

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini, dengan terciptanya berbagai teknologi canggih yang dapat mempermudah dan membantu manusia menyelesaikan urusan-urusannya. Dilihat dari hal yang terkait pemasaran, banyak produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Masyarakat bebas memilih dan membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan sandang, pangan dan papan. Mulai dari peralatan rumah tangga, *fashion*, dan kosmetik bagi wanita, dan banyak produk untuk kebutuhan lainnya.

Terlebih lagi bagi masyarakat yang tinggal di perkotaan. Kota adalah tempat untuk membentuk perilaku manusia. Perilaku terbentuk karena ada stimulus yang diterima dan kemudian direspons oleh manusia sesuai dengan makna yang didapatkan dari pengetahuan dan pengalaman (Halim, 2008: 13).

Daerah perkotaan yang ditawarkan dengan banyak pusat-pusat perbelanjaan besar (Mal). Masyarakat di kota akan lebih mementingkan bagaimana dia akan terlihat modern dan mampu mengikuti perkembangan zaman dibandingkan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Peluang keadaan seperti ini tentu akan membuat masyarakat perkotaan akan lebih berpeluang untuk berbelanja atau berperilaku konsumtif, membeli barang-

barang atau produk-produk, baik untuk memenuhi kebutuhan atau hanya pemuasan keinginannya.

Kegiatan konsumtif yang dilakukan oleh masyarakat perkotaan tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi dari barang tersebut saja. Namun, juga didasari oleh keinginan yang sifatnya untuk menjaga gengsi. Hal itu disebabkan oleh banyaknya penawaran dari produk-produk terbaru yang dipromosikan melalui berbagai media seperti media cetak maupun elektronik bahkan melalui penjualan langsung di suatu tempat (pusat perbelanjaan) yang membuat seseorang menjadi mudah terpengaruh untuk mencoba dan membeli barang tersebut walaupun sebenarnya bukan menjadi kebutuhan (dalam Mufidah, 2012: 157).

Semakin banyak munculnya pusat-pusat perbelanjaan modern (Mal) maka dapat mendorong orang untuk mengunjungi dan berbelanja, walaupun belum direncanakan sebelumnya. Di pusat-pusat perbelanjaan pengunjung cenderung dibimbing untuk membeli sesuatu setelah melihat dan tertarik pada produk tertentu, sehingga seseorang akan memutuskan untuk membeli (dalam Alfitri, 2007: 5).

Mal cenderung menghilangkan interaksi sosial yang terjadi di ruangan publik dan mendorong warganya menjadi konsumtif. Dalam perspektif psikologi ini merupakan gejala hilangnya kendali diri (*locus of control*) seseorang terhadap kesadaran sendiri, mereka akan membeli apa yang sebenarnya tidak mereka butuhkan (Halim, 2008: 124).

Perilaku membeli barang atau menghabiskan uang terhadap suatu hal yang tidak menjadi kebutuhan itu disebut dengan perilaku konsumtif. Hanya untuk memuaskan hasrat atau keinginannya saja.

Adapun maksud dari perilaku konsumtif menurut Echols dan Shadly (dalam Murbani, 2010: 13) adalah merupakan bentuk kata sifat yang berasal dari “*consumer*” yang berarti memakai produk, baik barang-barang industri maupun jasa, konsumtif berarti bersifat mengkonsumsi produk atau barang secara berlebihan.

Sarwono (dalam Hariyono, 2015: 570) mengatakan bahwa perilaku konsumsi biasanya dipengaruhi oleh faktor emosi dari pada rasio, karena pertimbangan-pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk lebih menitik beratkan pada status sosial, mode, dan kemudahan dari pada pertimbangan ekonomis. Meski dengan kadar yang berbeda-beda, perilaku konsumtif terjadi pada hampir semua golongan di kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja sampai dewasa, mereka semua tidak luput dari hal tersebut. Salah satunya adalah kalangan mahasiswi.

Perilaku konsumtif lebih dominan di kalangan mahasiswi. Karena biasanya perilaku konsumtif ini lebih banyak dilakukan oleh remaja putri dari pada remaja putra. Seperti yang dikatakan oleh Kotgen & Specht (dalam Ermawati dan Indriyati, 2011: 2) bahwa remaja putri membelanjakan uangnya 2 kali lebih banyak dari pada remaja putra. Lebih lanjut Ningsih dan Bawono (2016) remaja putri juga akan lebih memikirkan bagaimana untuk tampil cantik dan menarik. Sehingga demi menjadi cantik dan menarik, para

remaja putri rela menghabiskan uangnya untuk membeli atribut yang mahal atau bermerek, seperti sepatu, tas, pakaian, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilannya.

Keramaian yang tercipta di daerah perkotaan tentu tidak akan lepas dari keberadaan para mahasiswa. Baik yang berasal dari luar daerah maupun yang memang penduduk asli perkotaan. Mahasiswa membuat kota menjadi lebih ramai. Sehingga biasanya mahasiswa (remaja) menjadi salah satu target pemasaran yang dituju oleh suatu produk yang dikeluarkan sebuah perusahaan. Ditambah lagi dikarenakan oleh sifat-sifat seorang remaja itu yang labil dan mudah dipengaruhi oleh lingkungannya, gampang terbuju oleh rayuan iklan yang dibuat, cenderung boros, dan tidak realistis (dalam Fitriani dan Romas, 2014: 17).

Mahasiswa adalah individu yang termasuk ke dalam fase remaja. Mahasiswa merupakan seseorang yang telah menjadi anggota peserta didik dari sebuah perguruan tinggi. Seorang mahasiswa yang sudah berada pada lingkungan yang lebih luas cakupannya, tentu akan merubah sedikit banyak perilakunya. Karena perilaku seseorang tidak akan terlepas dari banyak faktor, salah satunya faktor sosial.

Kebutuhan mahasiswa terdiri dari alat tulis kerja, buku paket kuliah, transportasi dari rumah ke kampus dan sebaliknya serta alat penunjang lain yang menjadi kebutuhan perkuliahan, untuk memenuhi kebutuhan tersebut tentu ada pengeluaran yang dilakukan. Pemenuhan kebutuhan memang sangat penting untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang selaras dengan

lingkungan. Pada setiap orang khususnya mahasiswa, akan melakukan kegiatan konsumsi dan suka terhadap hal-hal yang berbau konsumtif seperti suka berbelanja (Wahidah, 2013: 2).

Kehidupan sering dikaitkan dengan yang namanya gaya hidup. Gaya hidup bisa diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang mereka konsumsi, dan bagaimana cara mereka bersikap atau berperilaku ketika di hadapan orang lain. Mengarah kepada bagaimana seseorang menggunakan uang dan waktunya.

Hawkins (dalam Hasibuan, 2010: 15) mengatakan bahwa gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya hidup juga sering kali dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam memilih sesuatu. Sedangkan menurut Gidden (dalam Arbaini, 2017: 4) mengatakan bahwa gaya hidup merupakan konsep refleksi seperti ketika ada pertanyaan “bagaimana saya hidup?”, “siapa saya?”, harus di jawab dalam keputusan dari hari ke hari tentang bagaimana perilaku, apa yang dipakai dan apa yang dimakan dan menempatkan dengan cara lain, dalam tatanan post tradisional menjadi sebuah proyek refleksi. Gaya hidup adalah refleksi pola konsumsi pilihan individu tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang.

Pembentukan gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh bagaimana keadaan atau situasi yang pernah ditemui seseorang di lingkungan sosialnya. Gaya hidup seseorang mengarah pada bagaimana dia mengekspresikan diri

pada segala sesuatu dalam hidupnya, seperti pengalaman, sikap, nilai-nilai, harapan, dan lain sebagainya.

Perihal gaya hidup, seorang mahasiswa tentu juga memiliki suatu gaya hidup yang dijalannya. Kalau dilihat dari pernyataan Monks, Knoers, dan Haditono mengenai pembagian fase remaja berdasarkan usianya, mahasiswa mungkin masih bisa dikategorikan sebagai seorang remaja, yaitu termasuk ke fase remaja akhir, yang usianya berkisar antara delapan belas sampai dua puluh satu tahun (Mar'at, 2012: 190).

Remaja mengalami perubahan dalam lingkungan seperti halnya sikap orang tua, saudara, masyarakat umum, maupun teman sebaya. Perubahan di dalam maupun di luar diri remaja itu membuat kebutuhan sosial dan kebutuhan psikologisnya meningkat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut remaja memperluas lingkungan sosialnya di luar keluarga seperti lingkungan teman sebaya. Masa remaja juga merupakan masa seseorang akan berusaha mencari jati dirinya dengan berbagai cara yang dilakukannya.

Hurlock (dalam Murbani, 2010: 5) menyatakan salah satu ciri masa remaja adalah masa yang tidak realistis. Pada masa ini, umumnya remaja memandang kehidupan sesuai dengan sudut pandangnya sendiri yang belum tentu sesuai dengan pandangan orang lain dan juga dengan kenyataan. Selain itu, remaja memandang segala sesuatunya bergantung pada emosinya. Sedangkan emosi remaja yang pada umumnya belum stabil sehingga membuat mereka kurang bersikap bijaksana ketika dihadapkan pada hal-hal yang berhubungan dengan peran mereka sebagai konsumen.

Gaya hidup mal remaja metropolitan telah membuat mereka menjadi generasi “anak nongkrong” yang sering berkeliaran di dalam mal. Hal ini tentu tidak terlepas dari pengaruh globalisasi, baik melalui media cetak maupun elektronik yang menampilkan gaya hidup dunia barat menjadi sebuah gaya hidup global dengan sebuah pesan bahwa jika mereka tidak melakukan apa yang dilakukan oleh anak-anak seusia mereka di belahan bumi yang lain itu, maka mereka akan ketinggalan zaman alias “jadul” atau jaman dulu (Halim, 2008: 137).

Gaya hidup yang dimaksud disini adalah gaya hidup hedonis, yaitu gaya hidup yang cenderung mencari atau menjadikan kesenangan atau kenikmatan menjadi tujuan dalam hidupnya dan menghindari hal-hal yang menyakitkan. Menghabiskan banyak waktu di luar rumah, menganggap bahwa sumber kebahagiaan adalah mencari kesenangan dan kenikmatan.

Para remaja berkeliaran di mal dengan berbagai kegiatan yang dilakukan, seperti berbelanja barang atau produk yang menunjang penampilan misalnya tas, baju, sepatu, menonton film terbaru di bioskop atau bisa jadi nongkrong di cafe. Menghabiskan waktu dan uang hanya untuk kesenangannya semata tanpa memikirkan hal itu menjadi kebutuhannya atau tidak.

Perilaku seperti yang digambarkan di atas merupakan bentuk dari perilaku konsumtif, yaitu perilaku seseorang yang tidak lagi mempertimbangkan alasan kebutuhan sebagai kontrol untuk membeli suatu produk atau barang. Membeli suatu barang hanya karena pemenuhan

keinginan dan hasrat sesaatnya saja, tanpa mempertimbangkan dia membutuhkan barang tersebut atau tidak.

Memenuhi setiap kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah. Bahkan pemenuhan terhadap semua kebutuhan adalah hal yang normal dan wajar bahkan harus dilakukan demi lancarnya kebidupan yang dijalani. Namun yang akan menjadi masalah adalah, ketika seseorang melakukan perannya sebagai konsumen (pembeli) secara berlebih-lebihan. Mereka cenderung lebih mengikuti pemenuhan keinginannya saja. Mereka membeli suatu barang yang sudah melebihi batas rasionalnya. Melakukan pemborosan dengan cara membeli suatu barang dengan intensitas yang tinggi. Atau bisa disebut dengan memenuhi gaya hidup bukan memenuhi kebutuhan hidup. Tanpa banyak pertimbangan terlebih dahulu. Membelanjakan harta pada hal yang tidak dibutuhkan secara berlebihan. Untuk memenuhi gaya hidupnya, seseorang menghambur-hamburkan hartanya untuk hal yang tidak dibutuhkan.

Padahal sebagai seorang muslim yang berpedoman terhadap Al-qur'an dan sunnah seharusnya lebih mengerti apa yang disukai Allah dan mana yang dibenci Allah sebagai Sang Pencipta yang disembah. Salah satu yang tidak disukai Allah adalah hal yang berlebih-lebihan. Seperti yang telah diterangkan Allah di dalam QS Al-Isra' ayat 26 di bawah ini yang berbunyi :

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ نَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

Artinya : Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (Abdurrahman, 2014: 269)

Jadi maksud ayat di atas adalah Allah berfirman berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat haknya, berupa perbuatan baik dan mulia, yang wajib ataupun sunnah. Hak tersebut berbeda-beda tergantung dengan situasi dan kondisi, kedekatan kekerabatan, sisi ada atau tidaknya keterdesakan, dan perbedaan masa, dan kepada orang miskin, berikanlah haknya kepadanya berupa zakat atau pemberian lainnya supaya kemiskinannya terentaskan, dan orang yang dalam perjalanan, yaitu orang asing lagi jauh dari kampung halamannya (yang kehabisan bekal), mereka semua diberi bagian harta dengan cara yang tidak menimbulkan bahaya bagi si pemberi dan tidak melebihi ukuran yang sewajarnya. Karena hal ini termasuk pemborosan. Allah melarang pemborosan dan mengabarkan bahwa sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan, karena setan tidak mengajak kecuali kepada setiap perandai yang tercela (Abdurrahman, 2014: 270).

Berdasarkan penjelasan ayat di atas, sudah sangat jelas bahwa Allah melarang hambanya bersifat boros atau menghambur-hamburkan harta, akan lebih baik jika memanfaatkan harta itu untuk hal yang diridhai Allah atau perbuatan terpuji.

Faktor yang mempengaruhi seseorang memiliki perilaku konsumtif telah ditemukan oleh beberapa penelitian sebelumnya, yaitu citra diri, konformitas, konsep diri, dan harga diri (Sunastiko, Frieda, dan Putra, 2011; Damayanti, 2014; Artaningtyas, 2015; dan Amalia, 2016). Subjek pada semua penelitian tersebut adalah mahasiswi yang berada pada fase remaja akhir (18-21 tahun).

Selanjutnya, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh gaya hidup seseorang. Primadini dan Budiani (2014) menemukan terdapat pengaruh gaya hidup pada perilaku konsumtif remaja tengah yang berusia 15-18 tahun sebesar 2%. Sedangkan berdasarkan teori yang ada, gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif. Karena penelitian terdahulu menunjukkan kontribusi yang rendah, oleh sebab itu penulis akan mencoba meneliti pada subjek yang berbeda, yaitu pada mahasiswi yang berada pada fase remaja akhir yang usianya berkisar antara 18 tahun sampai 21 tahun.

Berdasarkan pengamatan yang telah penulis lakukan di kampus Universitas Baiturrahmah kota Padang khususnya Program Studi Pendidikan Dokter, kebanyakan mahasiswanya pergi ke kampus dengan menggunakan mobil. Area parkirnya lebih banyak dipenuhi oleh mobil dibandingkan oleh sepeda motor. Dengan begitu dapat diambil dipahami bahwa mahasiswa yang mengambil Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah berasal dari keluarga yang tingkat ekonominya menengah ke atas. Jika dilihat dari barang-barang atau atribut penunjang penampilan yang digunakan mahasiswinya, pada umumnya terlihat barang-barang bermerek dan berkualitas yang sudah tentu harganya dikategorikan mahal berdasarkan kantong seorang mahasiswi. (Observasi, 16 April 2018, Pukul 14:30 WIB).

Asumsi tersebut diperkuat oleh pernyataan Wakil Dekan II Fakultas Kedokteran Universitas Baiturrahmah bahwa uang masuk awal untuk masuk Program Studi Pendidikan Dokter adalah dua ratus lima puluh juta rupiah dan

uang tiap semesternya dua puluh lima juta rupiah (Wawancara, 16 April 2018, Pukul 15:20 WIB).

Jadi, dari keterangan biaya kuliahnya sudah bisa disimpulkan bahwa yang mengambil Program Studi Pendidikan Dokter di Universitas Baiturrahmah adalah anak yang berasal dari keluarga yang mampu atau kelas atas. Dengan keadaan ekonomi yang seperti itu, akan lebih cenderung menimbulkan perilaku konsumtif karena tidak akan lagi memikirkan soal harga dalam membeli sesuatu atau mempertimbangkan uang yang akan keluar. Membeli apa yang diinginkan, karena memang mampu berdasarkan ekonomi, bukan karena dipaksakan (berhutang-hutang). Itulah alasan mengapa penulis memilih Prodi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah sebagai tempat penelitian.

Kemudian untuk memperkuat lagi data awal penelitian ini, penulis melakukan wawancara juga dengan dua orang mahasiswi semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah, yaitu dengan mahasiswi yang berinisial E dan P, dari wawancara tersebut dapat dipahami bahwa narasumber memiliki hobby dan memanfaatkan waktu luang dengan berjalan keluar rumah, seperti wisata kuliner, menonton di bioskop, atau *shopping*. Oleh karena itu, dengan menjalankan gaya hidup yang seperti itu akan cenderung berusaha mendapatkan apa yang diinginkannya, ketika mampu untuk mendapatkannya kenapa tidak, dan akan merasa tidak senang jika belum mendapatkan apa yang diinginkan itu. Bahkan yang diinginkan itu

bukan merupakan suatu kebutuhan pada saat itu (Wawancara, 16 April 2018, Pukul 15:00 WIB dan 14 Mei 2018, Pukul 14:29 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat digambarkan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif. Dari fenomena dan juga penjabaran tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah Kota Padang”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan fenomena di atas, maka dapat disebutkan beberapa identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Tingginya keinginan untuk memenuhi gaya hidup pada kalangan mahasiswi.
2. Mahasiswi lebih menuruti hasrat sesaatnya dalam membeli barang.
3. Kurangnya pertimbangan butuh atau tidak sebelum membeli suatu produk.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut: Apakah ada hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah kota Padang ?

D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak keluar dari pokok dan tujuan yang akan diteliti, maka penulis membatasi pokok pembahasan ini sebagai berikut :

1. Kategori manakah gaya hidup hedonis mahasiswa semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah kota Padang ?
2. Kategori manakah perilaku konsumtif mahasiswa semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah kota Padang ?
3. Apakah ada hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah kota Padang ?

E. Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kategori gaya hidup hedonis mahasiswa semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah kota Padang.
2. Untuk mengetahui kategori perilaku konsumtif mahasiswa semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah kota Padang.
3. Untuk mengetahui hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa semester IV Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Baiturrahmah kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak atau menambah referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang psikologi sosial dan mungkin bidang lain terkhusus pada topik gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi bagi pembaca. Terkhusus untuk penulis adalah untuk mendapatkan gelar S. Psi atau Sarjana Psikologi.

G. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarah dan terturnya penulisan ini, maka dalam sistematika penulisan, penulis membaginya ke dalam beberapa bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I Merupakan pendahuluan, terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Merupakan kerangka teori atau tinjauan pustaka yang membahas tentang gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif.

- BAB III Merupakan metode penelitian yang mencakup tipe penelitian, variabel penelitian, subjek penelitian, teknik pengambilan data, dan analisis data.
- BAB IV Merupakan hasil dari penelitian, yang meliputi deskripsi data dan hasil analisis.
- BAB V Merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dan saran.



UIN IMAM BONJOL
PADANG