

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tidak bisa dipungkiri bahwa perubahan dunia sekitar baik yang bersifat konstruktif maupun destruktif, telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan kehidupan manusia. Setiap terjadi perubahan lingkungan, manusia harus beradaptasi dengan lingkungannya yang baru sebagai konsekuensi interaksi manusia dengan dunia sekitarnya agar manusia tersebut bisa menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang dihadapinya. Di era globalisasi seperti sekarang ini, arus informasi sangat pesat dan sangat mudah diakses bahkan dengan hitungan detik. Disisi lain, penggunaan teknologi yang canggih di segala bidang juga berdampak kepada semakin mudahnya berbagai kegiatan. Sebenarnya, modernisasi ini bertujuan untuk mengejar ketinggalan Indonesia dari Negara lain, namun di era globalisasi yang penuh dengan persaingan akan membawa dampak bagi bangsa Indonesia baik secara langsung maupun tidak langsung. Globalisasi dan modernisasi tidak hanya membawa dampak yang positif, tetapi juga berdampak negatif yang dirasakan dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

“Globalisasi yang semakin kuat memberikan dampak terjadinya perubahan yang mempengaruhi individu, khususnya kaum muda” (Syafaati, 2008). Misalnya kehidupan dalam sosial masyarakat, antara lain menyangkut perubahan nilai, moral, dan etika gaya hidup. Tidak hanya globalisasi dan modernisasi yang berkembang dalam bidang teknologi, globalisasi dan modernisasi yang didukung dengan perkembangan pembangunan pusat perbelanjaan yang ada di Indonesia ini sudah dapat dikatakan mengalami peningkatan. Arus perkembangan informasi dan teknologi yang membuat sebagian besar masyarakat Indonesia sangat terbuka dengan perubahan. Berbagai macam *trend*, pakaian, musik, kuliner dan *gadget* bermunculan di Negara kita dan sebagian masyarakat kita merupakan konsumen. Selain itu, arus perkembangan dalam bidang pembangunan di Indonesia khususnya di kota besar telah mengalami perubahan yang cukup signifikan. Hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai fasilitas pendukung di berbagai sektor kehidupan masyarakat. Seperti halnya di kota-kota besar zaman sekarang ini, kita

akan sangat mudah menemukan pusat perbelanjaan seperti Mall, supermarket, kafe dan lain sebagainya. Selain pusat perbelanjaan, kita juga sering menjumpai tempat hiburan atau wisata seperti tempat wisata kuliner, wisata alam hingga tempat hiburan seperti *club* malam. Tempat-tempat tersebut sudah menjadi pilihan masyarakat untuk mengisi waktu luang yang mereka miliki terutama bagi kawula muda seperti mahasiswa.

Seperti yang kita ketahui, di kota-kota besar di Indonesia khususnya di Kota Bandung terdapat banyak universitas Negeri maupun swasta. UPI (Universitas Pendidikan Indonesia) merupakan salah satu universitas Negeri yang berlokasi di kota Bandung yang mahasiswanya berasal dari berbagai daerah yang berbeda di Indonesia maupun luar Indonesia yang di dalamnya terdapat mahasiswa yang notabene berasal dari berbagai daerah yang berbeda dengan kebiasaan dan gaya hidup yang berbeda pula. Ketika mereka berada di lingkungan baru maka secara otomatis mereka akan mencari teman dan biasanya akan membentuk grup atau kelompok sesuai dengan kecocokan yang dimiliki antara satu dengan lainnya salah satunya adalah gaya hidup. Seperti yang dikatakan oleh Zulkarnain (2013, hlm. 17)

Pada diri manusia terdapat dorongan untuk bergabung dengan orang lain dalam rangka menemukan atau menampilkan eksistensi dirinya. Adapun pilihan pertama ialah pada mereka yang secara geografis dekat dengan individu tersebut. Misalnya, jika seseorang berada di tempat yang baru atau asing baginya, maka dalam kesendirian orang tersebut akan berupaya mengenal orang yang berada di sekitarnya.

Gaya hidup mahasiswa yang tinggal di kota besar seperti kota Bandung akan cenderung lebih modern dibandingkan dengan mahasiswa yang tinggal di kota kecil. Kehidupan di kota-kota besar dengan limpahan sarana informasi dan hiburan menuntut setiap orang lebih selektif dan memiliki filter yang baik dalam menerima segala hal yang datang dari luar, akan tetapi berbeda dengan kaum muda. Kaum muda, dimana masa pembentukan citra diri mulai terjadi, maka mereka akan rentan terhadap masuknya nilai-nilai baru. Kemajuan teknologi *gadget* yang melahirkan banyak jejaring sosial masa kini, seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *path*, dan lain-lain yang banyak diminati oleh kalangan kaum muda khususnya mahasiswa, menjadi salah satu media informasi yang dijadikan sumber bagi mahasiswa untuk mengetahui hal-hal terbaru seperti *fashion*, gaya

hidup, hingga tempat *hang out* seperti kafe-kafe mewah sehingga banyak mahasiswa yang tertarik untuk meniru dan mengunjungi tempat-tempat yang mereka anggap menjadi *trend* agar dianggap tidak ketinggalan zaman.

Foster (dalam Mufidah, 2006) mengungkapkan bahwa “Makanan memiliki makna simbolik (konsep makanan bersifat sosial), maksudnya di dalam makanan tersebut terdapat simbol-simbol, sebab pada dasarnya orang makan itu tidak hanya sekedar menyenangkan perut saja tetapi juga untuk menjaga gengsi orang tersebut di mata lingkungan sekitarnya karena makanan yang dimakan merupakan gambaran dari identitas diri yang memakannya”. Meskipun warung makan dan restoran biasa masih menjadi pilihan utama mahasiswa, akan tetapi tidak jarang mahasiswa yang berkunjung ke kafe-kafe mewah bukan hanya untuk menikmati makanan dan minuman yang tersedia melainkan hanya untuk nongkrong, bersantai dengan kelompoknya, serta untuk berfoto-foto. Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) akan lebih mudah mengakses tempat-tempat hiburan untuk bersantai seperti kafe-kafe mewah, Mall, tempat rekreasi alam atau wisata alam, dan lain-lain karena rata-rata mereka tinggal dekat dengan pusat kota Bandung yang akan dengan mudah kita temukan tempat-tempat hiburan seperti yang telah disebutkan. Hal tersebut apabila sering dilakukan, maka lama kelamaan akan menjadi gaya hidup hedonis karena melakukan hal tersebut bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan untuk kesenangan semata. Sebagaimana yang dikatakan oleh Senduk (2016) “Modernisasi telah membuat nilai-nilai modern masuk ke dalam seluruh masyarakat di seluruh dunia. Nilai-nilai modern ini membawa suatu gaya hidup hedonis yang memicu masyarakat untuk bergaya hidup modern dan oleh masyarakat dijadikan acuan sebagai gaya hidup masyarakat modern”. Hal ini juga diperkuat dengan jurnal *academia* yang ditulis oleh Elly Herlyana (2012) yang berjudul “Fenomena *Coffee Shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda” dengan hasil kajiannya berdasarkan teori yaitu “Karakteristik remaja yang cenderung berlaku impulsif, senang menjadi pusat perhatian, cenderung ikut-ikutan, dan peka terhadap inovasi-inovasi baru menjadi pendukung kecenderungan gaya hidup hedonis. Gejala *Coffe Shop* sebagai gaya hidup baru di kalangan remaja disebabkan banyak faktor baik psikologis maupun sosial, seperti teman dekat, kesepian, pengaruh sosial seperti konformitas, dan

simbol status untuk mendapatkan pengakuan”. Adapun persamaan topik pada jurnal ini adalah sama-sama membahas tentang gaya hidup hedonis yang dilakukan oleh kawula muda dan konformitas dari kelompok bermain, sedangkan perbedaannya adalah dalam masalah ini peneliti mengaitkan perilaku hedonis dengan kemungkinan berhutang pada mahasiswa yang berperilaku hedonis.

Masmuadi dan Rahmawati (2007) mengatakan “Ada beberapa faktor yang memengaruhi gaya hidup hedonis, diantaranya yaitu sosial budaya, dalam hal ini adalah lingkungan sosial, lebih khususnya lagi yaitu dalam relasi pertemanan”. Kelompok sosial membuat hidup menjadi lebih bermakna dan lebih memiliki tujuan. Kelompok sosial memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan, perasaan, dan perilaku seseorang. Karena itu, tidak mengherankan jika setiap tindakan seseorang akan selalu dipengaruhi oleh kelompok sosialnya. Salah satu kelompok sosial yang memiliki pengaruh besar dalam diri individu adalah kelompok teman sebaya. Theodorson & Theodorson dalam *A Modern Dictionary of Sociology* (dalam Ahmadi, 2007, hlm. 191-192) mengemukakan bahwa kelompok teman sebaya ialah “Kelompok primer yang memiliki hubungan dekat yang intim, dapat berupa kelompok anak-anak, kelompok remaja maupun kelompok dewasa yang terdiri dari anggota-anggota yang memiliki persamaan status”. Begitupun dengan mahasiswa, ketika mereka berada dalam kelompok bermainnya maka mereka akan beradaptasi dengan lingkungan kelompoknya.

Cara yang paling mudah untuk beradaptasi agar tetap diterima dalam kelompok yaitu dengan cara melakukan tindakan yang sesuai dengan anggota kelompok lainnya. Sehingga, konformitas terhadap kelompok teman sebaya dapat terjadi dalam banyak aspek, salah satunya adalah dalam hal gaya hidup yang meliputi pilihan pakaian, musik, bahasa, nilai, aktifitas saat waktu luang dan lain sebagainya. Sebagaimana yang di kemukakan oleh Camarena (dalam Santrock, 2002, hlm. 44) mengemukakan bahwa

Konformitas dengan tekanan teman-teman sebaya pada masa remaja dapat bersifat positif maupun negatif. Sementara itu, konformitas terhadap teman sebaya dalam hal gaya hidup didorong oleh keyakinan bahwa ia akan memperoleh dukungan yang besar dari kelompok teman sebayanya jika ia mengikuti nilai-nilai dan aturan yang dikembangkan oleh kelompok teman sebayanya tersebut. Selain itu, konformitas terhadap teman sebaya merupakan cara agar ia lebih dilihat oleh anggota yang lain.

Menurut Sina (2012, dalam Kanserina, hlm. 3) “Literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas, menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup”. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi. Mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi serta kontrol diri yang tinggi maka akan bijak dalam mengatur keuangannya, mereka akan menggunakan uang yang dimiliki sebaik mungkin. Lain halnya dengan mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi dan kontrol diri yang rendah, mereka akan cenderung boros dalam menggunakan uang yang mereka miliki. Sebagaimana dengan hasil jurnal *academia* yang ditulis oleh Dian Kanserina (2015) yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015” mengemukakan bahwa

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha 2015. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan literasi ekonomi mahasiswa maka tingkat perilaku konsumtif akan semakin menurun. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015. Hal ini berarti semakin mewah dan hedonisme gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtif.

Menurut observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung, 9 dari 15 mahasiswa mempunyai gaya hidup hedonis dan 6 orang diantaranya memiliki pengaruh konformitas yang tinggi dari kelompok bermainnya untuk berperilaku hedonis. Hal tersebut menunjukkan bahwa literasi ekonomi yang dimiliki oleh mahasiswa yang tinggal di Bandung tergolong rendah sehingga mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dan berujung pada perilaku hedonis. Perilaku hedonis tersebut bisa dilihat dari pilihan tempat hang out bersama kelompok, tingkat keseringan berbelanja, dan pilihan tempat berbelanja. Padahal seharusnya mahasiswa memiliki literasi ekonomi yang tinggi karena selain belum berpenghasilan, mereka merupakan seseorang yang berpendidikan tinggi dan mengetahui bahwasannya gaya hidup hedonis bukanlah hal yang baik. Sebagian besar dari mahasiswa yang di wawancara mengaku sering menghabiskan waktu

santai dengan kelompok bermainnya di kafe-kafe dan mall, sedangkan pilihan tempat untuk berbelanja mahasiswa lebih memilih untuk belanja di *online shop* dan mall daripada di toko-toko yang berada di pasar tradisional. Bagi semua orang *shopping* merupakan kegiatan yang menyenangkan. Menurut Miller (1998) “Terdapat dua jenis kategori dalam berbelanja, kategori pertama adalah *provisioning shopping* yang berarti berbelanja atau kegiatan ekonomi sehari-hari yang termotivasi oleh kebutuhan secara konseptual yang terkait dengan barang bekas dan terkait dengan model yang umum fungsinya, sedangkan kategori kedua adalah *hedonic shopping* yang erat kaitannya dengan kepuasan seseorang dalam berbelanja”. Dalam setiap diri manusia tentu memiliki sifat hedonis, sifat hedonis ini muncul ketika seseorang berada di pusat perbelanjaan. Begitupula dengan mahasiswa yang senang berbelanja di pusat perbelanjaan yang lengkap seperti mall, maka mahasiswa akan mengalami *hedonic shopping* yaitu dimana kegiatan berbelanja dilakukan untuk kesenangan, menghilangkan stress dan kepuasan fantasi. Ketika mahasiswa memiliki sifat hedonis tersebut, maka mahasiswa tidak lagi memikirkan adak tidaknya manfaat dari barang yang mereka beli.

Menurut Arnold dan Reynold (2003, dalam Darma & Japarianto, hlm. 2) mengemukakan bahwa “Salah satu motivasi hedonis adalah adanya kategori *social shopping* yaitu motivasi pembelian mengarah pada suasana kebersamaan konsumen, sahabat atau pengunjung lain”. Hal ini membuktikan bahwa memungkinkan bagi mahasiswa melakukan *social shopping* untuk memenuhi kepuasan batin mereka. Dalam jurnal *academia* yang ditulis oleh Kosyu, dkk (2014) yang berjudul “Pengaruh Hedonic Shopping *Motives* terhadap *Shopping Lifestyle* dan *Impulse buying* (Survei Pada Pelanggan *Outlet Stradivarius* di Galaxy Mall Surabaya)” mengemukakan hasil penelitiannya yaitu

Hedonic Shopping Motives memiliki pengaruh signifikan terhadap *impulse buying* Hasil pengaruh tidak langsung variabel *hedonic shopping motives* terhadap variabel *impulse buying* melalui variabel *shopping lifestyle* mendapatkan nilai koefisien 0,125 dan bertanda positif signifikan menyatakan bahwa bentuk pengaruh *hedonic shopping motives* (X) terhadap *impulse buying* (Y2) melalui *shopping lifestyle* (Y1) adalah berbanding lurus dan signifikan yang berarti bahwa peningkatan *hedonic shopping motives* (X) tentu akan meningkatkan *impulse buying* (Y2) secara signifikan seiring dengan *shopping lifestyle* (Y1) yang juga meningkat. Variabel lain diluar penelitian yang dapat mempengaruhi *impulse buying* sangatlah banyak. Seperti faktor lingkungan dan faktor

psikologis yang dapat memberikan pengaruh bagi timbulnya *impulse buying* tersebut”. Dengan lengkapnya toko-toko yang berada di Mall, tentunya citra merek juga berpengaruh pada keputusan pembelian.

Menurut Sutisna (dalam Indrawati, 2015, hlm. 306) “citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek, konsumen dengan citra yang positif terhadap suatu merek, lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian”. Jadi hal tersebut memungkinkan bagi mahasiswa membeli suatu barang dengan hanya melihat mereknya saja tanpa memperhatikan kualitas dan harga, sehingga hal tersebut mengarah kepada perilaku hedonis.

Gaya hidup hedonis banyak diminati oleh mahasiswa karena pada dasarnya gaya hidup tersebut menawarkan banyak kesenangan dan kemewahan materi. Konsekuensi yang diterima oleh mahasiswa dengan gaya hidup hedonis adalah mereka dituntut untuk memiliki finansial yang lebih. Dengan gaya hidup yang mewah kebutuhan mahasiswa akan barang dan jasa pun menjadi mewah. Mahasiswa tidak memikirkan lagi skala prioritas untuk memenuhi kebutuhannya. Apabila finansialnya tidak mencukupi kebutuhannya akan gaya hidupnya dan tuntutan sosialnya tidak menutup kemungkinan mahasiswa yang mempunyai gaya hidup hedonis akan melakukan perilaku *dissaving* atau berhutang untuk dapat memperkuat finansialnya dan tetap setara dengan kelompoknya, mereka memperkuat perilaku *dissaving* tersebut dan mereka mendapatkan kepuasan dalam berhutang. Hal tersebut dapat mengakibatkan mereka mengulanginya terus menerus sehingga intensitas berhutangnya ikut meningkat juga. Berhutang sebenarnya merupakan perbuatan yang bisa merugikan ketika pihak yang berhutang tidak bisa membayarnya, apalagi mahasiswa yang notabene rata-rata masih meminta kepada orang tua. Berhutang juga merupakan perilaku yang dapat mengganggu kesehatan psikologis seseorang, menurut Bradley (dalam Renanita, 2013) “Seseorang dengan hutang yang tinggi mengalami kecemasan dan gugup serta sulit tidur jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki hutang yang rendah atau tidak memiliki hutang. Ternyata masalah kesehatan mental dialami oleh mereka yang memiliki hutang daripada yang tidak memiliki hutang”. Dari kutipan tersebut kita bisa menyimpulkan bahwa perilaku berhutang bisa menyebabkan hidup seseorang menjadi tidak tenang apalagi jika berhutang

dalam jumlah besar, begitupula dengan mahasiswa jika mereka mempunyai hutang apalagi dengan jumlah yang cukup besar, hal tersebut akan menggagu diri mereka sedangkan tugas utama mereka adalah belajar.

Observasi awal yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan, 9 dari 15 mahasiswa mempunyai gaya hidup hedonis dan 6 orang diantaranya memiliki pengaruh konformitas yang tinggi dari kelompok bermainnya untuk berperilaku hedonis. Sedangkan 8 dari 9 mahasiswa tersebut melakukan perbuatan berhutang ketika uang yang mereka miliki habis sedangkan kebutuhan pokok dan kebutuhan afiliasinya harus tetap terpenuhi. Dan 6 mahasiswa yang lain tidak bergaya hidup hedonis dan tidak melakukan perilaku berhutang. Hal ini bererti menunjukkan adanya kendala pada mahasiswa dengan gaya hidup hedonis dalam memenuhi kebutuhannya tersebut yang bisa menjurumuskan terhadap perilaku yang kurang baik yaitu berhutang. Berdasarkan apa yang telah dipaparkan di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul skripsi “HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN PERILAKU DISSAVING (BERHUTANG) MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA (UPI) BANDUNG”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti perlu merumuskan masalah untuk memperoleh sasaran yang tepat dengan tujuan penelitian. Adapun masalah penelitian ini adalah adakah hubungan anatara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku berhutang pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung?

Tanpa adanya pembatasan dalam masalah dalam penelitian, maka bisa menyebabkan ketidakpastian dalam mencapai tujuan penelitian, untuk itu peneliti merasa perlu untuk membatasi ruang lingkup masalah atau perumusan masalah yang seperti diuraikan berikut ini:

1.2.1 Adakah Hubungan antara tinggal di kota Bandung dengan perilaku gaya hidup hedonis mahasiswa?

1.2.2 Adakah hubungan antara kelompok teman sebaya dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung?

1.2.3 Adakah hubungan antara pemenuhan kebutuhan gaya hidup hedonis dengan perilaku *dissaving* atau berhutang pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan umum dirumuskan sebagai pedoman tentang apa yang harus dicapai dalam rumusan masalah tersebut. Adapun tujuan umum pada penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi tentang adakah hubungan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku berhutang pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung.

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut:

1.3.1 Untuk mengetahui dan mengkaji hubungan antara tinggal di kota Bandung dengan perilaku gaya hidup hedonis mahasiswa.

1.3.2 Untuk mengetahui dan mengkaji hubungan antara kelompok teman sebaya dengan pemenuhan kebutuhan secara bersama-sama dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung.

1.3.3 Untuk mengetahui dan mengkaji hubungan antara pemenuhan kebutuhan gaya hidup hedonis dengan perilaku *dissaving* atau berhutang pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung.

1.4 Manfaat penelitian

Secara umum manfaat penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Kedua manfaat penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat teoritis: penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan peneliti berikutnya yang ingin membahas mengenai hubungan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku *dissaving* atau berhutang pada mahasiswa di Bandung. Dapat memberikan kontribusi positif untuk menambah wawasan serta bermanfaat untuk perkembangan

ilmu pengetahuan dalam bidang sosiologi pada umumnya dan khususnya pengetahuan mengenai gaya hidup hedonis dan perilaku *dissaving* atau berhutang di kalangan mahasiswa.

- 1.4.2 Manfaat praktis: penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak yang berkaitan khususnya mahasiswa tentang gaya hidup hedonis yang mengakibatkan perilaku *dissaving* atau berhutang. Serta penelitian ini juga mengharapkan agar mahasiswa dengan gaya hidup hedonis bisa sadar dan mempertimbangkan kembali gaya hidupnya yang berlebihan serta beresiko menimbulkan perbuatan yang merugikan satu sama lain yaitu berhutang.