

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai bagian dari masyarakat dunia tentu tidak bisa lepas dari adanya globalisasi, yaitu suatu keadaan dimana ada keterkaitan dan ketergantungan antar bangsa dan antar manusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya dan bentuk-bentuk interaksi yang lain. Globalisasi membuat perluasan pasar bagi negara produsen dan meningkatkan kemakmuran suatu negara. Perkembangan industri yang pesat membuat penyediaan barang untuk masyarakat berlimpah. Dengan begitu masyarakat mudah sekali tertarik untuk mengonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada, apabila hal ini tidak dikontrol maka bukan tidak mungkin pola konsumtif akan menjadi budaya. Naisbit dan Aburdene mengatakan “era globalisasi memungkinkan tumbuhnya hidup global”.¹ Hal ini terlihat dengan banyaknya restoran dan toko yang menyediakan berbagai kebutuhan manusia yang sesuai dengan perkembangan saat ini. Kondisi ini dapat mengubah kebiasaan dan gaya hidup di masyarakat menuju ke kehidupan mewah yang cenderung terlalu berlebihan, yang pada akhirnya akan menyebabkan pola hidup cenderung lebih konsumtif.

¹ Poernomo SS, *Era Globalisasi, Tantangan atau Ancaman* (Jakarta, 2001)

Tabel I. 1
Nilai Pengeluaran Konsumsi Golongan Rumah Tangga
(miliar rupiah), tahun 2000, 2005, 2008

Golongan Rumah Tangga	Nilai Pengeluaran konsumsi		
	2000	2005	2008
Rumah tangga bukan angkatan kerja di desa	48538,6	87766,0	158015,3
Rumah tangga bukan angkatan kerja di kota	68413,4	115875,3	213768,1

Sumber : Diolah dari Hasil Sensus, Survei, dan Berbagai Sumber Lainnya, BPS

Berdasarkan tabel diatas, rumah tangga bukan angkatan kerja meliputi usia produktif yang secara sukarela tidak mencari kerja dan usia remaja yang masih belum memiliki pekerjaan dan penghasilan. David Chaney menjelaskan “masyarakat konsumen tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan”.² Budaya konsumerisme hadir di tengah masih banyaknya persentase masyarakat miskin yaitu 11,47% yang menandakan masih cuup besar adanya kesenjangan ekonomi yang terjadi di Indonesia.³ Ini menjadi lebih buruk ketika perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa saja, tetapi juga terjadi pada remaja.

Remaja merasa perlu menyesuaikan diri terhadap perkembangan globalisasi dan tanpa disadari untuk memenuhi kebutuhannya, para remaja tidak sungkan melakukan perilaku menyimpang guna memenuhi keinginannya. Usaha untuk mengikuti perkembangan dan perubahan dari lingkungan sosial ini adalah karena remaja ingin diterima oleh teman-temannya dan di lingkungan sosialnya.⁴

² Chaney. David, *Lifestyles (Sebuah Pengantar Komprehensif)* (Yogyakarta : JALA SUTTRA, 2001), h. 75.

³ Badan Pusat Statistik, September 2013

⁴ Tambunan, R.. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*, 2009 (Http : //www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm).

Keadaan tersebut menunjukkan perilaku membeli yang ditunjukkan remaja tidak lagi dilakukan karena suatu kebutuhan, melainkan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, bahkan demi harga diri remaja.

Hal ini sejalan dengan pendapat Sarwono yang menjelaskan :

“Perilaku konsumtif biasanya lebih dipengaruhi oleh faktor emosi dari pada rasio, karena pertimbangan-pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk lebih menitikberatkan pada status sosial, mode dan kemudahan dari pada pertimbangan ekonomis”.⁵

Berbeda dengan pandangan sebelumnya, Lubis yang mengatakan “perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi”.⁶

Tuntutan zaman yang semakin maju membuat gaya hidup konsumtif semakin besaruntutannya, orang tidak akan puas dengan barang yang dibeli dalam penggunaan jangka waktu yang lama. Inilah yang menyebabkan pola konsumsi beralih ke arah tindakan menyimpang.⁷

Perilaku konsumtif tersebut tidak lepas dari proses pengiklanan yang setiap hari mereka lihat di tv, jalan, pusat perbelanjaan dan lain tempat. Banyak merk/ nama produk tertentu membuat mereka ingin membeli barang tersebut. Penelitian mengenai perkembangan iklan di negara maju memperlihatkan bahwa paling tidak remaja melihat iklan sebanyak 530 (lima ratus) kali tiap harinya.⁸

⁵ Sarwono. S.W, *Psikologi Sosial : Individu dan Teori-teori Psikologi Sosial* (Jakarta : Balai Pustaka, 2002), h. 45.

⁶ Sumartono, *Terperngkap dalam Iklan : Meneropog Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung : Penerbit Alfabeta, 2002), h. 117.

⁷ Kusmin, *Konsumerisme dan Gaya Hidup Remaja*, 2000 (<http://www.waspada.co.id>), diakses tanggal 20 Oktober 2015.

⁸ Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan* (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2005), h. 1.

Pengaruh iklan memang sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Hal ini dibuktikan dengan inovasi dengan segala kelebihan yang ditawarkan produsen kepada konsumen, terkhusus remaja. Survei membuktikan bahwa pola konsumsi terbentuk pada usia remaja.⁹

Remaja merupakan kelompok yang berorientasi konsumtif karena kelompok ini suka mencoba-coba hal yang dianggap baru.¹⁰

Lahmanindra juga mengemukakan “beberapa alasan mengapa perilaku konsumtif mudah menjangkiti kalangan remaja. Salah satunya karena secara psikologis remaja masih berada dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh luar”.¹¹

Serupa dengan Lahmanindra, Hurlock menyatakan “bahwa salah satu ciri masa remaja adalah masa yang tidak realistis. Pada masa ini, umumnya remaja memandang kehidupan sesuai dengan sudut pandangnya sendiri, yang mana pandangannya ini belum tentu sesuai dengan pandangan orang lain dan juga dengan kenyataan. Selain itu, bagaimana remaja memandang segala sesuatunya bergantung dengan emosinya yang menyebabkan emosi remaja umumnya belum stabil”.¹²

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat diketahui salah satu alasan yang mempengaruhi perilaku konsumtif seorang remaja yakni harga diri. Seorang remaja berusaha meningkatkan pola konsumsi mereka agar harga dirinya dapat dipandang oleh orang lain. Jika harga diri remaja sudah turun, maka remaja akan berusaha agar meningkatkan kembali harga dirinya. Hal demikian juga dialami oleh remaja dalam berpakaian atau penggunaan barang. Jika kualitas produk yang dipakainya kalah dengan teman sebayanya, maka ia akan berusaha untuk membeli

⁹ Tambunan, R. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*, 2009, (<http://e-psikologi.com/remaja/101609.htm>).

¹⁰ Sumartono, *op.cit.*, h. 204

¹¹ Lahmanindra, S. *Kampanye Konsumerisme di Kalangan Remaja*, 2006, (<http://diglib.unikom.ac.id>).

¹² Hurlock, E. B. *Psikologi Perkembangan* (Jakarta : Erlangga, 2002), h. 208.

produk yang lebih bagus dari produk temannya. Kebiasaan ini mengakibatkan perilaku konsumtif terbentuk.

Tidak hanya harga diri yang menjadikan alasan seorang remaja berperilaku konsumtif, lingkungan teman sebaya mereka sendiri/ tempat bermain mereka juga melatarbelakangi perilaku konsumtif. Setelah keluarga, tempat lain para remaja untuk belajar mengenai kehidupan sosial yaitu lingkungan teman sebaya. Di lingkungan kelompok pertemanan biasanya para remaja menyesuaikan diri dan mempelajari banyak hal yang membentuk kepribadian mereka, dan terkadang mereka membutuhkan uang saku baik dari orang tua atau hasil kerja sendiri. Hal ini sesuai dengan teori Maslow bahwa manusia selalu ingin memenuhi kebutuhan mereka seperti fisiologis, keamanan dan keselamatan, rasa untuk memiliki, harga diri dan aktualisasi diri.¹³

Pelaku utama konsumtif disini merupakan kelompok usia remaja, hal tersebut terkait dengan karakteristik remaja yang mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman dan cenderung boros dalam menggunakan uang. Hal ini ditandai dengan adanya sekelompok komunitas remaja yang aktif mengkonsumsi produk-produk mewah sebagai sebuah prestise dan kehormatan sekedar sebagai pemenuhan hasrat. Sifat-sifat remaja ini dimanfaatkan oleh para produsen untuk memasarkan hasil barang produkasinya, sehingga mereka dapat dengan mudah menjual dan mendapatkan hasil dari barang produksinya.

Philip dan Gary menyebutkan bahwa perilaku konsumen akhir adalah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu kebudayaan yang terdiri dari budaya, subbudaya, dan kelas sosial (lingkungan sosial yang terdiri dari kelompok dan

¹³ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen* (Bandung: PT. Eresco, 2001), h. 5.

keluarga, pribadi yang termasuk usia, pekerjaan dan gaya hidup) dan faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, kepercayaan dan sikap.¹⁴

Peserta didik di tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) pada umumnya berusia antara 15-18 tahun, dimana konteks psikologis masing-masing individu masih terus berkembang menuju fase dewasa. Disisi lain, di usia ini remaja yang belum memiliki penghasilan sendiri, berupaya untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Uang saku yang diberikan oleh orang tua kepada anak, membuat seorang anak remaja harus dapat membelanjakan uang tersebut sesuai dengan prioritas kebutuhannya. Namun, fenomena yang terjadi dilapangan tidak sesuai dengan perilaku yang seharusnya.

Kasus kecenderungan yang dapat ditemui dari perilaku para siswa SMA di Jakarta Timur adalah suatu gejala atau kecenderungan hidup konsumtif, hal ini terbukti oleh survei yang dilakukan oleh majalah BIAZ, bahwa kecenderungan para siswa/i adalah menghabiskan seluruh uang jajan yang mereka terima untuk memenuhi keinginan mereka.¹⁵ Dari hasil pengamatan dan wawancara, ternyata kecenderungan mengonsumsi siswa akan uang jajan mereka mendekati nol atau dapat dikatakan mereka selalu menghabiskan uang jajan mereka untuk membeli barang kesenangan mereka seperti majalah, CD, dan makan-makan di restoran.

Bagi remaja, menganut perilaku seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat masuk dalam suatu komunitas tertentu. Hal lain menunjukkan pola perilaku konsumtif adalah saat ini. Semua kemajuan berpusat pada dunia barat, mulai dari teknologi, mode pakaian, permainan (Timezone), sampai tempat makan (KFC, AW, Pizzahut dll). Sehingga tercipta sebuah tren dan gaya hidup

¹⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Marketing An Introduction* (Jakarta: Erlangga, 2000), h. 153

¹⁵ Paul Andrew, *Gaya Konsumtif Remaja SMA* (Jakarta: Biaz Press, 2010), h.36.

perkotaan, iklan-iklan makanan dan minuman, pakaian, teknologi sampai pada pilihan gaya hidup yang mengutamakan penggunaan merk dari luar negeri setiap hari ditayangkan yang menggambarkan pola hidup dunia barat yang merasuki remaja-remaja Indonesia khususnya dikota-kota besar.

Hasil belajar ekonomi juga merupakan salah satu alasan dalam meningkatnya pola perilaku konsumtif. Rendahnya hasil belajar ekonomi yang dicapai siswa kemungkinan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Keberhasilan siswa dalam belajar ekonomi akan mengantarkan siswa untuk mencapai tujuan kuruler, tujuan instruksional umum, tujuan instruksional khusus, juga para siswa diharapkan setelah menamatkan pelajarannya, tidak hanya dipersiapkan untuk melanjutkan ke perguruan tinggi negeri, tetapi juga siap dan mampu beradaptasi di masyarakat dengan *life skill* yang membangun sikap kemandirian untuk mendapatkan keterampilan sebagai bekal untuk bekerja dan mengembangkan diri. *Life Skill* sendiri adalah pendidikan yang memberikan kecakapan personal, kecakapan intelektual, kecakapan vokasional untuk berusaha, bekerja dan hidup sendiri. Dalam PP No 19 Tahun 2005 dikatakan bahwa setiap kelompok mata pelajaran dilaksanakan secara holistik sehingga pelajaran masing-masing kelompok mata pelajaran mempengaruhi pemahaman dan penghayatan peserta didik.¹⁶ Dengan pemahaman dan penghayatan, kecakapan dalam *life skill* yang sesuai prinsip-prinsip ekonomi diharapkan dapat terbentuk dalam diri peserta didik.

¹⁶ PP No 19 Tahun 2005 Pasal 6 ayat 4, (www.presidenri.go.id) diakses tanggal 29 Oktober 2015.

Tujuan pembelajaran ekonomi adalah agar siswa memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang ekonomi dalam hidup bermasyarakat terutama dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.¹⁷ Prinsip-prinsip ekonomi diharapkan dapat mendasari usaha siswa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam arti lain, seorang siswa setelah mempelajari ekonomi, diharapkan juga dapat menerapkan prinsip-prinsip ekonomi sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif mereka. Prinsip-prinsip ekonomi ini diharapkan ada pada diri siswa dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Karena dengan semakin majunya perkembangan teknologi maka kebutuhan manusia semakin tidak terbatas. Siswa sebagai objek dari teknologi akan terdorong berperilaku konsumtif jika tidak memahami prinsip-prinsip ekonomi secara mendalam. Prinsip-prinsip itu mereka dapatkan dari pembelajaran ekonomi disekolah. Berdasarkan uraian sebelumnya, tujuan pembelajaran ekonomi adalah untuk memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang ekonomi manusia dan ruang lingkungannya terutama dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk mengetahui berhasil atau tidaknya tujuan tersebut, maka pengetahuan akan pemahaman dari proses pembelajaran dapat diketahui dengan kebiasaan perilaku konsumtif siswa. Dengan pengetahuan yang telah didapatkan tersebut, diharapkan akan berpengaruh juga terhadap perilaku konsumtifnya. Berdasarkan data yang didapat dari salah satu SMA Negeri di Jakarta Timur, hasil belajar siswa masih cukup rendah.

¹⁷ Silabus Mata Pelajaran Ekonomi SMA Kurikulum 2013.

Tabel I. 2
Daftar Nilai Rata-rata Ujian Akhir Semester 2015 SMA N 59

No	Kelas	Nilai Rata-rata
1.	XI IPS 1	63.54
2.	XI IPS 2	65.62
3.	XI IPS 3	60.51
4.	XI IPS 4	61.73
	Jumlah Rata-rata	62.85

Sumber : Data Sekunder Tahun 2015

Sangat disayangkan kenyataannya, secara empiris kecakapan siswa SMA dalam menggunakan ilmu ekonomi dalam kehidupan sehari-hari atau dalam berperilaku konsumsi, masih jauh dari harapan.¹⁸ Bertitik tolak dari uraian tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya dan Hasil Belajar Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri di Jakarta Timur”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan yang mempengaruhi perilaku konsumtif sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara globalisasi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?
2. Apakah terdapat pengaruh antara perkembangan usia terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?

¹⁸ Haryono, *Pengaruh Proses Pembelajaran, Penilaian Hasil Belajar dan Status Sosial Ekonomi terhadap Tingkat Ekonomi Literacy Siswa SMA* (Malang: PPS UM, 2008), h.20.

3. Apakah terdapat pengaruh antara harga diri terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?
4. Apakah terdapat pengaruh antara maraknya iklan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?
5. Apakah terdapat pengaruh antara lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?
6. Apakah terdapat pengaruh antara hasil belajar ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?
7. Apakah terdapat pengaruh lingkungan teman sebaya dan hasil belajar ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, ternyata hal yang mempengaruhi perilaku konsumtif sangat luas. Keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi antara lain: dana, waktu, tenaga, dan pikiran. Maka penelitian ini dibatasi hanya pada “Apakah terdapat pengaruh lingkungan teman sebaya dan hasil belajar ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?
2. Apakah terdapat pengaruh antara hasil belajar ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?
3. Apakah terdapat pengaruh lingkungan teman sebaya dan hasil belajar ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hasil belajar ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lingkungan teman sebaya dan hasil belajar ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur.

F. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini nantinya dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan bermanfaat bagi khasanah keilmuan khususnya serta dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat sebagai bahan kajian bagi insan akademik dalam memanfaatkan lingkungan teman sebaya dan hasil belajar ekonomi menghindari perilaku konsumtif siswa SMA.

2. Secara Praktis

a. Bagi Siswa

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan sebagai bahan koreksi bagi peserta didik dalam mengetahui seberapa besar lingkungan teman sebaya yang diterima siswa. Dan diharapkan dapat memanfaatkan kondisi lingkungan teman sebaya dan hasil belajar ekonomi sebagai pedoman menghindari perilaku konsumtif siswa.

b. Bagi Lembaga Sekolah Menengah Atas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi sekolah untuk meningkatkan kualitas lingkungan teman sebaya dan hasil belajar ekonomi siswanya guna menghindari dari maraknya perilaku konsumtif siswa.

c. Bagi Guru

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam perbaikan sistem pengajaran guru dan menambah informasi guru mengenai pentingnya ilmu ekonomi guna meningkatkan hasil belajar siswa dalam upaya mengurangi perilaku konsumtif siswa.

d. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini sebagai sarana memperluas wawasan dan pengaplikasian ilmu yang telah diterima dibangku perkuliahan dan dapat diajukan sebagai bahan acuan, masukan serta referensi terhadap penelitian selanjutnya yang terkait dengan perilaku konsumtif siswa.