effendi, 2016: 18). Fenomona ini tampak dalam perilaku kicau mania (sebutan bagi penghobi burung yang diperlombakan).

Budaya perilaku konsumtif telah memengaruhi para penghobi burung Murai Batu, faktornya mulai dari karena ikut-ikutan, ingin terlihat berbeda dari orang lain, bahkan ingin dilihat kemampuan kicauan burung Murai Batu yang dimilikinya lebih hebat dari burung Murai Batu yang dimiliki orang lain, karena Murai Batu merupakan burung yang sangat cerdas. Hal ini sesuai hasil wawancara dengan seseorang penghobi burung Murai Batu yang berinisial A.

*“Buruang ko suaro kicaunyo sangaik rancak, bamacam-macam jenis kicaunnyo, dek suaronyo tu rancak, hebat lo nyo katiko di adu, dak heran hargo nyo maha do”*. (A, wawancara, Padang: 12 Februari 2017). (Burung ini mempunyai kemampuan berkicau yang sangat baik, bermacam-macam jenis kicaunnya, disebabkan suaranya yang merdu, serta kemampuan tarungnya yang hebat, tidak heran jika harganya sangat mahal).

Murai Batu memiliki sifat pemalu, namun mempunyai suara kicauan yang merdu dan bervariasi. Ia dapat menirukan kicauan atau suara burung Perkutut, Derkuku, Ayam, dan suara-suara burung lainnya, ketika berkicau burung murai batu juga menggerakkan ekornya naik turun. Bahkan di habitat aslinya, Murai Batu dapat menirukan suara Orang Hutan dan air terjun

(Rachmanto, 2003: 13).

Murai batu di Indonesia terdiri dari beberapa jenis dan harga yang variatif diantara jenisnya yaitu: Murai Batu Medan, Murai Batu Lampung, Nias, Borneo, dan lain-lain ( Anggara, 2016: 12). Dengan banyaknya jenis Murai Batu maka disitulah kecendrungan para penghobi burung kicauan berperilaku konsumtif, dan memenuhi faktor perilaku konsumtif. Para penghobi Murai Batu cenderung berlebihan terhadap hobinya tersebut. Penulis mewawancarai salah seorang penghobi:

*“Awalnya ambo lah punyo Murai Batu yang dari Lampung, dek mancaliak kawan punyo Murai Batu Medan yang rancak bana gaya bataruangnyo, lah tagiurlo lah ambo mambali Murai Batu Medan tu, siap dibali tanyato ndak sarancak yang samo kawan tadi do, tu ndak nio kalah ambo do, ambo carilah baliak Murai Batu Medan tu, setelah batanyo tanyo ka kawan dima tampek mambali Murai Batu Medan yang rancak akhirnyo dapek ah dek ambo Murai Batu Medan yang rancaknyo. Kini Murai Batu yang ambo punyo lah lumayan banyak.”* (A, wawancara, Padang: 10 Februari 2017).

(Awalnya saya sudah mempunyai Murai Batu berjenis Lampung, karena melihat temannya yang mempunyai jenis Murai Batu Medan yang bagus sekali bertarungnya, kemudian saya tertarik lagi membeli Murai Batu jenis Medan, setelah saya membeli Murai Batu Medan ternyata Murai Batu Medan yang saya beli yang tidak sebagus teman tadi, karena tidak mau kalah dari teman, setelah bertanya-tanya ke teman di mana tempat membeli Murai Batu Medan yang bagus akhirnya saya mendapatkan Murai Batu Medan yang bagus, sekarang Murai Batu yang saya miliki sekarang sudah lumayan banyak).

Senada dengan di atas penulis juga mewawancarai penghobi lain yaitu yang

berinisial F:

*“Awak jo buruang Murai Batu ko yo sabana hobi, ndak mandangan suaro nyo se sahari, mungkin paniang kapolo wak dek nyo. Murai partomo yang awak bali Murai dari daerah Solok, wak bali ka kawan wak, lah lamo wak rawat indak kunjuang rancak-rancak saroman urang yang lain tu bunyi nyo do, suaronyo pun lambek bana didanga. Di suruah dek kawan bali yang dari*

*Medan, wak bali lo lah yang dari Medan tu, baru sabanta di rawat yo sabana rancak bunyi nyo, ndak lamo siap tu ado lo kawan yang manjua Murai Batu rancaknyo ka awak dek karano nyo tasasak piti, wak bali lo lah. Mulai situ wak baraja-baraja pai mambaok lomba. Sampai kini Murai Batu wak lah labiah dari 7 ikua di rumah. Kadang ndak bapiti manyuruak-nyuruak dari urang rumah mambalinyo sampai bacakak bagai jo urang rumah gara-gara mambali Murai, tapi ba'a lo lah wak dek lah katagihan tadi” (Wawancara 26 November 2017).*

(Saya dengan burung Murai Batu sangat hobi, tidak mendengar suaranya satu hari, bisa membuat kepala saya sakit. Murai Batu pertama yang saya beli murai dari daerah Solok, saya beli kepada teman saya, sudah lama saya merawatnya tetapi tidak sebgas murai batu orang lain kicauannya, suaranya pun tidak keras didengar. Kemudian disarankan oleh teman saya membeli yang berasal dari Medan, kemudian saya belilah yang dari Medan tersebut. Tidak cukup berapa lama merawatnya ternyata suaranya sangat bagus, tidak lama sesudah itu ada pula teman yang menjual Murai Batu yang bagus kepada saya dikarenakan dia butuh uang, maka saya belilah Murai Batu tersebut. Mulai dari situ saya ikut-ikutan membawa burung Murai Batu pergi lomba. Sampai saat ini Murai Batu saya sudah mencapai 7 ekor lebih di rumah. Terkadang tidak ada uang sembunyi-sembunyi membelinya dari istri saya bahkan sampai bertengkar gara-gara membeli burung Murai Batu, tetapi bagaimana lagi karena saya sudah ketagihan).

Para penghobi tidak cukup memiliki satu ekor burung Murai Batu, penghobi pun sudah dalam tahap kecanduan membeli burung Murai Batu. Bagi penghobi yang berpenghasilan tinggi atau berekonomi kelas atas, membeli Murai Batu tidak terlalu bermasalah dalam keuangannya, tetapi bagi penghobi yang berekonomi kelas bawah bisa berdampak pada dirinya dan keluarganya seperti, perselisihan rumah tangga, bahkan sampai perceraian, karena lebih mengutamakan hobi dari pada kebutuhan rumah tangga.

Penghobi yang bersifat candu tetapi ekonomi rendah, dapat melakukan tindakan kriminal seperti pencurian yang terjadi di Kecamatan Lubuk Begalung pada tanggal 25 agustus 2015. Seorang warga dengan inisial MN (30 Th)

tertangkap tangan mencuri dua ekor burung beserta sangkarnya di rumah yang ada di RT 03 RW 08 Nomor 26, Kelurahan Seberang Padang, Kecamatan Padang Selatan (POSMETRO Padang 26 Agustus 2015: 2). dari kasus di atas terlihat bahwa penghobi Burung Murai batu khususnya yang berekonomi kelas bawah sangat memaksakan diri untuk hobi, bahkan dengan cara yang tidak halal pun di lakukan untuk memenuhi keinginan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **Gambaran Perilaku Konsumtif Penghobi Burung Murai Batu (*Copsychus Malabaricus*) di Kota Padang.**

## **B. Rumusan dan Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penulisan ini adalah “Bagaimana Gambaran mengkonsumsi barang berlebihan yang dilakukan oleh penghobi burung Murai Batu di Kota Padang”. Untuk lebih mendalamnya penelitian ini maka yang menjadi fokus masalah dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif penghobi burung Murai Batu (*copsychus malabaricus*) di Kota Padang?
- b. Bagaimana cara penghobi burung Murai Batu mengontrol perilaku konsumtif mereka?

## **C. Signifikansi dan Keunikan Penelitian**

Signifikansi dari penelitian ini adalah penghobi burung Murai Batu, karena melakukan konsumsi tiada batas, bahkan tidak mempertimbangkan keadaan



populasi burung Murai Batu di habitat aslinya dan status ekonomi mereka (penghobi burung Murai Batu). Kadangkala penghobi hanya membeli karena gengsi yang tinggi terhadap sesama teman penghobi lainnya.

Keunikan penelitian ini terletak pada perbedaan harga yang sangat menonjol antara burung Murai Batu dari pada burung jenis lainnya, memicu perilaku konsumtif pada penghobi burung murai batu, banyaknya peminat burung Murai Batu menarik penulis untuk meneliti lebih jauh bagaimana perilaku konsumtif penghobi burung Murai Batu di Kota Padang.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif penghobi burung Murai Batu (*Copsychus malabaricus*) di Kota Padang.
- b. Untuk mengetahui cara penghobi burung Murai Batu mengontrol perilaku konsumtif mereka.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis
  - 1) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya psikologi sosial, konsumen, psikologi industry dan organisasi.
  - 2) Memberikan informasi gambaran perilaku konsumtif penghobi burung Murai Batu di Kota Padang.

b. Manfaat praktis

- 1) Hasil penelitian ini bermanfaat bagi para penghobi burung Murai Batu agar dapat menyikapi sifat boros dan suka berlebih lebihan, terutama sikap konsumtif para penghobi burung Murai Batu.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian berikutnya.
- 3) Sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana Psikologi di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, Prabu. 2016. *Panduan Sukses Beternak dan Memaster Murai Batu*, Yogyakarta: Flashbooks.
- Astuti, Endang Dwi. 2013 Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga.Samarinda. *eJournal Psikologi, vol. 1, No. 2.*
- Chaplin, James P. 2011. *Kamus lengkap psikologi*, Jakarta: Rajawali pers.
- Departemen Agama, 1971 *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Departemen Agama.
- Effendi, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fahmi, R., Murisal, Fitriana, D. 2010. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Berdasarkan Kaedah Penulisan American Psychology Association*. Padang: Psikologi Islam.
- Gunawan, Panji. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Gama.
- Heni, Septi Anugrah. 2013. Hubungan antara Kontrol Diri dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta. *EMPATHY Jurnal fakultas psikologi. Vol. 2. No. 1.*
- Jalil, Abdul. 2012. *Sukses Beternak Murai Batu*, Jakarta: Naga Swadaya.
- M. Chita, Regina C. 2013. Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion. Universitas Sam Ratulangi Fakultas Kedokteran. *Jurnal e-Biomedik (eBm), vol. 3 No. 1.*
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muntholip, Abd. 2012. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. STAI Attanwir Bojonegoro. *Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan, vol. 1, no. 01.*
- Rachmanto. 2003. *Penangkaran Burung Murai Batu*, Yogyakarta: KANISUS.
- Shihab, M. Quraish. 2007. *Tafsir Al- Mishbah vol. 7*, Jakarta: Lentera Hati.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta.

- Thohiroh, Anisa Qodaryl 2015. Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion. Universitas Muhammadiyah Surakarta Fakultas Psikologi. *Jurnal UMS ETD-db, vol. 1, No. 3.*
- Wardhani, Meida Devi. 2009. Hubungan Antara Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal ePrints.uns, Vol 1, No 5067.*

