

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja tengah 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun (Monks, dkk, 2002). Pada usia ini remaja mengalami perubahan baik secara fisik maupun psikis. Perubahan ini berlangsung begitu cepat dan sangat dipengaruhi tren dan mode.

Remaja akan melakukan berbagai macam cara untuk memuaskan keinginannya untuk berbelanja. Survei yang dilakukan oleh Deteksi Jawa Pos menemukan bahwa 20,9 % dari 1.074 responden yang berstatus sebagai pelajar yang berdomisili di Jakarta dan Surabaya mengaku pernah menggunakan uang sppnya untuk membeli barang incarannya ataupun hanya untuk bersenang-senang (Sitohang, 2009).

Penelitian Sariatmini (2009) pada remaja di Malang menunjukkan bahwa remaja gengsi dan merasa malu jika tidak membeli barang-barang yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi mereka akan tetap membeli barang bermerek tersebut sekalipun dengan jalan yang tidak wajar. Banyak siswa di SMAN se-Kota Malang (79,60%) menyatakan melakukan tindakan-tindakan yang negatif seperti meminjam uang, mencuri, memalak, menipu, berbohong, bahkan melakukan tindak kekerasan terhadap orang lain hanya untuk memenuhi hasrat membelanjanya.

Fenomena ini terjadi juga pada remaja putri di SMA Nurul Amaliyah, di mana mereka sering berkelompok-kelompok. Sifat mereka yang sering berkelompok ini kadang menimbulkan perilaku yang cenderung sama antara satu dengan yang lainnya.

Perilaku tersebut terjadi karena adanya dorongan dan pengaruh dari kelompok teman sebayanya supaya mereka bisa diterima dan tidak merasa di kucilkan dari kelompok tersebut. tindakan yang dilakukan oleh kelompok juga sering bersifat negatif, seperti memalak, menipu dan berbohong agar bisa seperti teman kelompoknya. Seorang siswa berinisial A mengaku membeli Iphone 5 karena teman-temannya menggunakan Iphone 5 juga, jadi karena tidak ingin di anggap beda dari yang lain dia pun ikut-ikutan membelinya, dan ada juga mereka yang menggunakan aksesoris yang sama.

Perilaku yang terjadi karena mereka masih dalam fase masa remaja, di mana masa remaja merupakan masa yang penting dalam pencapaian identitas diri dimana seorang remaja cenderung untuk terlibat dalam pertemanan sebaya (peer group) sebagai kelompok sosial atau kelompok referensi mereka. Pencapaian identitas ini melibatkan kecenderungan berkurangnya pengaruh ataupun kontrol dari orangtua dan komitmen untuk lebih mandiri (Dacey dan Kenny, 1997).

Majunya Pembangunan Nasional Indonesia diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi. Adanya kemajuan ini secara nyata menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli juga bertambah. Kondisi tersebut membawa kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah semakin mewah dan berlebihan. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda. Kondisi ini dapat dicermati dengan semakin banyaknya tempat-tempat perbelanjaan yang disebut dengan supermarket atau *mall* (Astuti & Puspitawati, 2009). Kondisi ini pada gilirannya menimbulkan apa yang disebut dengan budaya konsumen atau lebih dikenal sebagai konsumtif. Budaya konsumtif tersebut membentuk seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif.

Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002 mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*). Sedangkan menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) (dalam Lina & Rosyid , 1997) memberikan batasan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas, dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan.

Menurut Sumartono (2002) pada faktor eksternal pembentuk perilaku konsumtif ini terkhususnya pada pengaruh yang dihasilkan oleh kelompok referensi, seseorang akan melakukan perilaku konsumtif dengan mengacu pada apa yang ditentukan oleh kelompok referensinya. Kelompok referensi ini sangat kuat dalam mempengaruhi individu, hal ini terkait dengan akan adanya pengakuan dari kelompok tersebut terhadap individu yang ada di dalamnya. Hal ini sesuai dengan Schiffmann dan Kanuk (2004), dalam buku consumer behavior memperjelas bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh kuat, dikarenakan kelompok referensi ini merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan, memberikan nilai, informasi dan menyediakan suatu bimbingan ataupun petunjuk untuk melakukan konsumsi.

Menurut Ginna (2006) untuk dapat diterima dan bergabung menjadi anggota kelompok sebaya, seorang remaja harus bisa menjalankan peran dan tingkah laku sesuai dengan harapan dan tuntutan kelompok sebaya. Keinginan untuk diterima dan diakui oleh kelompok teman sebaya membuat sebagian remaja merasa tidak berdaya

untuk menghadapi tekanan yang datang dari teman-temannya, yang ternyata cukup kuat untuk mendorong remaja melakukan hal yang negatif (Dacey & Kenny, 1997).

Kelompok referensi sangat erat kaitannya dengan kelompok sosial, dalam hal ini yang termasuk ke dalam kelompok referensi adalah kelompok pertemanan sebaya oleh remaja atau peer-group (Dacey & Kenny, 1997). Sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya bahwa remaja menjadi komoditas yang paling utama dalam budaya konsumtif. Hal ini sejalan dengan Jatman (1987) pengaruh *konsumtisme* yang sangat dominan terjadi pada remaja, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan. Hal yang sama diungkapkan oleh Segut (2008) kelompok usia yang sangat konsumtif adalah kelompok remaja. Dikarenakan pola konsumsi terbentuk pada masa ini. Segut (2008) juga mengatakan bahwa perilaku konsumtif pada remaja, juga didorong adanya perubahan trend ataupun mode yang secara cepat diikuti remaja.

Sebagaimana yang telah disebutkan diatas bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor eksternal, yaitu kelompok-kelompok referensi. Dalam hal ini, bahwa remaja yang memiliki hubungan sosial dengan peer group-nya, merupakan bentuk kelompok referensi (Dacey dan Kenny, 1997).

Adanya sikap patuh tetapi lebih kepada mengalah ini biasanya dikenal dengan istilah konformitas, yaitu perubahan perilaku seseorang dengan mengikuti tekanan-tekanan dari kelompok (Sarwono, 1993). Pengertian yang mirip dijelaskan oleh Myers (2003) yaitu konformitas sebagai "A change in behavior or belief to accord with others". Konformitas adalah perubahan perilaku ataupun keyakinan agar sama dengan dengan orang lain. Myers (2003) menambahkan bahwa konformitas pada kelompok mampu membuat individu berperilaku sesuai dengan keinginan kelompok dan membuat individu melakukan sesuatu yang berada di luar keinginan individu tersebut.

Hal senada diungkapkan oleh Santrock (1998) bahwa konformitas muncul ketika remaja mengadopsi sikap atau perilaku remaja lain dikarenakan adanya tekanan yang nyata ataupun yang dibayangkannya. Tekanan itu timbul karena remaja merasakan perbedaan yang ada antara dirinya dengan teman-temannya yang menyebabkan ketidaknyamanan dalam dirinya bahkan meskipun teman-temannya tidak menunjukkan perilaku tertentu untuk menekannya.

Menurut William (1985) konformitas merupakan salah satu faktor kelompok sosial yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumsi. Pernyataan ini, diperkuat oleh Roberston, Zielinski dan Ward (1987) bahwa konformitas dapat memberikan pengaruh pada pengambilan keputusan dalam melakukan perilaku konsumsien.

Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif juga terjadi pada remaja dengan cara mengikuti penampilan kelompok ataupun karena ingin diterima oleh kelompok, misalnya warna baju yang sama, ataupun perlengkapan sekolah yang sama. Adanya unsur perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi hubungan konformitas yang telah dibentuk oleh remaja dengan peer group-nya dan juga terdapat unsur kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan pendapat Rusich (2008) yang mengatakan bahwa disaat seseorang menyatakan ataupun telah melakukan pembelian produk, dikarenakan adanya tekanan atau paksaan dari kelompok, maka di saat itu juga dapat dikatakan bahwa konformitas memberikan peran penting pada pemakaian ataupun konsumsi produk.

Berdasarkan uraian dan fenomena-fenomena yang ada, penelitian menemukan salah satu faktor dari perilaku konsumtif ini adalah konformitas. Dengan demikian

peneliti tertarik untuk mengetahui apakah ada hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Nurul Amaliyah Tanjung Morawa.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Perbedaan pada masing-masing individu mengenai konformitas, disini peneliti menggunakan variabel Konformitas sebagai variabel bebasnya dan faktor-faktor yang akan dipakai untuk menjelaskan permasalahan yang akan diteliti nantinya, yaitu faktor teman sebaya.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini tentang hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri kelas X, XI dan XII di SMA Nurul Amaliyah. Peneliti membatasi masalah dengan menjelaskan remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun yang mengalami perubahan baik secara fisik maupun psikis. Konformitas merupakan salah satu faktor kelompok sosial yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumsi. Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku remaja putri yang konsumtif dengan konformitas pada siswi kelas X, XI, dan XII di SMA Nurul Amaliyah sebagai gambaran dari perilaku konsumtif. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja putri yang berusia 12-21 tahun.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan yang positif antara konformitas

dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Nurul Amaliyah Tanjung Morawa?”

E. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Nurul Amaliyah Tanjung Morawa.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap disiplin ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang psikologi industri dan organisasi terutama dalam bidang perilaku konsumen (*consumer behavior*) mengenai hubungan antar konformitas dengan perilaku konsumtif dengan memberikan bukti empiris mengenai hubungan tersebut.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan gambaran pada remaja dalam memahami perilaku konsumtif yang berhubungan dengan konformitas yang dimiliki remaja pada kelompok sebayanya. Selain itu, penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi peneliti-peneliti lain yang ingin meneliti mengenai perilaku konsumen sebagai referensi teoritis dan empiris.