

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Sachari (1984) Mengatakan bahwa perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistic, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya. Sehingga Tambunan (2001) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Menurut Lubis (dalam Sumartono 2002) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku konsumtif yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan 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 tetapi sudah ada faktor keinginan.

Lebih lanjut Sembiring (2008) mengatakan bahwa orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang

berlebihan dan cenderung pemborosan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dapat diartikan sebagai gaya hidup mewah.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli dan mengkonsumsi barang-barang tanpa batas dan pertimbangan yang rasional ataupun mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, dimana hal tersebut didorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata daripada kebutuhan.

2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Konsumtif menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Berdasarkan definisi tersebut, maka dalam perilaku konsumtif Tambunan (2001) berpendapat ada dua aspek-aspek mendasar yaitu:

1) Adanya keinginan mengkonsumsi secara berlebihan

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya, dimana remaja belum memiliki penghasilan sendiri, berikut Tambunan (2001) menjelaskan,

a. Pemborosan

Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan

untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

b. Inefisiensi Biaya

Pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka menirukan teman, tidak realistic dan cenderung dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

2) Bertujuan Mencapai Kepuasan Semata

Dalam mengkonsumsi, kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama, melainkan kebutuhan untuk memenuhi kepuasan dan mengikuti arus mode, mencoba produk baru dan memperoleh pengakuan sosial, berikut seperti yang dijelaskan Tambunan (2001) :

a. Mengikuti mode

Para remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi cukup berada, terutama bertempat tinggal di kota-kota besar, pusat perbelanjaan adalah tempat mereka mencari dan mengkonsumsi barang dari biaya orang tua untuk memenuhi keinginan untuk mengikuti mode dan trend dikalangan remaja.

b. Memperoleh Pengakuan Sosial

Perilaku remaja remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha

menjadi bagian dari lingkungan. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti atribut yang sedang trend dilingkungannya.

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Pengukuran perilaku konsumtif menggunakan indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002)

1) Membeli Produk karena iming-iming

Remaja membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

2) Membeli produk karena kemasan menarik

Konsumen remaja sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik, artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen remaja mempunyai keinginan memelihara tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar remaja selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Remaja membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilannya.

- 4) Membeli barang atas pertimbangan harga (Bukan berdasarkan kegunaan)

Konsumen remaja cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status.

Remaja mempunyai kemampuan membeli yang sangat tinggi, dalam pakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya, sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan member kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

- 6) Memakai produk karena unsure konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Remaja cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Remaja juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila remaja mengidolakan public figure produk tersebut.

- 7) Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri

Remaja sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan sehingga menumbuhkan rasa

percaya diri. Cross dan Cross (dalam Hurlock, 1997) juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik fisik, remaja akan menjadi percaya diri.

8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)

Remaja cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merk yang lain dari produk sebelumnya sudah digunakan, meskipun produk tersebut belum habis dikonsumsi.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Engel, Blackwell dan Miniard (1995) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, adalah :

1) Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

2) Kelas Sosial

Kelas sosial mempengaruhi perilaku konsumen dalam cara seseorang menghabiskan waktu mereka, produk yang dibeli dan berbelanja. Pernyataan ini diperkuat oleh Swastha dan Handoko (1987) yang mengatakan bahwa interaksi seseorang dalam kelas sosial tertentu akan mempengaruhi langsung pada pendapat dan selera orang tersebut, sehingga akan mempengaruhi pemilihan produk atau merk barang.

3) Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang dikonsumsinya.

4) Situasi

Faktor situasi seperti lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, suasana hati dan kondisi seseorang sangat mempengaruhi perilaku membeli seseorang.

5) Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membentuk sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa.

6) Kepribadian

Kepribadian didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang terdapat dalam diri individu yang sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

7) Konsep Diri

Konsep diri dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli seseorang. Terdapat beberapa tipe konsumen dalam memenuhi konsep diri yaitu konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri yang disadari, konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri idealnya dan konsumen

yang memenuhi konsep diri menurut orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku membelinya.

8) Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaannya jasa yang tersedia di pasar.

9) Pengalaman Belajar

Pengalaman belajar seseorang akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Informasi tersebut dapat berasal dari pihak lain atau diri sendiri (melalui pengalaman). Hasil dari proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

10) Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan suatu konsep yang paling umum dalam memahami perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu atau uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas seseorang, ketertarikan dan pendapat seseorang terhadap suatu hal.

Berdasarkan uraian diatas, maka faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif, yaitu : kebudayaan, kelas sosial,

kelompok referensi, situasi, keluarga, kepribadian, konsep diri, motivasi, pengalaman belajar dan gaya hidup.

B. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Myers (2005) mengartikan konformitas sebagai : perubahan perilaku atau keyakinan agar sama dengan orang lain. Bahkan Asch (dalam Fieldman,1995) mendefinisikan konformitas sebagai perubahan dalam sikap dan perilaku yang dibawa seseorang sebagai hasrat untuk mengikuti kepercayaan atau standart yang ditetapkan orang lain. Konformitas juga diartikan sebagai ajakan untuk merasakan tekanan kelompok walaupun tidak ada permintaan langsung untuk tunduk terhadap kelompok (Deux, Dane & Wringthsman, 1993). Sedangkan Fieldman (1995) mengatakan bahwa konformitas adalah perubahan perilaku ataupun sikap yang disesuaikan untuk mengikuti keyakinan atau standart kelompok. Selain itu Sears (1991) mendefinisikan konformitas sebagai proses menyesuaikan diri yang menampilkan suatu tindakan karena orang lain juga menampilkannya. Dijelaskan lebih lanjut bahwa konformitas tersebut dilakukan karena adanya tekanan dari kelompok.

Berdasarkan pengertian yang dipaparkan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa konformitas adalah perubahan sikap dan perilaku individu sesuai dengan standart ataupun harapan yang dibentuk kelompok agar individu

dapat diterima dan dipertahankan di dalam kelompok tersebut dan sebagai bentuk interaksi yang terjadi didalam kelompok.

2. Aspek – aspek Konformitas

Taylor (2004) membagi aspek konformitas menjadi lima, yaitu :

1) Peniruan

Keinginan individu untuk sama dengan orang lain baik secara terbuka atau ada tekanan baik secara langsung maupun tidak langsung yang menyebabkan konformitas.

2) Penyesuaian

Keinginan individu untuk diterima orang lain menyebabkan individu bersikap konformitas terhadap orang lain. Individu melakukan penyesuaian pada norma yang ada pada kelompok.

3) Kepercayaan

Semakin besar keyakinan individu pada informasi yang benar dari orang lain semakin meningkat ketepatan informasi yang memilih konform terhadap orang lain.

4) Kesepakatan

Sesuatu yang sudah menjadi keputusan bersama menjadi kekuatan sosial yang mampu menimbulkan konformitas.

5) Ketaatan

Reaksi yang timbul sebagai akibat dari kesetiaan atau tunduk atas otoritas tertentu, sehingga otoritas dapat membuat individu menjadi konform terhadap hal-hal yang disampaikan.

3. Indikator Konformitas

Menurut Sears (1991) mengemukakan bahwa konformitas remaja ditandai dengan adanya tiga hal sebagai berikut :

1) Kekompakan

Merupakan kekuatan yang dimiliki kelompok acuan menyebabkan remaja tertarik dan ingin menjadi anggota kelompok. Erat kaitannya hubungan remaja dengan kelompok acuan disebabkan perasaan suku antara anggota kelompok serta harapan memperoleh manfaat dari anggotanya. Semakin besar rasa anggota yang satu terhadap anggota yang lain, maka semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan kelompok serta semakin besar kesetiaan mereka.

2) Kesepakatan

Pendapat kelompok acuan yang sudah dibuat memiliki tekanan kuat sehingga remaja harus loyal dan menyesuaikan pendapatnya dengan pendapat kelompok. Dengan kesepakatan timbulnya faktor kepercayaan terhadap kelompok. Tingkat kepercayaan terhadap mayoritas akan menurun apabila terjadi perbedaan pendapat, maka hal ini dapat mengurangi ketergantungan individu terhadap kelompok sebagai sebuah kesepakatan. Dengan persamaan pendapat

anggota kelompok maka konformitas akan semakin tinggi dan meningkatkan kepercayaan terhadap kelompok. Jadi kesimpulan bahwa orang yang menyimpang akan menyebabkan penurunan kesepakatan merupakan aspek penting dalam melakukan konformitas.

3) Ketaatan

Merupakan tekanan atau tuntutan kelompok acuan pada remaja membuatnya rela melakukan tindakan walaupun remaja tidak menginginkannya. Bila ketaatannya tinggi maka konformitasnya akan tinggi. Tekanan karena ancaman atau hukuman salah satu cara untuk menimbulkan ketaatan terhadap individu untuk menampilkan perilaku yang diinginkan melalui hukuman atau ancaman karena akan menimbulkan ketaatan yang semakin besar. Semua merupakan inisiatif pokok untuk mengubah perilaku seseorang. Seseorang akan rela memenuhi permintaan orang lain hanya karena orang lain tersebut mengharapkannya. Harapan-harapan orang lain merupakan faktor yang dapat menimbulkan ketaatan meskipun harapan itu bersifat implicit. Salah satu cara memaksimalkan ketaatan dengan menempatkan individu dalam situasi yang terkendali, yaitu segala sesuatu diatur sedemikian rupa sehingga ketidaktaatan merupakan hal yang hampir tidak mungkin terjadi.

4. Faktor – faktor yang mempengaruhi konformitas

Menurut Myers (2005) faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk konform adalah

1) *Group size*

Semakin besar jumlah anggota kelompok, semakin besar pula pengaruhnya terhadap individu.

2) *Cohession*

Cohession merupakan perasaan yang dimiliki oleh anggota dari kelompok dimana mereka merasa ada ketertarikan dengan kelompok. Myers (2005) menambahkan semakin seseorang memiliki kohesif dengan kelompoknya maka semakin besar pengaruh dari kelompok pada individu tersebut.

3) *Status*

Dalam sebuah kelompok bila seseorang memiliki status yang tinggi cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar, sedangkan orang yang memiliki status rendah cenderung untuk mengikuti pengaruh yang ada.

4) *Public respond*

Ketika seseorang diminta untuk menjawab secara langsung pertanyaan dihadapan public, individu cenderung akan lebih konform dari pada individu tersebut diminta untuk menjawab dalam bentuk tulisan

5) *No Prior Comitment*

Seseorang yang sudah memutuskan untuk memiliki pendiriannya sendiri, akan cenderung mengubah dirinya disaat individu tersebut dipertunjukkan pada adanya aspek tekanan sosial.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk konform, yaitu : *group size, cohesion, status, public respon, no prior commitment.*

5. Konformitas pada Remaja

Konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya, namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja dan kelompoknya.

Konformitas merupakan suatu aspek yang penting dalam internal kematangan sosial. Para orang tua dan guru mempunyai harapan terhadap remaja konform, sedangkan remaja juga mempunyai harapan-harapan terhadap kelompok sebayanya, jika harapan orangtua dan kelompok sebaya sesuai, maka tidak masalah, tapi jika bertentangan antara harapan orang tua dengan kelompok seaya, maka konformitas remaja pada kelompok sebaya akan semakin kuat (Dunphy dalam Fuhrmann, 1986). Costanza (dalam Fuhmann, 2001) menambahkan bahwa hubungan yang buruk antara anak dengan orangtua akan memperkuat anak dengan teman sebaya, orangtua

yang otoriter, pertentangan dan penuh penolakan yang buruk dirumah akan membuat remaja lebih tertarik pada kelompok sebaya.

Usia dan kematangan remaja, pada remaja awal dalam memutuskan sesuatu sering dipengaruhi oleh teman-temannya. Para remaja tersebut ingin diterima kelompok dan harapan-harapan kelompok menjadi harapannya juga. Semakin bertambahnya cara berfikir dan kematangan emosi para remaja tersebut relatif akan dapat mempertimbangkan dengan lebih baik harapan-harapan dari kelompok dan melatih remaja berani untuk menolak tekanan kelompok.

C. Kerangka Berpikir

Kalangan siswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, trend dan mode yang sedang berlaku. Bagi siswa remaja sendiri, mode dan penampilan fisik merupakan hal penting yang memerlukan perhatian khusus oleh lingkungan. Keinginan untuk tampil menarik merupakan dambaan bagi semua remaja dan. Penampilan menarik membuat remaja semakin percaya diri dan mudah diterima oleh lingkungan sosialnya. Trend mode sangat berkembang saat membuat banyaknya outlet-outlet yang menjual barang-barang keinginan remaja seperti aksesoris, dan pakaian yang sedang trend.

Ketika siswa remaja membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang tidak menjadi kebutuhan utamanya, maka remaja akan semakin terjerat dalam keinginan atau hasrat untuk membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhannya.

Fenomena ini menimbulkan perilaku konsumtif pada kalangan siswa. Perilaku konsumtif tersebut lebih menekankan pengkonsumsian suatu barang bukan karena kegunaan suatu barang namun lebih karena sebatas keinginan yang didasarkan adanya peningkatan status, prestise, dan kelas yang ditampilkan. Faktor-faktor pendorong terjadinya perilaku konsumtif juga dapat mempengaruhi tindakan konsumtif berlebihan seperti mengikuti gaya teman yang selalu menampilkan diri dengan barang bagus dan baru hal tersebut dapat memunculkan keinginan sama dengan teman.

Pada remaja pengaruh teman sebaya atau kelompok cenderung lebih besar daripada keluarga. Timbul konformitas dari adanya keinginan agar diterima oleh kelompok. Penerimaan oleh kelompok sebaya menjadi sesuatu yang cukup diperhatikan oleh remaja. Remaja mulai membandingkan dan memperhatikan penampilan diri dengan teman sebaya. Remaja mencari informasi mengenai barang-barang yang sedang trendi sehingga tidak ragu untuk mengeluarkan uang demi menunjang penampilannya, serta dianggap tidak ketinggalan.

Remaja dalam membeli barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan tapi mengutamakan kepuasan secara psikologis. Remaja merasa puas apabila membeli barang sesuai dengan trend mode yang sedang diminati teman-teman sebayanya hal tersebut membuat remaja merasa diterima oleh kelompok.

D. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah : Ada hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja Madrasah Aliyah Raden Paku Gresik.