

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini era globalisasi telah merambah ke seluruh bangsa – bangsa di dunia termasuk Indonesia. Globalisasi terjadi hampir di seluruh aspek kehidupan termasuk bidang sosial ekonomi.¹ Kemajuan teknologi dan industri di era globalisasi juga membawa perubahan yang besar pada seluruh aspek kehidupan masyarakat. Salah satu contohnya adalah perkembangan industri yang semakin pesat dan persediaan barang sangat melimpah dan mudah diperoleh. Dengan demikian, masyarakat dihadapkan pada pilihan produk, sehingga memicu keinginan manusia untuk mencoba pilihan yang ditawarkan dan mengembangkan gaya hidupnya. Gaya hidup membantu menggambarkan sikap dan nilai serta menunjukkan kekayaan.² Barang-barang yang dahulu dianggap kebutuhan sekunder, kini berubah menjadi kebutuhan primer.

Salah satu *brand* yang menjual produk *lifestyle* yang cukup eksis di Indonesia adalah Buttonscarves. Buttonscarves merupakan produk lokal yang memiliki beberapa produk andalan seperti *scarf*/ hijab, tas, sepatu, aksesoris dan lainnya. Bahan yang digunakan dalam produk yang dihasilkan adalah bahan premium untuk target pasar menengah ke atas. Buttonscarves memiliki konsumen yang loyal terhadap produk mereka. Didukung dari informasi yang peneliti peroleh bahwa banyak pecinta Buttonscarves yang rela melakukan *preloved* atau

¹ Nurazijah, M., Fitriani, S. L. N., & Rustini, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap

² Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139.

membeli (dengan kondisi tidak baru) dengan harga yang tidak jauh berbeda dengan harga produk baru.

Sebagai *brand* yang merintis produk berupa *scarf* atau hijab, Buttonsscarve pernah mendapatkan penghargaan pada tahun 2021, yaitu mendapat penghargaan untuk Best Muslim wear Category dari Zalora. Zalora sendiri merupakan *e-commerce partnertship online fashion, beauty dan lifestyle* utama di Asia yang menggandeng ribuan brand populer dan terpercaya termasuk salah satunya adalah Buttonsscarves. Berdasarkan informasi tersebut, berarti banyak konsumen khususnya yang berhijab yang loyal terhadap produk yang dijual oleh Buttonsscarves, khususnya pada *scarf* atau hijab.

Selain itu, BSLady, sebagai nama komunitas pecinta Buttonsscarves juga sering menggelar *event-event* dan mengadakan perkumpulan hingga viral di berbagai media sosial, dengan kehadiran dari bs lady ini secara tidak langsung menunjukkan adanya *brand engagement* yang tinggi para pengguna terhadap produk ini. Berawal dari adanya *circle* pecinta/ pemakai produk Buttonsscarves yang satu sama lain memiliki kesamaan hobi, *style* yang secara alamiah terbentuk, dari ajakan teman ke teman, pertemuan sembari arisan, berbagi informasi mengenai series kesukaan, produk Buttonsscarves yang akan di launching, informasi *preloved* produk, dan lain sebagainya yang akhirnya terciptalah sebuah komunitas pecinta Buttonsscarves. Tak hanya itu, antusias yang tinggi para konsumen pun juga cukup tinggi yang ditandai dengan konsumen yang rela

mengantri panjang untuk memperoleh series terbaru dan rela membayar jasa titip (jastip) yang tentunya juga akan dibandrol dengan harga yang cukup mahal.³

Perilaku konsumtif ini kemudian dikaitkan juga dengan pola hidup hedonisme. Jeremy Bentham dalam Poespoprodjo mengatakan bahwa kesenangan dan kesedihan itu adalah satu satu motif yang memerintah manusia. Kelompok hedonis biasanya melakukan kegiatan yang berfokus kepada diri sendiri dan bersifat mengeksploitasi kekayaan dan menampilkan perilaku hidup yang berlebihan. Aktivitas yang dilakukan biasanya berpusat seputar belanja di pusat perbelanjaan dan melakukan kegiatan dengan tujuan bersenang-senang di tempat-tempat hiburan umum. Banyak aktivitas dari kelompok hedonis ini kemudian berkembang di berbagai komunitas di perkotaan.⁴

Komunitas atau kelompok (group) merupakan kumpulan dari dua orang atau lebih yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sama, tujuan tersebut bisa merupakan tujuan individu atau tujuan bersama. Kelompok acuan juga dapat menimbulkan niat pembelian dalam diri konsumen terhadap suatu produk. Schiffman dan Kanuk berpendapat, minat membeli merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan. Pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah faktor yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Memiliki niat membeli menghadapkan konsumen pada sebuah

³ Esa, Riawati Sujana, Skripsi: PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN BRAND ENGAGEMENT TERHADAP BRAND LOYALTY DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA KONSUMEN BUTTONSCARVES DI KOTA PADANG), (Unand, 2023), Hal 4-5

⁴ Alex W Fahri Tobing, "Perilaku Hedonisme Pada Wanita Sosialita" KINESIK Vol. 6 No. 3 (2019)

keputusan pembelian. Menurut Setiadi, konsumen cenderung lebih terpengaruh oleh grup referensi jika informasi yang diberikan dianggap sah dan relevan pada permasalahan yang dihadapi, dan sumber yang memberikan informasi tersebut dianggap dapat dipercaya.⁵

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang berdasarkan indikator aktivitas, minat, dan opini. Pola hidup yang aktivitasnya menghabiskan waktu diluar rumah, seperti pergi ke pusat perbelanjaan atau kafe ternama hanya untuk mencari kesenangan hidup, serta suka membeli produk terbaru yang mana kurang diperlukan. Orang dengan gaya hidup hedonis memiliki minat terhadap hal fashion yang *branded* atau makanan dan minuman dengan *brand* terkenal agar menjadi pusat perhatian. Seseorang yang memiliki gaya hidup hedonis berpendapat bahwa dunia adalah segalanya yang memiliki relativitas kenikmatan diatas rata-rata yang tinggi, dan memandang hidup secara instan, serta selalu menekankan pada kesenangan atau kenikmatan sebagai tujuan utama dalam hidupnya.⁶

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh R. Angga Aditya Ramdhani yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif pada Anggota Komunitas Mobil di Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, Gaya hidup hedonis berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada anggota komunitas mobil di Yogyakarta.

⁵ Novelia Asita Mranani dkk, "Hubungan Kelompok Acuan, Perceived Value, Perceived Quality Dan Media Sosial Terhadap Niat Pembelian Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepeda Pushbike (Studi Pada Komunitas Pushbike Surabaya)", Jurnal Media Mahardhika VOL 20 No. 2 Januari 2022

⁶ Lestari, H. A., & Rahmawan, G. (2023). *Pengaruh fanatisme, gaya hidup hedonis, dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone di Indonesia*. Jurnal Ilmu Manajemen, 11, 129–137.

Gaya hidup hedonisme seseorang yang semakin tinggi, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu juga sebaliknya, gaya hidup hedonisme seseorang semakin rendah maka perilaku konsumtifnya semakin rendah.

Hal ini sejalan dengan prasurvei yang telah dilakukan dengan 6 orang anggota komunitas BsLady. Menurutnya melakukan penyesuaian dengan kelompok sosial merupakan hal yang wajar. Berdasarkan pengakuan, narasumber suka mengonsumsi barang-barang *branded* dan menghabiskan waktu luang hanya sekedar nongkrong di kafe atau ke pusat perbelanjaan. Hal tersebut dilakukannya dengan alasan agar mudah berbaur dan tidak merasa diasingkan dalam kelompoknya. Komunitas BSLady dipilih sebagai subjek penelitian karena melihat pada gaya hidup komunitas cenderung hedonis, selain itu BSLady juga memiliki jumlah anggota yang banyak.⁷

Seiring dengan perkembangan zaman kebutuhan hidup dan gaya hidup juga meningkat. Konsumsi kebutuhan harus mengikuti trend yang terjadi saat ini. Hal ini menyebabkan seorang individu tidak bisa menyimpan bahkan menginvestasikan uang atau gaji besar yang mereka dapatkan. Tidak hanya itu, banyak individu berpendapatan tinggi yang merasa gaji yang diterimanya tidak cukup, sampai yang ada melakukan pinjaman dan terlilit hutang untuk dapat memenuhi berbagai kebutuhan hidup. Pendapatan merupakan hal yang sangat penting dalam perekonomian sebagai alat untuk meningkatkan taraf hidup.

⁷ Wawancara dengan anggota BSLady di Kota Padang

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kelompok Acuan terhadap Perilaku Konsumtif pada Komunitas BsLady di Kota Padang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti dapat merumuskan permasalahan, yaitu :

1. Bagaimana gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif komunitas BsLady?
2. Bagaimana kelompok acuan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif komunitas BsLady?
3. Bagaimana gaya hidup hedonis dan kelompok acuan secara bersama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif komunitas BsLady?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti dengan memfokuskan pada, pengaruh gaya hidup hedonis dan kelompok acuan terhadap perilaku konsumtif komunitas BsLady di Kota Padang. Batasan subjek dalam penelitian ini melibatkan para pecinta produk buttonscarves dengan desain dan harga yang premium dengan sentuhan *value added lifestyle/prestige* yang menerapkan *filosofi lifestyle marketing* dengan sebutan komunitas BSLady. Batasan objek pada penelitian ini mencakup variabel- variabel

tertentu yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu gaya hidup hedonis dan kelompok acuan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini ialah

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif komunitas BsLady di kota Padang.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kelompok acuan terhadap perilaku konsumtif komunitas BsLady di kota Padang.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup hedonis dan kelompok acuan terhadap perilaku konsumtif komunitas BsLady di kota Padang.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat, antara lain :

1. Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan skripsi ini.
2. Diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan baik dalam acuan belajar ataupun acuan untuk menentukan suatu kebijakan ataupun penelitian yang dilakukan pembaca selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan proposal skripsi ini dan tersusun secara sistematis, penulis membuat sistematika yang diurutkan berdasarkan bab–bab berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan tentang penjelasan secara teori dari permasalahan yang diteliti yang berkenaan dengan judul, kajian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan metode penelitian , jenis, lokasi, subjek, dan objek penelitian, data dan sumber data, serta teknik pengumpulan dan analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis data dan pembahasan yang terdiri dari deskriptif awal dari hasil analisis data serta pengujian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran kepada pemerintah dan kepada peneliti selanjutnya.