

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta struktur organisasi skripsi.

1.1. Latar Belakang Masalah

Fromm (1976) menyebutkan ada dua cara eksistensi manusia dalam masyarakat kapitalis. Pertama adalah *'to have'* (memiliki) dan cara kedua adalah *'to be'* (menjadi). Upaya eksistensi diri dengan cara *'to have'* memiliki kecenderungan negatif karena manusia memandang bahwa eksistensi akan terpenuhi dengan membeli, memiliki, terobsesi dan berambisi untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan upaya *'to be'* memiliki kecenderungan positif karena manusia akan merasa utuh apabila mampu bekerja, berproses, dan berusaha merealisasikan diri.

Fromm (Alwisol, 2009, hlm. 128) menyatakan bahwa “masyarakat kapitalis dan komunis membuat orang menjadi robot dengan menjadikan mereka sebagai budak pemakan gaji dan mengisolasi mereka dari hasil dan makna pekerjaannya”. Perubahan perilaku konsumsi yang dialami masyarakat atau individu karena adanya berbagai perubahan zaman memunculkan suatu fenomena *consumer oriented* yang menciptakan berbagai kebutuhan baru dan mendesak bagi setiap orang. Hal ini yang mengakibatkan terbentuknya pola perilaku konsumtif dalam setiap lapisan masyarakat dari anak-anak, remaja dan dewasa.

Perkembangan dunia yang pesat serta didukung oleh adanya globalisasi memunculkan salah satu gaya hidup yang baru, yaitu gaya hidup modern. Tumbuhnya gaya hidup modern dapat mengubah daya beli masyarakat, masyarakat yang tadinya hanya menitikberatkan daya beli pada kebutuhan pokok atau sandang pangan kemudian bertambah dengan membeli berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan gaya hidup modern. Naisbit dan Aburdene (Poernomo & Setiadi, 2004, hlm.201) menyatakan bahwa “adanya era globalisasi dapat menumbuhkan gaya hidup global”. Hal ini dapat terlihat dengan banyaknya

restoran yang menyediakan menu khas berbagai macam negara dengan harga yang cukup mahal, gaya berpakaian yang mengikuti perkembangan mode dengan merujuk pada perancang kelas dunia, berbagai kosmetik bermerk, perkembangan *gadget* yang semakin canggih, aksesoris atau perhiasan, dan lain sebagainya.

Chaney (Novita, 2008, hlm.16) menjelaskan bahwa “masyarakat konsumen tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan”. Perubahan daya beli masyarakat yang mengikuti gaya hidup modern, membuat masyarakat melakukan tindakan konsumsi yang berlebihan. Alasan dalam membeli suatu produk atau jasa tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, namun lebih sering untuk memenuhi tuntutan gaya hidup modern yang cenderung menjunjung tinggi gaya hidup yang mewah dan berlebih-lebihan. Keadaan tersebut akan membuat masyarakat memiliki pola perilaku konsumtif, baik disadari maupun tidak. Lina dan Rosyid (1997, hlm.7) mengungkapkan bahwa “perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kehidupan mewah yang cenderung berlebihan, penggunaan pada segala sesuatu yang dianggap mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik semata”.

Perkembangan globalisasi tidak pernah terlepas dari perkembangan teknologi, produsen menggunakan berbagai media untuk menyebarluaskan produk dagangannya. Produsen pun berlomba-lomba untuk menciptakan iklan dan produk yang menarik sehingga mampu menarik minat konsumen. Dalam upaya meningkatkan omset penjualan, produsen kemudian menjadikan remaja sebagai target utama pemasaran karena berbagai karakteristik remaja yang dianggap lebih potensial bagi produsen. Remaja cenderung mudah untuk dirayu dan sering berpikir tidak rasional dalam melakukan berbagai hal, salah satunya melakukan tindakan konsumsi.

Hurlock (1999, hlm.208) menyatakan bahwa “salah satu ciri masa remaja adalah masa yang tidak realistik”. Pada masa ini umumnya remaja memandang kehidupan sesuai dengan sudut pandangnya sendiri, walaupun terkadang pandangannya itu belum tentu sesuai dengan pandangan oranglain. Tambunan (2001, hlm.1) menjelaskan bahwa “bagi produsen kelompok usia remaja adalah

salah satu pasar yang sangat potensial, remaja menjadi pasar penting bukan hanya karena dilihat dari segi keuntungan, tapi juga disebabkan oleh pola konsumsi yang terbentuk pada masa remaja”.

Disamping itu, remaja pada umumnya mudah dirayu, sangat ingin mencoba hal baru, suka mengikuti *trend*, sangat mudah dipengaruhi teman sebaya, kurang realistis, dan cenderung boros. Karakter remaja tersebut sering dimanfaatkan oleh berbagai produsen untuk menjadikan remaja sebagai konsumen utama penjualannya. Mangkunegara (2012, hlm.59) menyebutkan bahwa ciri perilaku konsumen remaja adalah :

(1) remaja amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, (2) remaja mudah terbujuk rayuan iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus, (3) tidak berpikir hemat, dan (4) kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk (impulsif). Berbagai karakteristik tersebut membuat remaja sangat mudah terjebak dalam perilaku konsumsi yang kurang efisien.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi remaja tidak hanya dilandasi oleh kebutuhan, melainkan karena adanya pengaruh arus mode, keinginan untuk mencoba berbagai produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan meningkatkan harga diri remaja. Menurut Hurlock (1980, hlm. 208) “masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa”. Upaya yang dilakukan oleh remaja untuk dapat berintegrasi dengan masyarakat dewasa adalah dengan memiliki identitas diri yang berbeda dengan orang lain di sekitarnya.

Hurlock (1980, hlm.209) kemudian menjelaskan bagaimana seorang remaja berupaya untuk mencari identitas dirinya :

Salah satu cara untuk mencoba mengangkat diri sendiri sebagai remaja adalah dengan menggunakan simbol status dalam bentuk mobil, pakaian, dan kepemilikan barang-barang lain yang mudah terlihat. Dengan cara ini, remaja menarik perhatian pada diri sendiri dan agar dipandang sebagai individu, sementara pada saat yang sama ia mempertahankan identitas dirinya terhadap kelompok sebaya.

Berdasarkan penjelasan mengenai salah satu karakter remaja yang sedang mencari identitas, hal tersebut berdampak terhadap kehidupan remaja yang berusaha menemukan identitas diri yang unik dan berbeda dengan orang lain

dengan menunjukkan berbagai simbol status. Simbol status yang digunakan remaja untuk memperoleh dukungan sosial diantaranya adalah dengan kepemilikan benda unik, mahal, mewah dan langka. Dengan kepemilikan benda seperti itu, sebagian besar remaja akan merasa lebih percaya diri di lingkungannya. Pemenuhan kebutuhan dukungan sosial mengakibatkan beberapa remaja melakukan tindakan konsumsi yang berlebihan.

Loudon dan Bitta (1993, hlm.149) berpendapat bahwa “remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif karena remaja suka mencoba hal-hal yang baru, tidak realistik, dan cenderung boros”. Perilaku konsumtif pada remaja sering terjadi pada rentang usia 12-18 tahun, hal ini dapat terjadi karena usia remaja merupakan masa peralihan dan pencarian identitas..

Zebua dan Nurdjayadi (2014, hlm. 114) berdasarkan pendekatan psikologi konsumen menyatakan bahwa “remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistik dan impulsif”. Remaja putri lebih sering membeli produk *fashion* seperti baju, tas, aksesoris, sandal, sepatu dan sebagainya. Hal ini dilakukan agar remaja tidak ketinggalan zaman, dianggap kurang mengikuti pergaulan, dan tidak kuno, menjaga gengsi diantara teman sebaya serta meningkatkan kepercayaan diri. Keadaan ini kerap kali menjerat remaja putri untuk berperilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari yang mungkin disadari atau tidak.

Sumartono (2002, hlm.110) menyatakan bahwa “secara kasat mata beberapa remaja yang larut dalam pembiusan keadaan hanya sekedar ingin memperoleh legitimasi modern”. Hal itu yang membuat remaja lebih cenderung membeli produk yang diinginkan daripada yang dibutuhkan. Perilaku konsumtif yang dimiliki siswa akan berdampak buruk bagi perkembangan remaja. Remaja yang sejak dini berperilaku konsumtif akan selalu berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan konsumtifnya dengan berbagai cara yang mungkin saja membuat remaja melakukan tindakan negatif yang melanggar norma dan hukum yang berlaku.

Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena yang marak terjadi, terutama bagi siswa yang tinggal di kota besar dengan banyaknya lokasi belanja atau *mall* besar yang menjual segala kebutuhan beserta aneka hiburan lainnya. Perilaku konsumtif akan sangat berbahaya bagi pribadi remaja di masa kini dan masa yang akan datang serta sangat berbahaya bagi lingkungan sosial di sekitarnya.

Perilaku konsumtif yang tidak didukung oleh ketersediaan dana yang mencukupi, dalam hal ini pendapatan yang diperoleh orangtua, akan berdampak negatif bagi remaja. Dikhawatirkan remaja yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif dan kebutuhannya tidak terpenuhi akan melakukan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk menggunakan cara-cara yang negatif. Misalnya dengan cara meminta paksa, berbohong pada orangtua atau temannya, menipu, mencuri, dan bagi remaja putri tidak sedikit yang rela menjual dirinya demi materi yang diinginkan.

Penelitian Nuraisyah (2007) dilakukan kepada 100 siswa di beberapa sekolah menengah atas di Kota Bandung, hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran siswa SMA dari uang saku yang diperoleh selama satu bulan yaitu 61,61% digunakan untuk jajan (misalnya makanan dan minuman), 21,26% digunakan siswa untuk keperluan lain yang bersifat memenuhi kesenangan (misalnya pulsa, jalan-jalan, menonton, pakaian, atau barang baru lainnya), 16,23% digunakan untuk memenuhi kebutuhan belajar (ongkos transportasi, buku-buku pelajaran, fotokopi tugas, alat tulis, dsb) sedangkan sisanya 0,88% digunakan siswa untuk menabung. Selain itu, penelitian tersebut menemukan bahwa siswa SMA di Kota Bandung memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif dalam menggunakan uang saku yang yang diperolehnya dari orang tua. Hal ini dapat diketahui atas pengakuan mereka yang sering makan di restoran *fast food* (KFC, Mcd, Popeyes, A&W, dsb) dengan data 1-3 kali selama satu bulan sebanyak 53,4%, jalan-jalan dan belanja di *mall* (BIP, BSM, IP, dsb) sebanyak 47,9%. Siswa yang menyatakan “sering” jalan-jalan dan belanja di *mall* lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan siswa yang menyatakan “kadang-kadang”. Selain itu, jenis *handphone* yang digunakan oleh siswa yang terlibat dalam

penelitian mayoritas 67% berkamera canggih. Padahal, siswa tersebut tidak mampu menggunakan secara maksimal kapasitas *handphone* yang dimilikinya. Oleh karena itu, perilaku siswa tersebut termasuk kedalam perilaku konsumtif karena tindakan konsumsi (yang dilakukan tidak sesuai dengan kebutuhan dasarnya dan dana yang digunakan masih mengandalkan pemberian dari orangtua.

Penelitian Arimbi (2013) dilakukan terhadap responden sebanyak 272 siswa kelas XI di SMA Negeri 6 Bandung Tahun Pelajaran 2012-2013. Hasil penelitian menunjukkan siswa yang memiliki intensitas berperilaku konsumtif tidak pernah sebanyak 67 siswa, 176 siswa kadang-kadang berperilaku konsumtif dan 29 siswa sering berperilaku konsumtif. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan siswa kelas XI SMA Negeri 6 Bandung Tahun Pelajaran 2012-2013 mengalami perilaku konsumtif pada kategori kadang-kadang dengan dominasi paling banyak, artinya siswa kelas XI SMA Negeri 6 Bandung Tahun Pelajaran 2012-2013 memiliki perilaku konsumtif namun intensitasnya kadang-kadang. Hal ini menunjukkan siswa kadang-kadang membeli produk secara berlebihan, membeli tanpa memperhatikan kebutuhan, dan membeli hanya untuk menunjukkan kelas sosial. Hasil pengolahan menunjukkan bahwa siswa paling banyak membeli produk atau jasa pada aspek membeli untuk menunjukkan harga diri atau *prestise* dihadapan oranglain dengan skor rata-rata 2.6 dan ada pada kategori sedang.

Hasil studi lapangan yang dilaksanakan di SMA Negeri 2 Bandung dengan teknik wawancara terhadap guru BK, guru mata pelajaran dan beberapa siswa kelas X, XI, dan XII, mengungkapkan bahwa sebagian besar siswa memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif. Hal tersebut dapat terlihat gaya hidup yang dimiliki oleh siswa, misalnya penggunaan *gadget* canggih yang sebagian besar hanya digunakan untuk media sosial, penggunaan mobil sebagai kendaraan untuk sekolah padahal jarak dari rumah tidak terlalu jauh, besarnya uang jajan yang diberikan orangtua, serta penggunaan barang bermerk seperti tas atau sepatu yang digunakan oleh siswa.

Keadaan remaja yang telah dipaparkan dalam penelitian ini jelas tidak dapat dibiarkan begitu saja. Remaja hendaknya membiasakan diri untuk dapat

hidup hemat dan menerapkan perilaku ekonomis serta mampu menyelesaikan tugas perkembangannya secara optimal. Oleh karena itu, dalam mencapai tugas perkembangan remaja, remaja membutuhkan layanan bimbingan dan konseling yang sesuai agar remaja mampu berkembang secara optimal serta tidak mengalami penyimpangan dalam proses perkembangan dan terhindar dari perilaku konsumtif yang akan merugikan remaja di masa kini dan di masa yang akan datang.

Bimbingan dapat diberikan melalui layanan bimbingan dan konseling yang disediakan oleh institusi pendidikan atau sekolah. Hal tersebut dikarenakan bimbingan dan konseling merupakan bagian integral dalam proses pendidikan yang memiliki peranan penting dalam upaya pencegahan dan upaya penyelesaian berbagai permasalahan yang dihadapi oleh siswa sehingga siswa mampu mencapai perkembangan yang optimal serta memiliki berbagai kompetensi yang sangat berguna bagi kehidupannya. Salah satu kompetensi yang harus dimiliki oleh remaja adalah kemandirian perilaku ekonomis.

Menurut Yusuf (2009, hlm.71) “bimbingan dan konseling bertujuan untuk membantu siswa agar memiliki kemampuan untuk mengembangkan potensi dirinya, atau menginternalisasi nilai-nilai yang terkandung dalam tugas-tugas perkembangan yang harus dikuasainya”. Adapun kemampuan untuk menginternalisasi nilai itu meliputi tiga tahapan, yaitu: pengenalan, akomodasi, dan keterampilan atau tindakan. Kompetensi kemandirian perilaku ekonomis, yang harus dimiliki oleh siswa SMA adalah (1) Pengenalan. Siswa mempelajari strategi dan peluang untuk berperilaku hemat, ulet, sungguh-sungguh, dan kompetitif dalam keragaman kehidupan (2) Akomodasi. Siswa menerima nilai-nilai hidup hemat, ulet, sungguh-sungguh, dan kompetitif sebagai aset untuk mencapai hidup mandiri (3) Tindakan. Siswa mampu menampilkan hidup hemat, ulet, sungguh-sungguh, dan kompetitif atas dasar kesadaran sendiri.

Bidang layanan bimbingan dan konseling yang tepat guna mereduksi perilaku konsumtif adalah bimbingan dan konseling pribadi sosial, karena salah satu kompetensi yang dikembangkan adalah kemampuan siswa untuk melakukan pilihan secara sehat, atau pengambilan keputusan secara mandiri sesuai dengan

nilai-nilai agama, sistem etika, atau nilai-nilai budaya. Oleh karena itu, diharapkan bimbingan dan konseling pribadi sosial dapat diberikan guna mereduksi perilaku konsumtif remaja, karena apabila dibiarkan begitu saja perilaku konsumtif tidak hanya merugikan dirinya sendiri namun akan berdampak juga terhadap lingkungan sekitarnya.

Bimbingan dan konseling diharapkan dapat membantu siswa agar terhindar dari perilaku konsumtif. Layanan bimbingan pribadi sosial diberikan guna mencegah berbagai perilaku konsumtif yang mungkin akan dimiliki oleh siswa, sedangkan layanan konseling diberikan untuk mengatasi perilaku konsumtif yang telah muncul pada diri siswa. Dengan demikian, diharapkan layanan bimbingan dan konseling pribadi sosial yang dirancang mampu menghindarkan siswa dari kegelisahan ketika tidak memperoleh produk yang diinginkan, perilaku boros, dan berbagai tindakan kriminal yang mungkin dapat dilakukan oleh siswa yang tidak mampu memenuhi kebutuhan perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti membuat rancangan hipotetik program layanan bimbingan dan konseling pribadi sosial untuk mereduksi perilaku konsumtif siswa. Adapun judul penelitian ini adalah “Program Bimbingan dan Konseling Pribadi Sosial untuk Mereduksi Perilaku Konsumtif Siswa (Penelitian Deskriptif Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X di SMA Negeri 2 Bandung Tahun Pelajaran 2014-2015).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana gambaran umum perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 2 Bandung tahun Pelajaran 2014-2015?
- 2) Bagaimana rumusan program bimbingan dan konseling untuk mereduksi perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 2 Bandung tahun Pelajaran 2014-2015 dengan mengembangkan kemampuan siswa dalam membuat skala prioritas ketika berbelanja,

mengembangkan pengambilan keputusan yang cermat dan efektif saat melakukan tindakan konsumsi dan meningkatkan kesadaran siswa untuk dapat hidup sederhana dan hemat?

1.3. Tujuan

Tujuan penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, diantaranya adalah :

- 1) Memperoleh gambaran umum perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 2 Bandung Tahun Pelajaran 2014-2015.
- 2) Membuat rumusan program bimbingan dan konseling untuk mereduksi perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 2 Bandung Tahun Pelajaran 2014-2015 dengan mengembangkan kemampuan siswa dalam membuat skala prioritas ketika berbelanja, mengembangkan pengambilan keputusan yang cermat dan efektif saat melakukan tindakan konsumsi dan meningkatkan kesadaran siswa untuk dapat hidup sederhana dan hemat.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis, yang diuraikan sebagai berikut.

1.4.1. Manfaat teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan Ilmu Bimbingan dan Konseling, khususnya dalam upaya mereduksi perilaku konsumtif siswa kelas X SMA Negeri 2 Bandung Tahun Ajaran 2014-2015.

1.4.2. Manfaat praktis

Secara praktis, manfaat dari hasil penelitian bagi konselor adalah sebagai bahan masukan terhadap penyusunan program hipotetik bimbingan dan konseling, serta dapat menjadi masukan dalam pemberian layanan bimbingan untuk mereduksi perilaku konsumtif siswa.

1.5. Struktur Organisasi Skripsi

Skripsi ini ditulis dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

- 1) Bab I memaparkan pendahuluan yang terdiri atas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- 2) Bab II berisi kajian pustaka yang memberikan konteks yang jelas terhadap topik atau permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Kajian pustaka berisi konsep dan teori topik yang dikaji dan penelitian terdahulu yang relevan dengan bidang atau topik yang diteliti.
- 3) Bab III memaparkan metode penelitian yang bersifat prosedural, yakni menguraikan desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, prosedur penelitian dan analisis data.
- 4) Bab IV menyajikan hasil penelitian dan pembahasan.
- 5) Bab V merupakan penutup, yang terdiri dari kesimpulan penelitian dan rekomendasi dari hasil penelitian.
- 6) Daftar Pustaka berisi daftar sumber rujukan tertulis yang dikutip dalam skripsi.
- 7) Lampiran-lampiran, menguraikan berbagai dokumen yang digunakan dalam penelitian dan penulisan skripsi.