

BAB I

PENGANTAR

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin cepat serta kemajuan teknologi yang semakin pesat telah mengakibatkan perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat. Seperti halnya perubahan *fashion* yang terjadi secara terus-menerus, sehingga menuntut masyarakat untuk selalu mengikuti mode yang ada. Banyak orang yang merasa perlu mengikuti *trend fashion* terbaru untuk percaya diri atau diakui oleh lingkungan sosialnya. Seperti yang dikutip dari laman Kompasiana (2022) negara Indonesia berada di posisi ketiga dalam daftar negara dengan tingkat konsumerisme yang tinggi di antara masyarakatnya. Individu-individu memiliki kecenderungan untuk menghabiskan uang secara berlebihan demi membeli barang dan jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Keinginan untuk membeli produk atau barang yang berlebihan adalah awal dari berkembangnya cara berperilaku yang berlebihan. Individu akan selalu membeli produk sesuai dengan kebutuhan mereka, bukan sesuai dengan apa yang diinginkan. (Fitriyani, Widodo, and Fauziah 2013).

Sejalan dengan Sumartono (2002), istilah “perilaku konsumtif” mengacu pada komitmen yang berlebihan pada penggunaan suatu produk. Perilaku konsumtif selain itu bisa diinterpretasikan untuk penggunaan suatu produk secara menyeluruh. Dalam konteks ini, seseorang dapat membeli suatu barang bukan karena kebutuhan, melainkan karena tertarik oleh godaan hadiah yang ditawarkan atau karena barang yang dimaksud sedang populer.

Perilaku konsumtif telah mempengaruhi seluruh lapisan masyarakat di era modern, termasuk remaja. Menurut Santrock (2012) pada tahap pradewasa, individu seringkali cenderung tidak merasa tertarik terhadap situasi baru yang sangat menantang bagi mereka sendiri. Hal ini dapat disebabkan oleh upaya remaja untuk mencapai kemandirian dan menggali identitas mereka sendiri. Dengan kata lain, perilaku konsumtif menjadi salah satu hasil dari perubahan yang dialami oleh remaja selama masa pradewasa. Remaja cenderung mencari pengakuan sosial dan memenuhi kebutuhan diri mereka dengan mengonsumsi barang-barang atau layanan yang mungkin tidak sepenuhnya diperlukan. Faktor-faktor seperti tekanan sosial, pengaruh iklan, dan keinginan untuk tampil sesuai dengan norma-norma sosial dapat memperkuat perilaku konsumtif pada remaja.

Perilaku konsumtif yang ekstrem berpotensi menyebabkan konsekuensi yang negatif, seperti masalah keuangan, kesulitan mengelola uang, dan ketidakpuasan hidup. Oleh sebab itu, penting untuk memberikan remaja pemahaman pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana, pemahaman tentang kebutuhan versus keinginan, dan pengembangan keterampilan mengendalikan impuls untuk mengurangi risiko perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, munculnya sejumlah perubahan yang memungkinkan remaja mengalami perubahan fisik maupun mental, emosional, dan perilaku. Perubahan perilaku rawan konsumtif salah satunya (Sukari, Th. Ani Larasati, Mudjiono 2013).

Demi mengikuti *trend*, para remaja mengeluarkan sejumlah besar uang untuk barang dan jasa yang sebenarnya tidak diperlukan. Remaja menurut Sitorus (2013) adalah sebuah kelompok yang cenderung konsumtif karena mereka senang untuk mencoba hal-hal yang baru. Selain itu, Mangkunegara (2005)

menemukan bahwa remaja lebih cenderung berperilaku konsumtif karena lebih rentan dirayu, lebih impulsif saat berbelanja, dan lebih cenderung berperilaku boros.

Remaja perempuan di NTT (Nusa Tenggara Timur), sebuah provinsi di tenggara Indonesia, juga terlibat dalam perilaku konsumtif ini. Remaja perempuan NTT yang tinggal di daerah asal sering berebut membeli barang-barang yang tidak perlu untuk gaya dan ketenaran. Perilaku ini juga banyak terjadi di kalangan remaja NTT yang merantau ke Malang. Remaja perempuan NTT di kota Malang cenderung lebih banyak mengonsumsi dibandingkan remaja perempuan NTT di daerah asalnya karena dukungan kemudahan akses belanja dan kurangnya pengawasan orang tua.

Nusa Tenggara Timur adalah daerah di Indonesia yang kaya akan warisan budaya yang melimpah. Di mulai dari makanan, seni tari, adat istiadat, upacara pernikahan dan lain-lainnya. Namun, dibalik kekayaan budaya NTT, gaya hidup masyarakat cenderung konsumtif. Menurut Nayuf (2022), kebutuhan tradisional, seperti kebiasaan mengadakan pesta, bagi masyarakat NTT lebih penting daripada pemenuhan kebutuhan pokok. Menurut Baudrillard (2004), sistem budaya dan sistem sosial dalam makna mampu mengarahkan pilihan individu terhadap suatu barang, sedangkan perilaku konsumsi saat ini didasarkan pada pilihan rasional dan tidak hanya terpengaruh oleh aspek ekonomi semata. Hal ini relevan dengan perilaku konsumsi masyarakat.

Demikian pula, penelitian yang dijalankan oleh (Sudi dan Rini, 2018) mengemukakan bahwa faktor internal dan eksternal mempengaruhi perilaku konsumtif. Teknologi dan pengaruh budaya lain adalah contoh faktor eksternal.

Keinginan akan pengakuan, pendapatan, dan budaya atau kebiasaan adalah faktor internal.

Budaya konsumtif inilah yang melekat pula pada remaja perempuan NTT. Remaja seringkali menginginkan barang-barang *fashion-forward* seperti *smartphone* dan pakaian. Remaja sering mengeluarkan uang lebih banyak untuk pembelian dan konsumsi. Selain itu, remaja perempuan lebih cenderung membeli pakaian dengan merek terkenal. Menurut (Lina and Rosyid 1997), pakaian dari merek-merek terkenal dianggap memiliki kualitas yang jauh lebih tinggi dan dapat meningkatkan rasa percaya diri saat dikenakan.

Hasibuan (2010), menegaskan bahwa remaja perempuan lebih cenderung menghabiskan uang untuk penampilannya dibandingkan remaja pria. Ketika mereka membutuhkan produk atau barang yang ingin mereka beli, sejumlah remaja putri mengaku tidak bisa mengontrol atau menahan diri. Remaja perempuan biasanya terlibat dalam perilaku konsumtif karena keinginan akan hal-hal tersebut dan belum tentu sebagai tanggapan atas kebutuhan mereka.

Perilaku konsumtif sudah umum terjadi di kota-kota besar, namun fenomena tersebut sudah mulai merambah ke pedesaan maupun kota-kota besar lainnya. Akses untuk berperilaku konsumtif sangatlah mudah, terutama dengan berbelanja online atau berbelanja secara langsung, sehingga sangat memungkinkan bagi seseorang untuk bertindak berlebihan.

Sebelumnya, penulis juga telah melakukan wawancara telepon dengan lima subjek remaja perempuan di Nusa Tenggara Timur pada tanggal 9 Oktober 2022. Para remaja perempuan ini memiliki ciri perilaku konsumtif, di mana mereka aktif mengikuti dan memuaskan tren fashion di kota mereka melalui berbelanja

online, walaupun barang yang dibeli tidak termasuk dalam kategori kebutuhan utama atau sekunder. Menariknya, terdapat kendala dalam bentuk ongkos kirim yang cukup tinggi ke daerah mereka, yang kadang-kadang bahkan melebihi nilai harga barang yang dibeli secara daring.

Berbeda dengan remaja perempuan NTT yang tinggal di Malang, mereka memiliki tingkat perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Hal ini berkaitan dari kemudahan akses ke berbagai macam barang dan jasa yang sebelumnya sulit dijangkau. Adanya media sosial dan aplikasi belanja online membuat konsumsi semakin mudah dan cepat dilakukan. Pada akhirnya akan terus dilakukan dan disebarluaskan. Para remaja ini tidak lagi memahami manfaat nilai dari barang yang mereka beli. Tetapi barang-barang tersebut dapat mencerminkan identitas mereka dalam komunitas sosial.

Perilaku ini terjadi baik saat mereka masih di tempat rantauan maupun saat mereka sudah kembali ke daerah asalnya masing-masing. Perilaku konsumtif ini dilakukan dengan membelanjakan uang saku yang dikirim orang tua untuk kebutuhan kuliah. Namun uang tersebut digunakan untuk membeli hal-hal yang diinginkan secara berlebihan. Biasanya berupa pakaian, sepatu, *gadget*, dan makan di tempat yang berkelas.

Seperti yang dikatakan dalam wawancara dengan Narasumber berinisial Y (23 tahun, alumni Sekolah Tinggi Kebidanan Malang):

“kalo disana (Kota Malang), anak-anak kita banyak. Malah biasanya kumpul di satu tempat atau cafe-cafe begitu. Mereka punga cara boros tu terlalu sekali. Belanja macam-macam, hp gonta ganti, makan ju kadang maunya yang enak-enak. Minta uang terus-terus di orang tua, satu bulan tu bisa sampe 3 kali. Bilangnya ada kegiatan kampus segala macam, padahal tipu semua. Uang dong pake untuk jalan-jalan, dan beli-beli barang yang tidak penting kadang. Kasih habis percuma semua.”

(wawancara tanggal 13 Oktober 2022)

Saat mereka kembali ke daerah asalnya masing-masing, mereka tidak serta merta meninggalkan kebiasaannya selama tinggal di kota besar. Butuh waktu untuk beradaptasi kembali terhadap kondisi yang berubah dari kota besar ke daerah asalnya. Selama berada di desa, perilaku konsumtif yang dilakukan pun masih tetap terbawa.

Penulis juga melakukan pengambilan data awal dengan penyebaran kuesioner pada tanggal 15-20 Oktober 2022 melalui *google form* dan mendapatkan hasil dari 164 responden, yang berdomisili di Malang dengan persentase 57,9% dan di NTT dengan persentase 42,1%. Ditemukan banyaknya remaja perempuan yang berperilaku konsumtif seperti: remaja perempuan yang menjawab membeli karena kebutuhan 88,4%, berbelanja karena adanya gratis ongkir 87,8%, ada yang hanya karena senang berbelanja 84,8%, sedangkan berbelanja karena tertarik dengan model dan merek barang 81,1%, adapun remaja perempuan yang merasa puas ketika membeli banyak barang 73,3%, selain itu ada remaja perempuan membeli dikarenakan keinginan 70,7%, dan merasa senang ketika memborong banyak belanjaan 66,5%.

Berdasarkan pemaparan dari fenomena tersebut maka peneliti ingin mengetahui perbedaan Perilaku Konsumtif pada Remaja Perempuan NTT yang tinggal di Daerah Asal dan yang tinggal di Malang.

A. Rumusan Masalah

Berikut adalah dugaan perumusan masalah berdasarkan latar belakang sebelumnya “Apakah terdapat perbedaan perilaku konsumtif remaja perempuan NTT yang tinggal di daerah asal dan yang tinggal di Malang”.

B. Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan dalam perilaku konsumtif remaja perempuan NTT yang tinggal di daerah asal dan yang tinggal di Malang. Dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini akan memiliki dampak yang bermanfaat, terutama dalam konteks Psikologi Perkembangan dan Psikologi Sosial, yang mendalami perilaku konsumtif dan masa remaja. Penelitian ini juga dapat berperan sebagai acuan untuk penelitian-penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini memiliki potensi untuk dijadikan sebagai wadah pembelajaran untuk mengungkapkan ide-ide ilmiah dan mengembangkan kemampuan penelitian dan menulis. Terlebih lagi, melalui penelitian ini, penulis dapat mendalami lebih lanjut mengenai pola perilaku konsumtif yang muncul pada remaja perempuan.

b. Bagi Subjek Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pengetahuan tambahan terkait perilaku konsumtif remaja perempuan di Nusa Tenggara Timur (NTT) dan yang berdomisili di Malang.

c. Bagi Orang Tua

Bagi orangtua, diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini mampu memberikan wawasan yang lebih baik kepada mereka tentang

cara yang lebih cerdas dalam memberikan uang kepada anak-anak mereka.

d. Bagi Masyarakat dan Pihak Berkepentingan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi praktis dengan membantu masyarakat dan pihak berkepentingan dalam mengembangkan strategi yang lebih tepat dalam menghadapi perilaku konsumtif pada remaja perempuan. Ini bisa mencakup upaya dalam mengelola dampak negatif dari perilaku konsumtif atau merancang program edukasi yang sesuai.

C. Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Adiputra and Moningka 2017) mengenai “Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal”. Metodologi dalam penelitian ini ialah dengan memanfaatkan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang berencana untuk mencari tahu deskripsi perilaku konsumtif tentang sepatu pada perempuan dewasa awal. Subjek dari penelitian ini adalah perempuan dewasa awal (20-40 tahun) yang berbelanja di mal yang terletak di tengah kota Jakarta. Jumlah sampel 100 perempuan dewasa awal, penelitian ini memanfaatkan *nonprobability sampling* serta *convenience sampling*. Penelitian ini melibatkan ukuran perilaku boros menurut Sumartono dalam (Khodijah 2017). Nilai reliabilitas adalah 0,849. Dianalisis dengan statistik deskriptif. Kesimpulannya, perilaku konsumtif tentang sepatu pada perempuan dewasa awal cenderung rendah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Poetri, Ranteallo, and Zuryani 2015) mengenai “Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan terhadap *Trend Fashion* Korea di Jakarta Selatan” didapatkan hasil bahwa meningkatnya minat pada

budaya pop Korea Selatan, yang secara luas dan dikenal juga sebagai Hallyu atau *Korean Wave* ini, studi berangkat untuk menjelaskan *tren fashion* melalui film, musik, toko *online*, dan pusat perbelanjaan. Ini juga menggambarkan cara perilaku remaja yang berlebihan untuk membeli produk perawatan kecantikan, pakaian, dan perhiasan lainnya. *Purposive Sampling* digunakan dalam penelitian ini untuk memilih sebanyak 17 informan. Dari jumlah tersebut, 14 di antaranya adalah remaja putri dengan rentang usia 18 hingga 22 tahun yang aktif mengonsumsi produk *fashion* Korea, seperti kosmetik, pakaian, dan aksesoris. Sementara itu, tiga informan lainnya adalah individu yang menjalankan bisnis penjualan produk *fashion* Korea melalui toko *online* berbasis *Instagram*. Metode penelitian ini mencakup wawancara mendalam dengan para informan, observasi, dan analisis studi dokumen. Dalam penelitian ini, digunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif untuk menguraikan konsep fetisisme komoditas Karl Marx yang berkaitan dengan tingkah laku remaja perempuan di Jakarta Selatan. Mereka membeli produk *fashion* Korea karena dianggap memiliki keunikan, kesederhanaan, kualitas yang tinggi, serta terbuat dari bahan berkualitas tinggi.

Kemudian penelitian menurut (Estetika 2017), “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS”. Penelitian ini diawali dengan permasalahan “Apa saja faktor penyebab yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswi kelas XII SMAN 1 Singkawang? permasalahan dalam penelitian ini adalah faktor internal apa saja yang ada pada diri siswa yang berperilaku konsumtif, dan faktor eksternal yakni dalam diri siswa untuk berperilaku secara konsumtif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi siswa baik dari aspek internal maupun eksternal. Penelitian ini mengadopsi metode penelitian deskriptif dengan

pendekatan kualitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari enam siswi kelas XII IPS dan seorang guru BK. Penggunaan teknik *purposive sampling* dilakukan untuk memilih sampel yang merupakan siswi perempuan dengan rentang usia antara 17 hingga 18 tahun. Penelitian ini mengadopsi metode *deskriptif* sebagai pendekatan utama. Data diperoleh melalui proses observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwasannya faktor yang menjadi dominan pada faktor internal adalah kepribadian, konsep diri, dan gaya hidup, sedangkan faktor yang menjadi dominan pada faktor eksternal adalah budaya, kelas sosial dan kelompok acuan.

Berdasarkan paparan penelitian terdahulu yang telah penulis cantumkan di atas, terdapat perbedaan yang mendasar dengan penelitian ini. Diantaranya, jumlah populasi, sampel dan lokasi. Berangkat dari penelitian-penelitian terdahulu, penulis mencoba melakukan pengamatan terhadap remaja perempuan Nusa Tenggara Timur yang tinggal di daerah asal dan yang saat ini berdomisili di Malang. Hasil yang penulis peroleh adalah remaja perempuan yang tinggal di Nusa Tenggara Timur atau daerah asalnya rentan terhadap perilaku konsumtif, yang paling umum dan sering terjadi adalah membeli barang karena keinginan. Penelitian ini penting untuk diketahui sehingga dijadikan pandangan, acuan dan penelitian terhadap fenomena perilaku konsumtif itu sendiri. Pada penelitian ini akan mencari perbedaan perilaku konsumtif remaja perempuan NTT yang tinggal di daerah asal dan yang saat ini berdomisili di Malang.

Berdasarkan gambaran di atas, penulis berupaya untuk mengidentifikasi perbedaan dalam perilaku konsumtif antara dua kelompok remaja perempuan di Nusa Tenggara Timur (NTT) yang tinggal di daerah asal mereka dan mereka yang berdomisili di Malang. Penelitian ini mengambil pijakan dengan beberapa

penelitian sebelumnya yang telah diacu, namun menampilkan variasi mendasar dengan penelitian sebelumnya, terutama dalam hal populasi yang diteliti, sampel yang diambil, serta lokasi penelitian yang berbeda.

Penelitian ini bermula dari landasan penelitian yang telah ada sebelumnya, dengan upaya untuk mengamati remaja perempuan asal Nusa Tenggara Timur (NTT) yang tinggal di wilayah asal mereka dan remaja perempuan NTT yang saat ini tinggal di Malang. Dengan melakukan pengamatan ini, penulis berusaha untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang kecenderungan konsumtif yang dimiliki oleh remaja perempuan dari NTT. Temuan yang diperoleh dari penelitian ini mengindikasikan bahwa remaja perempuan NTT yang tetap tinggal di daerah asalnya cenderung lebih rentan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini memiliki tujuan yang jelas dan penting dalam menggali lebih dalam mengenai perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja perempuan, khususnya dalam konteks perbedaan antara remaja perempuan dari daerah Nusa Tenggara Timur (NTT) yang tinggal di daerah asal mereka dan yang tinggal di Malang. Penelitian ini dianggap penting oleh penulis karena memberikan pandangan dan arahan bagi penelitian-penelitian berikutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumtif remaja perempuan. Ini menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi dalam pemahaman lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti.