

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan berbelanja atau belanja sering kali kita lakukan, tetapi rata-rata sebagian besar yang sering melakukan adalah kaum wanita dari pada kaum pria. Kegiatan tersebut mempunyai suatu tujuan yang paling utama yaitu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tapi tidak hanya itu saja tujuannya bisa juga sebagai obat menghilangkan *stres* (refresing) dari kegiatan yang sering kita lakukan sehari-hari.

Sekarang kegiatan berbelanja menjadi fenomenal, karena bila kegiatan belanja sering dilakukan maka akan membentuk perilaku yang adiktif dan terobsesi untuk melakukan pembelian secara terus-menerus pada barang-barang yang sesungguhnya tidak perlu dibeli atau tidak diperlukan. Perilaku tersebut bisa disebut dengan perilaku *compulsive buying* yang bisa didefinisikan sebagai suatu kondisi yang kronis, dimana seseorang melakukan aktivitas pembelian dengan cara berulang kali karena akibat dari suasana hati yang tidak menyenangkan (Faber dan O'Guinn, 1989). Berbeda dengan istilah konsumerisme, dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia kontemporer (Salim, 1996), arti konsumerisme (*consumerism*) adalah cara melindungi publik dengan memberitahukan kepada mereka tentang barang-barang yang

berkualitas buruk, tidak aman dipakai dan sebagainya. Orang yang melakukan pembelian secara kompulsif disebut dengan *compulsive buyer* atau bisa juga dikenal dengan istilah *sophaholic*.

konsumtivisme adalah suatu kegiatan yang berkonsumsi dengan tidak lagi memilih atas dasar pilihan yang rasional berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih memperturutkan keinginan (Prehati, 2003). Berbeda dengan istilah konsumerisme. Dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia kontemporer (Peter Salim, 1996), yang mengartikan konsumerisme (consumerism) adalah cara untuk melindungi publik dengan memberitahukan kepada mereka tentang barang-barang yang berkualitas buruk, tidak aman dipakai dan sebagainya. Dalam konsumtivisme terjadi kerancuan mengenai apa yang benar-benar kita perlukan dan mana yang sekedar kebutuhan semu. ditambahkan pula, kita membeli barang itu bukan hanya karena nilai intrinsiknya tapi karena citra tertentu yang melekat pada produk tersebut. Misalnya, Sepatu merk Bata dan Sepatu merk Channel sama-sama sepatu. Tapi ketika kita membeli Channel kita tidak sekedar membeli sepatu saja, tetapi kita juga membeli brand, membeli gengsi, dan membeli status sosial. Hal-hal yang tidak kita peroleh dengan membeli sepatu merek Bata, meski keduanya adalah sepatu. Saat itulah konsumsi menjadi hobi atau gaya hidup, tapi biasanya hal tersebut dilakukan oleh orang-orang yang berada dikalangan menengah keatas.

Hal tersebut dipandang sangat wajar jika perempuan yang melakukannya, karena perempuan ingin terlihat cantik. Oleh karena itu

kaum wanita pada umumnya.

Menurut Soedjatmiko (2008) berpendapat bahwa belanja bisa menjadi tolok ukur jati diri hidup manusia. Sama halnya dengan pria metroseksual yang bisa digambarkan sebagai sosok yang normal atau straight, sensitif dan tedidik, hanya saja mereka lebih mengedepankan sisi feminin yang mereka miliki (Jones, 2003). Juga dapat dikatakan bahwa motivasi seseorang untuk berbelanja (bagi kaum wanita mau pun pria) tidak lagi guna memenuhi kebutuhan dasar yang mereka perlukan sebagai manusia, melainkan terkait dengan hal lain, yaitu identitas (Soedjatmiko, 2008).

Pesatnya perkembangan teknologi dan mudahnya mengakses informasi yang didapat telah membawa mereka (wanita ataupun pria) pada perilaku konsumtif. Hal tersebut mereka lakukan karena mereka sangat perihatin akan penampilan fisiknya. Oleh karena itu untuk menjaga kesehatan dan kebersihan dirinya, mereka rutin melakukan kebugaran tubuh dengan berolah raga dan perawatan di pusat-pusat perawatan tubuh. Perilaku tersebut menjadi masalah pada budaya gaya hidup dan perilaku konsumtif yang berlebihan (*compulsive buying*) pada diri mereka sendiri. Perilaku *compulsive buying* tersebut termasuk fenomena dan budaya yang berasal dari barat.

Oleh karena itu penelitian yang dilakukan mengambil objek dari mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, yang merupakan Universitas yang kebanyakan mahasiswanya dari orang yang berada, meneliti para mahasiswa yang ada disana memiliki gaya hidup yang konsumtif dan juga tentang perilaku *compulsive buying* mereka lakukan yang mengarah ke arah mana bila

suasana hati lagi *bad mood*, apakah mengarah ke hal-hal yang positif atau bahkan mengarah ke negatif.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Perilaku Konsumtif Tampak terhadap Compulsive Buying Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti membuat rumusan masalah yaitu sebagai berikut : apakah terdapat pengaruh perilaku konsumtif tampak terhadap *compulsive buying* di Universitas Kristen Maranatha?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari uraian identifikasi masalah di atas, maka maksud dan tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah: untuk meneliti pengaruh perilaku konsumtif tampak terhadap *compulsive buying* di Universitas Kristen Maranatha.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan penelitian yang sudah dibuat memberikan hasil yang sangat bermanfaat, sejalan dengan maksud dan tujuan penelitian yang diinginkan. Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama masih dibangku perkuliahan dengan dunia nyata (dunia kerja), serta untuk melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif tampak terhadap *compulsive buying* bagi setiap kalangan pria ataupun wanita.

2. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini memberikan sebuah informasi bagi pembaca yang berminat atau tertarik untuk memahami masalah perilaku konsumtif tampak terhadap *compulsive buying* dalam kehidupan sehari-hari.

3. Bagi konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi yang sangat berguna bagi konsumen, untuk mengurangi atau bahkan dapat menghilangkan perilaku *compulsive buying* yang ada di dalam diri sendiri dengan cara mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat menimbulkan perilaku negatif tersebut.