

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digital merujuk pada periode di mana teknologi digital dan komunikasi berperan secara signifikan dalam kehidupan manusia, baik dalam konteks pribadi maupun profesional. Era digital ini ditandai dengan penerimaan yang luas dari teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang mencakup internet, perangkat mobile, dan media sosial. Era digital memberikan dampak positif bagi kehidupan manusia, utamanya pada kemudahan mengakses informasi apapun yang dibutuhkan oleh manusia sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu, kemudahan untuk melakukan transaksi berbelanja melalui smartphone. Kemudahan berbelanja inilah yang kemudian membuat manusia menjadi konsumtif. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan tanpa pertimbangan rasional, demi mendapatkan kepuasan hasrat sebesar-besarnya yang bersifat berlebihan (Wardani & Anggadita, 2021).

Perilaku konsumtif memberikan dampak luas pada kehidupan manusia di era modern. Beberapa dampaknya yaitu dampak bagi konsumen secara pribadi adalah dapat menimbulkan rasa puas dan juga dapat mendorong perputaran roda perekonomian salah satu dampak negatif dari perilaku konsumtif yaitu dapat menimbulkan pemborosan dan tidak terencana alokasi financial (Destiana, 2022). Selain itu perilaku konsumtif juga berdampak pada kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang (Irmasari, 2010).

Fenomena perilaku konsumtif dapat dilihat dari kehidupan komunitas *club* motor di Lombok. Komunitas club motor di Lombok ada beberapa macam, diantaranya: *club scoopy Lomboknesia, scoopy lombokclub, soltlotim, Lombok scoopybrotherhood, slc, hascoolnew, sbclombok, timtamlombok, sportindo_250, teamlur, scoopymaticlombok, smllombok, sloocfmy, team joker*, namun diantara club motor tersebut peneliti tertarik melihat fenomena perilaku konsumtif pada club motor scoopy r12 lombok. Dalam club soopy tersebut memiliki 62 anggota, dengan rata-rata usia anggotanya berkisar antara 19-22 tahun. Club ini memiliki kegiatan rutin setiap minggunya dengan mengadakan seperti sunmori, nightride, sunmorgab, kopsan, touring. Dalam club tersebut ada trend dimana setiap anggotanya memodifikasi motornya menjadi berbeda dari aslinya. Misal, mengubah cc mesin, mengubah knalpot, dan mengubah warna motor dengan warna yang berbeda dari aslinya. Bagi anggota club memodifikasi motornya merupakan suatu keinginan untuk menjadi sama dengan anggota club lain yang motornya juga dimodifikasi. Hal ini yang mendorong anggota club berusaha untuk membelanjakan uangnya untuk membeli sparepart untuk keperluan modifikasi tersebut.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti ingin mengetahui perilaku konsumtif anggota komunitas scoopy di Lombok, dengan melakukan survey. Survey ini melibatkan 30 orang komunitas *scoopy* r12 di Lombok. Hasil survey tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 1

Hasil survey perilaku konsumtif

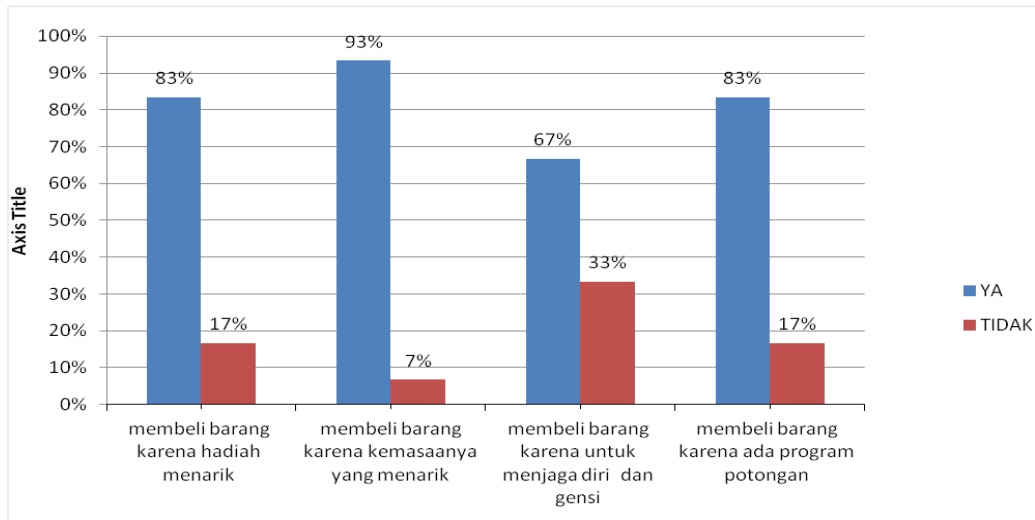


Table 1 menggambarkan mengetahui perilaku konsumtif pada komunitas *scoopy* Lombok. Penelitian melakukan penelitian awal atau survey terhadap 30 orang komunitas *scoopy* Lombok. Hasil menyatakan 25 orang (83,33%) menyatakan membeli barang tergiur oleh promo yang di berikan, sedangkan 28 orang (93,33%) membeli barang karena kemasaanya yang menarik dan senang berbelanja, sedangkan 20 orang (66,67%) membeli barang karena untuk menjaga diri dan gensi, selanjutnya 25 orang (83,33%) karena program potongan harga.

Dari hasil survey di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengaku berperilaku konsumtif. seharusnya anggota komunitas *scoopy* r12 lombok menyadari bahwa jika dia tidak mempunyai perilaku konsumtif akan bisa terkontrol lagi dan bisa di atur agar tidak menjadi seseorang yang boros dalam berbelanja namun kenyataanya anggota komunitas membelanjakan uangnya untuk barang-barang yang bersifat konsumtif. Bila

perilaku konsumtif itu tidak diatasi maka anggota ketergantungan, tambah boros, lebih mudah terbujuk rayuan iklan (tresna, 2013).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa kegiatan yang mendorong terjadinya perilaku konsumtif. Dalam hal ini adalah perilaku konformitas. Konformitas adalah perubahan dalam perilaku seseorang untuk menyelaraskan lebih dengan standar kelompok. Menurut (Ahmad Jalaludin, 2004) menyatakan bahwa konformitas adalah apabila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama disebut konformitas, dimana scoopy r12 di Lombok ini terpengaruh oleh teman komunitasnya dalam berbelanja sepeda motor yang membuat orang-orang komunitas berperilaku konsumtif. Akibat dari perilaku konsumtif ialah pembelian secara impulsif, pembelian secara tidak rasional, pemborosaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada dua yaitu Faktor Eksternal/Lingkungan dan faktor internal. faktor eksternal/lingkungan ialah kebudayaan, kelas sosial, keluarga (Mangku Negara, 2002). Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan keluarga. Sedangkan faktor internal ini terdiri dari dua aspek yaitu faktor psikologis dan pribadi pertama psikologis diantaranya motivasi, persepsi, sikap pendirian dan kepercayaan. Faktor internal yang kedua faktor pribadi yaitu usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, keribadian, jenis kelamin (Kotler, 2000). Faktor-Faktor yang mempengaruhi kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dan mengikuti kelompok yaitu ukuran kelompok, keseragaman kepada kelompok, komitmen

kepada kelompok, keinginan individualisasi, kohensif, status (Harmani, 2016).

Berdasarkan uraian penyebab faktor perilaku konsumtif di atas maka kelompok sosial merupakan salah satu faktor penyebab perilaku konsumtif. Dalam hal ini adalah perilaku konformitas. Konformitas adalah perubahan dalam perilaku seseorang untuk menyelaraskan lebih dengan standar kelompok. Menurut (Ahmad Jalaludin, 2004) menyatakan bahwa konformitas adalah apabila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama disebut konformitas, dimana scoopy r12 di Lombok ini terpengaruh oleh anggota komunitasnya dalam berbelanja *sperpart* motor yang membuat orang-orang komunitas berperilaku konsumtif.

Pada Penelitian yang di kemukakan oleh Fitriyani, Widodo and Fauziah (2013) melakukan penelitian tentang Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang, Penelitian ini menggunakan metode teknik sampling random proposional. Penelitian ini melibatkan 130 subjek yang tinggal di Genuk. Pengumpulan data menggunakan dua skala yaitu konformitas dan skala perilaku konsumtif. Analisa regresi di pakai untuk mengevaluasi data dan menghasilkan. Hasil penelitian dapat kita simpulkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa kos di perumahan Genuk Indah berkaitan dengan konformitas yang dimiliki oleh mahasiswa kos. Konformitas yang tinggi di lingkungan kos membawa dampak munculnya perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa kos.

Berdasarkan latar belakang yang disertai peristiwa yang terjadi, oleh karena itu penulis untuk melakukan penelitian dengan judul "Hubungan antara

konformitas dengan Perilaku Komsumtif pada Komunitas *Scoopy r12* di Lombok”.

B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas didapatkan rumusan masalahnya yaitu apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada komunitas *scoopy r12 di* Lombok?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada komunitas *scoopy r12 di* Lombok

D. Manfaat Penelitian

Hasil bisa memberikan informasi dan manfaat terhadap komunitas *scoopy* terhadap perilaku konsumtifnya dan membuat jadi pelajaran adapun beberapa manfaat yang di harapkan penelitian seperti berikut:

a. Secara teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pelajaran bagi khusus pada anak komunitas untuk mengetahui komformitas dan perilaku konsumtif pada masing masing orang.

b. Secara praktis

Manfaat yang diberikan terhadap penelitian ini adalah tambahan ilmu terhadap pembahasan tentang komformitas dan perilaku konsumtif.