

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak dulu hingga kini, tidak dapat dipungkiri bahwa penampilan merupakan salah satu hal yang sering kali mendapat perhatian, khususnya bagi seorang wanita. Penampilan serta kecantikan merupakan modal utama bagi mereka. Terlebih dengan adanya *statement* di masyarakat bahwa seorang wanita harus selalu tampil cantik dan menarik, maka para wanita berupaya untuk mewujudkan hal tersebut. Kecantikan bagi seorang wanita merupakan suatu kebutuhan, oleh karena itu mereka mempunyai keinginan untuk memperbaiki kekurangannya (Kompas, 2011).

Wanita yang selalu tampil cantik, akan mudah terkondisi oleh perilaku konsumtif. Seperti diketahui bahwa wanita lebih mempunyai potensi untuk menjadi daya tarik, di sisi lain wanita juga memiliki atribut terpuji, yaitu keindahan. Wanita dikondisikan untuk selalu tampil indah dan cantik sebagaimana diungkapkan oleh Kartono (dalam Nurhayati, 2008). Tidak mengenal usia, maka setiap wanita akan berusaha tampil cantik.

Demikian pula dengan remaja putri. Mereka juga memiliki keinginan untuk tampil cantik dan menarik. Bahkan agar menjadi cantik dan menarik, para remaja putri biasanya menggunakan atribut, baik busana dan aksesoris yang bernilai mahal atau bermerek, seperti sepatu, tas, pakaian, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka. Menurut Reynold (dalam Rosandi, 2004),

remaja putri banyak yang membelanjakan uangnya untuk kebutuhannya dalam berpenampilan pada pemakai produk, seperti pakaian, kosmetik, asesoris, dan sepatu.

Menurut Zebua & Nurdjayadi (2001) berdasarkan pendekatan psikologi konsumen, remaja khususnya remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik mode. Banyak remaja putri yang terpengaruh oleh *trend* dan *mode*. Hal tersebut menjadikan remaja putri selalu ingin mengikuti arus perkembangan dan gaya hidup yang mewah. Oleh karena itu, mereka selalu ingin berpenampilan menarik. Untuk mendukung penampilannya, mereka tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti *trend* yang sedang terjadi pada saat ini agar mereka tidak dianggap kuno, “*jadul*” atau kurang “*gaul*” dan tidak trendi.

Masa remaja yang merupakan periode transisi kehidupan manusia dari anak-anak menuju dewasa, terdapat proses pencarian jati diri, hal ini menyebabkan seorang remaja mudah untuk ikut atau terimbas hal-hal yang tengah terjadi di sekitarnya (Santrock, 2003). Remaja di sekitar juga terpengaruh oleh *trend* dan *mode* yang terjadi, sehingga menjadikan remaja selalu ingin mengikuti arus perkembangan dan gaya hidup yang terjadi saat itu juga.

Sebagaimana telah ditemukan dari hasil survey Surindo yang menemukan bahwa remaja Indonesia kini makin konsumtif, suka ganti-ganti merek, mudah termakan *trend* dan gemar tampil keren (Swa, dalam Putri dan Riyono, 2002). Oleh karena itu, remaja yang terpengaruh oleh *trend* dan *mode*, remaja akan selalu ingin mengikuti arus perkembangan dan gaya hidup yang terjadi saat itu juga.

Para remaja cenderung selalu ingin memiliki barang-barang tersebut dan berlebihan dalam membeli atau mengkonsumsi. Sikap atau perilaku remaja yang mengkonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang banyak terjadi pada remaja putri pada umumnya hanya sebatas keinginan terhadap barang-barang tersebut, dan belum tentu sesuai dengan kebutuhan. Seperti beberapa fenomena yang banyak terjadi saat ini, ketika remaja putri berbelanja untuk menunjang penampilannya, mereka akan memenuhi kebutuhannya dengan berlebihan, misalnya memakai kosmetik dengan banyak produk dan bermerek. Selain itu, remaja putri yang lebih bersifat konsumtif terhadap pakaian dengan bermerek terkenal. Pakaian dengan bermerek terkenal dianggap jauh lebih berkualitas dan lebih mampu meningkatkan rasa percaya diri, terutama saat mereka mengenakannya (Susianto, 1993).

Akhir-akhir ini perubahan pola hidup remaja dalam melakukan pembelian produk menjadi sangat menonjol. Kenyataan ini dilihat dari banyaknya produk yang dikenalkan kepada remaja dalam berbagai bentuk dan kemasan yang menarik. Produk yang ditawarkan dengan kemasan menarik akan memudahkan terjerat dalam perilaku yang kurang efisien, antara lain dengan penjualan langsung (*direct selling*) atau dengan penjualan tidak langsung (*catalog*) maupun promosi dengan jalan pemasangan iklan lewat media (Sabirin, 2005). Media sudah menjadi tempat bagi remaja sebagai salah satu sasaran yang strategis besar dalam membentuk perilaku membeli.

Media elektronik seperti media iklan, saat ini telah hadir dengan media cetak yang dapat menarik perhatian bagi para wanita khususnya remaja putri seperti katalog-katalog kecantikan yang sedang menjamur saat ini. Secara perlahan-lahan tetapi pasti, menuntun kaum wanita terutama remaja putri memasuki budaya konsumtif. *Catalog (dictionary, Second Edition)* adalah salah satu media iklan yang di dalamnya terdapat daftar barang-barang yang di tawarkan dan biasanya disertai dengan keterangan-keterangan mengenai produk atau buku yang memuat nama benda informasi yang ingin disampaikan, disusun secara berurutan daftar barang yang dilengkapi dengan nama, dan cara pemesanannya. Salah satu produk yang sistem penjualannya demikian adalah produk X.

Produk X itu sendiri telah lama didirikan di Jakarta pada tahun 1994. Produk tersebut didesain dan mendistribusikan aksesoris *fashion* dengan sentuhan asli. Produk X meliputi: *garment*, tas, sepatu, perhiasan, kostum dan kosmetika. Semua produk X dijual melalui skema Pemasaran *Multi-Level* dengan katalog baru yang diterbitkan setiap 40 hari. Setelah mendirikan benteng di pasar dalam negeri, perusahaan berkembang di luar negeri. Cabang-cabang di daerah telah dibuka sampai saat ini. Pusat Produk X yang berada di selatan Jakarta, yang menampung sebuah *showroom*, studio desain, sebuah laboratorium penelitian dan rangkaian lengkap fasilitas lainnya. Produk X adalah perusahaan global. Harga produk ini berkisar dari puluhan hingga ratusan ribu rupiah, namun tidak mencapai taraf harga hingga jutaan rupiah.

Produk X itu sendiri sudah semakin marak di berbagai wilayah Indonesia. Pengguna atau pemakai produk X ini kebanyakan remaja putri. Pemicunya adalah mereka terus melakukan pembelian terhadap produk X. Produk ini didesain untuk semua kalangan sesuai dengan *trend* dan kebutuhan khususnya remaja putri. Akibat dari suatu kebutuhan yang sudah mulai tidak bersifat wajar dalam membeli produk X tersebut, membuat remaja putri memanfaatkan kondisi bagaimana cara mereka mendapatkan keinginannya. Keinginan yang di alami oleh remaja putri jika membeli produk X secara terus-menerus maka akan menimbulkan perilaku konsumtif, karena menimbulkan keinginan yang berlebihan dalam pembelian yang terus-menerus berganti model dengan merek produk yang sama pada produk X.

Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada hari Sabtu tanggal 4 Oktober 2014 di salah satu SMA Negeri di Kabupaten Pamekasan yang memiliki dan menggunakan produk merek X, diperoleh keterangan bahwa mereka membeli produk tersebut karena produk unggulan dari merek internasional, relatif murah, terjangkau kualitas barang dan bahannya.

Adapun keunggulan lainnya pada produk X tersebut, apabila konsumen membeli dengan harga di atas seratus ribu maka, produk ini dapat dibayar secara berangsur-angsur (kredit) hingga 10 kali pembayaran sesuai dengan harga barang, sehingga konsumen, terutama pada remaja putri dengan tingkat perekonomiannya yang matang dan masih berlatar belakang sebagai pelajar dan mahasiswa mereka mudah untuk mendapatkannya. Adapun pengungkapan dari salah seorang remaja putri yang peneliti temukan adalah sebagai berikut :

“Akan muncul rasa bangga pada diri saya dan menjadi orang yang disorot sebagai seorang yang cantik, indah, modis dan menarik ketika diri saya menggunakan produk berkelas, dan trend di saat ini, saya membeli produk ini kurang lebih tiga dalam sekali pesan, meskipun harus bisa hemat jajan untuk bisa membeli produk ini, itupun saya mengeluh dengan masalah keuangan saya “. (Wawancara dengan AA, tanggal 4 Oktober 2014).

Peneliti melakukan wawancara kembali pada hari Sabtu tanggal 6 Desember 2014 pada remaja putri untuk mendapatkan keterangan lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana mereka bisa mendapatkan uang dalam pembelian barang tersebut padahal kondisi remaja putri itu sendiri adalah seorang pelajar. Keterangan yang diperoleh peneliti adalah mereka mendapatkan uang tersebut dengan cara menyisihkan uang sakunya untuk membeli produk X tersebut, selain itu mereka juga mengaku memakai uang SPP dan berbohong terhadap orangtuanya dengan alasan untuk membeli buku dan pembayaran belajar akademik di luar sekolah.

Banyaknya suatu kebutuhan yang sudah mulai tidak bersifat wajar dalam membeli produk X tersebut, membuat remaja putri membeli misalnya dengan cara mengumpulkan uang jajannya, berbohong kepada orang tuanya agar mendapatkan uang lebih, mencuri, dan berbagai penipuan dengan berbagai cara. Agar dapat membeli produk X tersebut remaja yang masih tergantung dengan orang tua dalam menghidupi kebutuhannya, membuat remaja tersebut kemudian melakukan bermacam tindakan yang tidak seharusnya dilakukan. Keinginan yang dialami oleh remaja putri jika membeli produk X secara terus-menerus maka akan menimbulkan perilaku konsumtif, karena menimbulkan keinginan yang berlebihan dalam pembelian yang terus-menerus berganti model dengan merek produk yang sama pada produk X.

Menurut Sumarwan (dalam Utami, 2008) berpendapat bahwa gaya hidup menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana seseorang itu hidup, menggunakan uang dan memanfaatkan waktu yang dimiliki. Perilaku seperti inilah yang terjadi di kalangan remaja pada saat ini. Kaum remaja cenderung digiring menghabiskan uang sakunya untuk memuaskan keinginannya. Rasa gengsi demi penampilan di hadapan semua teman-temannya atau di kalangan masyarakat, membuat mereka akan melakukan dengan cara sesuai keinginannya, di mana mereka akan menempuh cara-cara yang ekstrim dan berbahaya untuk mencapai keinginan dan tujuan demi mendapatkan kebutuhan dalam hidupnya. Salah satunya adalah terbiasa membohongi orang tuanya untuk meminta uang lebih dengan berbagai alasan, agar apapun yang diinginkan remaja tersebut tercapai. Kaum remaja itu sendiri sudah tidak lagi menghiraukan kondisi perekonomian orang tua mereka dan melakukan tindakan yang dapat merugikan dirinya sendiri.

Menurut Hurlock (1980), di kalangan semua remaja lambat atau cepat akan menemukan bahwa uang adalah kunci kebebasan. Sepanjang orang tua melayani semua kebutuhan dan memberikan uang saku, orang tua dapat mengendalikan perilaku remaja. Apabila remaja dapat bekerja sendiri untuk memperoleh uang, dia dapat menikmati kebebasan dan kemandiriannya.

Sedangkan pada remaja yang rentang di usia dari 18-21 tahun, di mana usia tersebut dikategorikan sebagai masa remaja akhir (Monk dkk, 2006) yang tidak lepas dari pengaruh konsumtivisme. Secara ekonomis mereka masih harus tergantung selama beberapa tahun sampai pelatihan yang diperlukan untuk bekerja

selesai dijalani (Hurlock, 1980). Masa remaja merupakan masa di mana rata-rata mereka masih menempuh pendidikan (sekolah) dan masih bergantung kepada orang tua. Remaja yang hampir menginjak usia dewasa (duduk di kelas terakhir bangku SMA) dianggap orang tua mampu memasuki dunia kerja maupun melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Padahal remaja yang masih melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi untuk kemandirian ekonominya atau secara finansial masih bergantung kepada orang tua.

Sedangkan penelitian dari Sonia (2008) ditemukan bahwa dengan maraknya perilaku konsumtif yang berlebihan ternyata terjadi juga pada mahasiswi di Unika Soegijapranata Semarang. Berdasarkan observasinya, kebanyakan yang berasal dari golongan ekonomi menengah ke atas, mereka sering kali tampil *trendy* dengan berbagai macam aksesoris seperti tas, sepatu, jam tangan, dompet, ikat pinggang, kacamata, telpon genggam yang semua barang tersebut bermerek terkenal. *Fashion* yang serba bermerek tersebut, ternyata mereka rata-rata diketahui sering berperilaku konsumtif hanya demi mengejar gengsi semata.

Berbicara dengan fakta yang dikutip dari News Nusantara (Kamis, 19 Maret 2015) akibat ingin tampil trendi dengan tampil cantik dan demi beli bedak, remaja nekat mencuri uang di toko dan menyebabkan seorang remaja di Trenggalek harus mendekam di penjara 5 tahun. Uang tersebut akan digunakan untuk membeli kosmetik. Hal tersebut merupakan bukti pada salah satu pada remaja putri bahwa mereka akan melakukan berbagai hal tindakan untuk dapat hidup dan memenuhi kebutuhannya agar mereka bisa tampil cantik dan menarik.

Adanya tekanan (baik secara nyata maupun tidak nyata) yang terjadi pada remaja saat ini menyebabkan para remaja rela menghabiskan uangnya untuk membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan secara berlebihan sehingga perilaku konsumtif terlihat begitu dominan di kalangan remaja (Sumartono, 2002).

Menurut penelitian dilakukan oleh Wardhani (2009) yang menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Analisis data menunjukkan nilai R^2 (R Square) sebesar 0,139. Artinya, bahwa dalam penelitian ini konformitas dan harga diri memberikan sumbangan sebesar 13% terhadap perilaku konsumtif dengan sumbangan masing-masing variabel adalah 10,2% untuk variabel konformitas dan 3,7% untuk variabel harga diri. Hal ini berarti masih terdapat 86,1% faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja putri.

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa sejak dahulu hingga saat ini tidak dapat dipungkiri penampilan merupakan salah satu hal yang sering kali mendapat perhatian khusus bagi seorang wanita. Penampilan serta kecantikan merupakan modal utama bagi mereka. Keinginan wanita bahwa seorang wanita harus selalu tampil cantik dan menarik. Rasa cantik bagi seorang wanita dapat dikatakan merupakan sebuah kebutuhan, sehingga dalam perkembangannya, wanita selalu mempunyai keinginan dan selalu ada kekurangan pada dirinya maka hal tersebut wanita akan memperbaiki kekurangan yang dimiliki dan perilaku konsumtif dapat mendukung citra diri seseorang.

Menurut Gullohorn (1990) ada tiga aspek citra diri yang dapat merubah berperilaku konsumtif, yaitu: sikap, perilaku, dan penampilan, karena mereka

ingin menunjang citra diri sesuai keinginan untuk menutupi kekurangannya dan ingin menjadi remaja putri yang cantik dan berpenampilan menarik. Menurut Hadiwibowo (2003) citra diri itu sendiri memiliki arti suatu gambaran seseorang terhadap diri sendiri atau pikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya. Citra diri terkait dengan bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan bagaimana berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya. Misalnya adalah pendapat bahwa orang lain akan menghargai seseorang jika cantik/tampan, pintar, kaya, menarik, atau langsing. Sehingga orang yang memiliki kecantikan karena penampilannya yang menarik dan modis atau kurang berhasil dalam pelajaran dalam studinya tidak perlu dihargai.

Hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan remaja adalah *self image* yang selanjutnya disebut citra diri yang merupakan bagian dari konsep diri seseorang. Dalam memperoleh jati diri remaja berusaha membentuk citra atau *image* tentang dirinya dan upaya ini terlihat dalam suatu gambaran tentang bagaimana setiap remaja mempersepsikan dirinya. Termasuk di dalamnya bagaimana ia mencoba menampilkan diri secara fisik. Hal tersebut membuat mereka sensitif terhadap gambaran fisik, sehingga mendorong mereka melakukan berbagai upaya agar tampilan fisiknya sesuai dengan tuntutan komunitas sosial mereka (Sunastiko dalam Aryani, 2006).

Kaum perempuan sesuai dengan karakteristiknya yang selalu senang berdandan dan dipuji dibandingkan dengan kaum laki-laki, sehingga mudah sekali kaum perempuan untuk terkonsumsi oleh perilaku konsumtif. Kita tahu bahwa perempuan lebih mempunyai potensi untuk menjadi daya tarik, perempuan lebih

dituntut dan disorot masyarakat agar memiliki atribut terpuji yaitu keindahan perempuan dikondisikan untuk selalu tampil indah dan cantik (Kartono dalam Nurhayati, 2008). Hal itu apabila dihubungkan dengan eksistensi remaja putri saat ini dapat diamati melalui cara memakai produk garment seperti aksesoris, pakaian, tas, dan lain-lainnya yang dibutuhkan oleh para kaum wanita dengan berbagai macam model sekaligus aksesorinya.

Berdasarkan uraian di atas dengan fenomena-fenomena, peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri dalam di Kabupaten Pamekasan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri di Kabupaten Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri di Kabupaten Pamekasan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap disiplin ilmu pengetahuan dalam pengembangan ilmu psikologi, khususnya psikologi

industri dan organisasi, psikologi konsumen dan psikologi sosial, mengenai hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja di Kabupaten Pamekasan.

2. Manfaat praktis

- a. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan peneliti-peneliti lain yang ingin meneliti mengenai perilaku konsumtif dan citra diri sebagai referensi teoritis dan empiris.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para praktisi yang bergerak dalam bidang ekonomi dan bisnis agar memperoleh pengetahuan dan masukan mengenai hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri.
- c. Dengan adanya penelitian ini maka dapat membantu para produsen, khususnya produsen produk X untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri, sehingga dapat membuat strategi pemasaran produk yang tepat untuk konsumen pada remaja putri.
- d. Selanjutnya dengan adanya penelitian ini, remaja putri dapat memahami masalah tentang perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja putri dan harus dihindari sedini mungkin agar perilaku konsumtif tidak terus berkembang dan remaja putri itu sendiri dapat mengarahkan kepada hal-hal yang positif.