

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Majunya perkembangan Nasional Indonesia diiringi dengan tingkat kemajuan jejaring sosial yang melesat menyebabkan daya beli masyarakat bertambah. Kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju kearah yang kian mewah dan berlebihan, dalam hal penampilan maupun pemenuhan kebutuhan hidup yang lain, barang-barang kebutuhan tersier, pada saat ini telah banyak menjadi kebutuhan utama yang biasanya berupa fasilitas yang membuat kesenangan semata (Heni,2013). Masyarakat membeli barang hanya untuk mencari kepuasan semata bukan untuk kebutuhan sehingga mencari kepuasan sendiri dengan membeli barang yang tidak begitu berguna dan berlebihan (konsumtif).

Agama bahkan melarang bersikap berlebi-lebihan atau bersikap boros artinya dilarang berperilaku konsumtif. Agama selalu mengajarkan untuk bersyukur menerima diri apa adanya, merasa cukup apa yang ada pada dirinya serta menjauhkan diri dari rasa tidak puas dalam menerima pemberian dari Allah SWT kepada manusia. Sifat berlebihan menyebabkan masyarakat khususnya mahasiswa ikut berperan dalam situasi tersebut. Bagi produsen, mahasiswa merupakan sasaran utama karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Mahasiswa itupun masih tergolong remaja karena berumur berumur berkisar 16/20 tahun. Menurut Adams dan Gullota masa remaja meliputi usia antara 11 hingga 20 tahun. Mahasiswa menganggap penampilan dengan gaya hidup mewah menjadikan kebanggaan tersendiri dalam hidup berkelompok dan bersosial. Mahasiswi sangat memperhatikan penampilannya karena mahasiswi ingin menunjukkan jatid dirinya dilingkungan sosialnya, mereka sangat ingin tampil lebih mewah, lebih menarik dimata teman-temannya, lawan jenis, dan di lingkungan sekitarnya. Mahasiswi tampak berlebi-lebihan dari penampilan tersebut. Mahasiswi yang kini terjebak dalam perilaku konsumtif, dengan rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan untuk kebutuhan, dalam kesehariannya mahasiswi menghabiskan uangnya hanya untuk membeli makanan, pakaian yang bermerk, alat kosmetik, hiburan seperti nonon bioskop, karaoke dan sebagainya. Semua itu dilakukan mahasiswa hanya untuk ajang

pamer dan gengsi. remaja sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakter mereka yang labil, dan mudah dipengaruhi sehingga mendorong munculnya berbagai gejala dalam berperilaku membeli yang tidak wajar (Sumartono, 2002).

Mahasiswi mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang tenar, mahasiswa sekarang cenderung mengikuti mode yang sedang beredar, sedangkan mode itu sendiri menuntut rasa tidak puas pada orang yang memakainya, sehingga mendorong konsumen untuk mengkonsumsinya karena takut dibilang ketinggalan jaman, kenyataan ini membuat mahasiswi mempunyai sifat konsumtif yang menunjukkan sifat lebih mahal dan lebih mewah. Disamping itu, mahasiswa biasanya muda terbuju rayuan iklan suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Situmorang, 2001).

Mahasiswi pada dasarnya mempunyai kewajiban untuk menuntut ilmu sebanyak mungkin, mencapai kemandirian emosional, mengembangkan konsep, menerapkan keterampilan intelektual, mampu membangun tanggung jawab sosial, serta mampu membina hubungan baik dengan anggota kelompok yang baik (Hurlock, 2000). Disini mahasiswi masih tergolong remaja karena tergolong berumur 16 sampai 20 tahun. Masa remaja merupakan masa yang penting dalam pencarian identitas diri.

Erikson menjelaskan bahwa pencarian identitas diri adalah proses menjadi seseorang yang unik dengan peran yang penting dalam hidup (Elbrahim, 2010). Perkembangan sosial pada masa remaja lebih menobatkan kelompok teman kampus dibanding dengan orang tua. Kelompok teman sebaya (*peer group*) dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seseorang remaja dalam berperilaku. Masa remaja disebut masa kehausan sosial yakni adanya keinginan untuk bergaul dan diterima di lingkungan kelompok teman sebayanya, jadi kebanyakan mahasiswa berpikir untuk diterima di dalam kelompok ia harus menyesuaikan diri dengan kelompok tersebut, termasuk dalam segi penampilan, dan gaya hidup, jika remaja tidak diterima di dalam kelompok sebayanya maka ia akan merasa terasingkan, dan lebih memilih untuk menyendiri.

Keberadaan perilaku konsumtif mahasiswi sudah banyak terjadi. Penyebab terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswi diduga karena

pengaruh kelompok (konformitas) yang tidak baik, maka cenderung melakukan mengkonsumsi secara berlebihan. Hal ini juga telah di kemukakan oleh Glock, berdasarkan hasil penelitiannya mengungkapkan, konsumsinyang berlebihan sangat ditentukan oleh sikap mudah terpengaruh oleh kelompok referensi. Konformitas adalah suatu tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok tersebut (Zabua & Nurdjayadi, 2012).

Allah memberikan petunjuk melalui Al-Qur'an yang sangat jelas dalam hal konsumsi. Ia mendorong penggunaan barang barang baik dan bermanfaat serta melarang adanya pemborosan dan pengeluaran terhadap hal-hal yang tidak penting berdasarkan firman Allah yang berbunyi

﴿يَبْنَىِٔ ءَاَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Artinya : "Hai anak Adam, pakailah pakainmu yang indah dan setiap (memasuku) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan" (QS. Al-A'raf [7]:31).

Ayat diatas menjelaskan bahwa allah tidak menyukai orang-orang berlebih-lebihan (konsumtif), Allah ingin hambanya membelanjakan hartanya dengan sewajarnya dan proporsional, tidak berlebih-lebihan. Allah tidak melarang berbelanja, asalkan masih dalam tingkat wajar dan tidak boros, dan lebih baik untuk meminimalisir pengeluaran dan menggolongkan barang-barang yang benar dibutuhkan untuk di beli.

Lubis menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi (Sumartono, 2002).

Pada zaman modern ini sedang banyak terjadi. Remaja putri cenderung berperilaku konsumtif dibandingkan remaja putra. Remaja

putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistis, romantis, dan impulsif.

Schifman dan Kanuk mengatakan bahwa konsumen dipengaruhi motif emosional seperti hal-hal yang bersifat pribadi atau subyektif seperti status, harga diri, perasaan cinta dan lain sebagainya. Konsumen yang dipengaruhi oleh motif kemosional tidak mempertimbangkan apakah barang yang dibeli sesuai dengan dirinya, sesuai dengan kebutuhannya, sesuai dengan kemampuannya dan sesuai dengan standar atau kualitas yang diharapkan. Hal inilah yang menyebabkan individu dapat berperilaku konsumtif (Astuti, 2006).

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara rasional dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Endang, 2011). Keinginan yang lebih besar dibandingkan kebutuhan akan menyebabkan dampak negatif pada masyarakat karena pengeluaran ekonomi semakin tinggi dan akan menimbulkan tindakan pemborosan, perilaku konsumtif ini kurang bermanfaat bagi mahasiswa. *Konsumerisme* ini menimbulkan sifat boros pada mahasiswa, serta sifat individualistik di antara teman sebaya.

Peran konformitas pada perilaku konsumtif sangat erat. Konformitas yaitu kecenderungan untuk mengubah keyakinan atau perilaku agar sesuai dengan perilaku orang lain (Hermaini, dkk., 2016). Mahasiswa dianggap sudah mampu melakukan pilihan sendiri. Akan tetapi, terkadang mahasiswa lebih suka mengikuti gaya berpakaian artis idola, membeli barang yang sama dengan temannya. Tugas terpenting dan tersulit adalah penyesuaian diri dengan meningkatnya sosial yang baru, nilai-nilai baru dalam dukungan dan penolakan sosial. Kuatnya pengaruh kelompok sebaya, dikarenakan mahasiswa sering berada di luar rumah bersama-sama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka pengaruh teman-teman sebaya sangat besar terhadap sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku, yang lebih besar pengaruhnya dibanding keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa mereka memakai model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompok yang populer, maka kesempatan baginya untuk diterima oleh kelompok itu sendiri.

Adanya kebutuhan yang kuat dalam pertemanan menjadikan mahasiswa ingin di terima dalam kelompok. Agar bisa diterima dalam kelompoknya. Remaja, khususnya remaja putri lebih banyak membelanjakan uangnya daripada remaja putra untuk keperluan seperti, pakaian, kosmetik, aksesoris dan hp. Remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti tertarik pada mode, muda terbuju iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistis, dan impulsif. Salah satu usaha remaja adalah dengan mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebaya. Ini juga termasuk sifat pemborosan yang sangat tidak disukai oleh Allah SWT. Telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra' ayat ke 26-27 yang berbunyi:

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

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.(26) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya"(27)

Dalam ayat di atas dijelaskan bahwa menghambur-hamburkan harta secara boros adalah saudaranya setan. Konsumsi yang berlebihan yang merupakan ciri khas dari masyarakat yang tidak mengenal Tuhan (Nur rianto & amalia, 2010).

Namun pada kenyataannya banyak mahasiswa yang memiliki gaya hidup bertolak belakang dengan status ekonominya. Contohnya saja banyak mahasiswa yang tergolong dari kelas ekonomi rendah yang memiliki gaya hidup yang tidak jauh berbeda dengan mahasiswa dari kelas ekonomi tingkat atas. Hal ini dapat kita lihat dari segi penampilan seperti pakaian, aksesoris, tas, handphone, sepatu dan kendaraan yang digunakan, hal tersebut semata-mata hanya untuk memberikan citra diri yang berkesan sehingga dapat diterima di lingkungan pergaulannya. Semua itu akan menjadikan percaya diri saat bergaul dengan teman ataupun dengan lawan jenis sehingga mereka tidak

peduli sebanyak apa uang di keluarkan demi menopang penampilan yang menurutnya bagus dan mengikuti mode.

Manusia adalah makhluk sosial. Manusia tidak bisa lepas dari kelompok. Manusia saling membutuhkan satu sama lain, ketergantungan manusia menjadikan manusia suka hidup berkelompok (Hermaini, dkk., 2016). Kelompok tidak hanya mengandung sifat positif seperti untuk ajang berintraksi, namun juga mengandung sifat negatif seperti berpoya-poya. Bahkan untuk memasuki suatu kelompok kita harus merubah diri guna untuk menyesuaikan pada kelompok itu sendiri (konformitas). Keseragaman kelompok, semangkin kompak suatu kelompok maka kecendrungan konformitas lebih mungkin dilakukan anggota kelompok. Jika ada satu orang saja yang membangkang maka akan terjadi penurunan konformitas (Hermaini, dkk., 2016).

Didalam kelompok mahasiswi saling menunjukkan penampilan yang dipandang sebagai ukuran setatus sosial mereka masing-masing di depan teman-temannya. Hal ini dengan sendirinya akan mempengaruhi teman-teman yang lain untuk berusaha mengikuti agar mereka merasa tidak berbeda dan diterima dalam kelompok tersebut. Sehingga membuat mahasiswi mempunyai pola konsumtif yang menunjukkan sifat lebih mahal dan lebih mewah sehingga membuat kesan memaksakan. Mahasiswi berusaha mengikuti gaya berpenampilan orang lain agar terlihat setara dengan teman-teman kelompoknya.

Perilaku konsumtif amatla variativ, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan, pada kenyataannya secara oprasional indikator perilaku konsumtip, diantaranya memakai sebuah produk karna unsur Konformitas (Skumartono,2002). Pulyadi haryono menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Artinya semangkin tinggi konformitas maka semangkin tinggi periaku konsumtif. Sebaliknya semangkin rendah konformitas maka semangkin sedikit peluang individu untuk berperilaku konsumtif (Hartono, 2015).

Berdasarkan fenomena yang terjadi melalui hasil observasi dan wawancara pada Mahasiswi Universitas UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi di dapatkan data bahwasanya mereka melakukan konsumerisme hanya untuk menjaga penampilan, mengikuti trend masa kini, biar tidak di bilang norak, dan juga untuk menambah kepercayaan diri saat persentasi, dan juga mengikuti teman. Sebenarnya pihak kampus tidak menganjurkan untuk menggunakan barang-barang yang bermerek mahal, seperti *handphone* yang terlampau mahal, memakai kawat gigi, pakaian yang glamor. Namun pada kenyataannya mahasiswi tersebut memakai pakaian yang ber merk mahal, memakai kawat gigi, membawa perlengkapan kosmetik seperti make up, soplen. Ada beberapa mahasiswi mengatakan bahwa ia selalu memakai sepatu selalu berganti ganti di setiap harinya, sebenarnya saya membeli sepatu begitu banyak karna ikut-ikutan teman yang sering mengajak membeli sepatu baru”.

Beberapa mahasiswi mengatakan bahwa “tertarik untuk membeli barang khususnya baju karena melihat motif yang lucu-lucu dan warnanya tidak *norak* kalau dipakai pergi jalan-jalan, biar tidak ada yang sama dengan orang lain, dan ketika melihat baju saya langsung membelinya tanpa bertanya dengan teman saya”. Ada juga mahasiswi yang berinisial P yang mengatakan “saya melihat iklan di facebook yang menawarkan pakaian yang murah tapi motifnya lumayan bagus jadi langsung saya hubungi dan saya pesan”.

Salah satu mahasiswi juga mengatakan “saya harus memiliki barang yang juga teman saya miliki, biar saya tidak terlihat ketinggalan. Saya ingin terlihat tidak norak di depan teman-teman”. Ada juga mahasiswi yang mengatakan “dengan menggunakan pakaian yang *branded* saya merasa percaya diri, saya juga senang mengkoleksi tas-tas biar kalau pergi-pergi bisa gonta-ganti tas, terus bisa *matching* dari atas sampai bawah, dan ada kepuasan tersendiri bagi saya”.

Penelitian dilakukan di perguruan tinggi universitas Bina Darma Palembang karena mayoritas mahasiswa berasal dari keluarga kelas ekonomi menengah ke atas dengan kemampuan finansial yang tinggi sehingga keadaan tersebut membuat tingkat konsumtifitas tinggi. Berdasarkan pengamatan peneliti di dalam pergaulan mahasiswa

cenderung berkelompok dan mereka menunjukkan status ekonomi masing-masing.

Perilaku konsumtif lainnya yang terlihat yaitu dengan adanya kepemilikan HP (*handphone*) yang terbaru dan tercanggih serta kamera *action* yang lagi *trend* sekarang ini. Mereka berlomba-lomba untuk memiliki *handphone* dan kamera *action* yang terbaru, tercanggih dan terbaik diantara teman-temannya yang sebenarnya bertujuan biar di puji dan tidak malu saat dimainkan. Hal ini dapat dilihat dari cara mereka berpenampilan dengan memakai aksesoris yang bermerek seperti tas Nevada, sepatu Adidas, Jam tangan dengan merek Casio dan barang-barang lainnya yang bermerek.

Berdasarkan uraian di atas, fenomena menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswi tidak lepas dari pengaruh kelompok dalam mengkonsumsi barang serta untuk menjunjung penampilan diri. Adanya keinginan sama, dengan teman kelompoknya menyebabkan mahasiswi mudah terpengaruh oleh kelompok sebayanya. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan Judul "Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dari penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi dan masukan terhadap disiplin ilmu pengetahuan terutama dalam hal Hubungan antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Mahasiswi dan remaja dalam pembinaan pribadi yang sehat yang berhubungan dengan pembelian suatu produk untuk dapat lebih mengutamakan kebutuhan yang menjadi prioritas utama bukan berdasarkan keinginan atau gengsi semata, sehingga para Mahasiswi dan remaja tidak menjadi berperilaku Konsumtif.

1.5 Keaslian penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh mariana widiastuti yang berjudul, "*Pengaruh konsep diri terhadap prilaku konsumtif mahasiswa esa unggul*" Berdasarkan hasil perhitungan teknik korelasi *product moment* menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,339 dengan P sebesar 0,011 ($p < 0,05$) berarti ada pengaruh antara konsep diri terhadap prilaku konsumtif (Widiastuti, 2014).

Kemudian, penelitian yang dilakukan eva melita, "*hubungan gaya hidup dengan prilaku konsumtif di samarinda*". Hasil analisis data menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara gaya hidup dengan prilaku konsumtif di samarinda ($r = 0,215$; $p = 0,008$) (Melita, 2015). Ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif di samarinda.

Penelitian selanjutnya dari pulyadi haryono, "*Hubungan konformitas dengan prososial pada SMA N 5 samarinda*", hasil dari analisis data korelasi parsial menunjukkan bahwa ada korelasi antara konformitas dan prilaku prososial ($r = 0,264$; $p = 0,003$) (Sebyabudi, 2011). Dengan hasil analisis data korelasi yang signifikan menunjukkan bahwa ada hubungan antara hubungan konformitas dengan prososial pada SMA N 5 Samarinda.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, peneliti menyakini bahwa belum ada yang melaksanakan penelitian yang sama dengan

yang akan peneliti lakukan, baik kesamaan kedua variabel bebas dan terikat, tempat, maupun yang menjadi subjek penelitian. Adapun penelitian yang akan diteliti adalah Hubungan Antara Konformitas Terhadap Prilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Universitas Bina Darma Palembang Jurusan Akutansi.