

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang masih banyak dikuasai oleh produk-produk impor atau negara lain, seperti negara Jepang dengan produk sepeda motornya yang menguasai dunia otomotif di Indonesia. Terlihat dari data pembelian sepeda motor yang ada di Indonesia yang dirilis oleh AISI (Distribusi Penjualan Whole Sales).

Sepeda motor domestik pada bulan Juni 2020 167.992 Unit atau 1.886.489 Unit dalam distribusi penjualan pasar domestik Indonesia. Distribusi penjualan di bulan Mei yang naik delapan kali lipat lebih baik dari pada angka distribusi penjualan pada bulan April 2020, distribusi motor sampai bulan Juni 2020 ini didominasi 87,9% Skutik, Sementara Sport (6,2%) lebih baik dari angka jenis Motor bebek (5,9%). (tmcblog.com)

Data penjualan sepeda motor 2020 memang turun dibanding pada tahun lalu di 2019 yang mencatat 3.226.619 unit atau turun sekitar 42,5% pada 2020. Akan tetapi masyarakat Indonesia masih banyak yang membeli sepeda motor, bahkan dari kepemilikan motor masyarakat sampai ada yang membuat komunitas motor, dari jenis Skutik (skuter matik), *Underbone* (motor bebek) bahkan motor Sport.

Komunitas motor merupakan salah satu kelompok sosial dan wadah untuk berkumpul serta berinteraksi bagi individu yang memiliki ketertarikan dalam dunia otomotif di sepeda motor, tidak jarang dari anggota kelompok memodifikasi motornya sendiri dengan menggambarkan karakter atau ciri khas dari sang pemilik dengan membeli barang atau perlengkapan motor untuk menunjang eksistensi di komunitas sepeda motor yang digeluti.

Kemunculan trend atau gaya baru di dunia otomotif khususnya di komunitas sepeda motor yang melakukan modifikasi dimudahkan dengan adanya internet. Internet merupakan salah satu bentuk perkembangan yang ada saat ini dan sudah menjadi kebutuhan hampir semua orang. Membicarakan internet tidak luput dari jejaring sosial, karena akan mempengaruhi tingkat kebutuhan dalam kehidupan kita. Karena perkembangan teknologi telah membawa banyak perubahan gaya hidup, melalui internet kita dapat mengakses segala macam informasi, mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto hingga belanja.

Seiring perubahan-perubahan yang dapat kita lihat di segala bidang kehidupan manusia saat ini, salah satunya Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi yang konsisten selama beberapa tahun belakangan ini. Hal ini dikarenakan oleh populasi masyarakat yang semakin bertambah dan daya beli masyarakat yang terus meningkat bersamaan dengan pendapatan tiap individu, masyarakat Indonesia memang dikenal

dengan perilaku konsumtif terutama belanja atau perilaku membeli dengan sistem .

Aksari (2015) ialah fasilitas yang disajikan dalam internet yang dapat memberikan macam-macam kemudahan, belanja adalah salah satu pemicu masyarakat untuk sampai berperilaku konsumtif terutama pada anggota paguyuban *bikers* Purwokerto sebagai salah satunya. Seiring perubahan gaya hidup individu saat ini yang telah mengenal gaya hidup modern nan modis dan hal itu dapat kita lihat dari cara mengenakan barang *fahsion* ataupun pakaian yang mengikuti *trend* kekinian atau sesuatu yang sedang ramai saat ini, dalam fluktuasi perubahan perekonomian dan globalisasi sering terjadinya perubahan dalam perilaku membeli sesuatu yang bukan didasarkan pada kebutuhan sebenarnya, melainkan dengan kebutuhan yang dilakukan untuk kesenangan semata. Sehingga menurut Wahyudi (dalam Aksari, 2015) perilaku seseorang menjadi boros itu di kenal dengan istilah perilaku konsumtif.

Fenomena di atas menjelaskan bahwa sekarang ini para individu melakukan perilaku konsumtif, yang mana budaya konsumerisme tidak sesuai dengan kebutuhan melainkan hanya hasrat berbelanja untuk kesenangan semata. Maka Tindakan yang memakai produk yang belum habis pemakaiannya tetapi sudah membeli produk yang sama bisa disebut sebagai perilaku konsumtif. Dapat disebut juga membeli barang karena adanya hadiah yang di tawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. (Sumartono, 2002).

Peneliti sempat melakukan studi awal dengan berbincang pada salah satu Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto L.B menggunakan sistem wawancara via panggilan telepon, didapatkan bahwa dari hasil wawancara para anggota paguyuban *bikers* Purwokerto sering membeli peralatan atau barang onderdil motor atau kebutuhan motor dari satu sampai lima barang dengan harga sampai jutaan rupiah hanya untuk memenuhi kesenangan dalam berkendara. Hasil dari wawancara terdapat informasi bahwa dari 130 anggota melakukan proses membeli barang atau perlengkapan motor yang cukup sering atau pembelian impulsif (*impulsive buying*) dan pembelian berlebihan (*wasteful buying*). Proses pembelian ini di latar belakang oleh pengaruh sosial normative dan informasional anggota komunitas untuk tujuan kepuasan dan kesenangan individu dalam berkendara sepeda motor sehingga anggota paguyuban *bikers* Purwokerto tidak bisa mengontrol perilaku dan kognitif serta keputusan dari diri anggota paguyuban *bikers* Purwokerto.

Suyasa dan Fransisca mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli barang yang tidak ditujukan untuk kebutuhan tetapi untuk memuaskan keinginan pribadi, dan perilaku tersebut dilakukan secara berlebihan oleh individu sehingga mengakibatkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kata konsumtif memiliki arti pemborosan, yaitu konsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Grinder memberikan pemahaman tentang perilaku konsumen yang diturunkan dari model kehidupan manusia, yang dikendalikan oleh keinginan untuk memuaskan

keinginan akan kebahagiaan. Lubis berpandangan lain, meyakini bahwa perilaku konsumtif bukanlah perilaku berbelanja yang didasarkan pada pertimbangan yang wajar, melainkan karena keinginan yang tidak diinginkan. (Lestarina, 2017).

Kotler (2005) (dalam Herwanto, 2015) menunjukkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu; faktor budaya, termasuk: budaya, subkultur dan kelas sosial; faktor sosial, termasuk: kelompok referensi, keluarga, peran dan status; faktor pribadi, termasuk: usia, tahap siklus hidup, Pekerjaan, lingkungan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian; faktor psikologis, meliputi: motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.

Seperti yang dikatakan Kotler, ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam penelitian ini, dua di antaranya adalah faktor sosial, pertama adalah faktor sosial, antara lain: kelompok acuan, keluarga, peran, dan status. Kedua, faktor pribadi meliputi: usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, lingkungan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian.

Kotler mengemukakan (dalam Herwanto, 2015), salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konformitas. Menurut Baron dan Byrne mendefinisikan konformitas yaitu penyesuaian perilaku untuk mengikuti norma pada kelompok, menerima ide atau aturan-aturan kelompok yang mengatur cara berperilaku individu.

Baron dan Byrne menuturkan bahwa perilaku Individu dikatakan konformitas Jika perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat, maka kelompok dasarnya adalah: 1) Dampak sosial normatif. Pengaruh sosial didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain dan menghindari penolakan 2) Pengaruh sosial informasional. Pengaruh sosial ini didasarkan pada keinginan individu untuk menjadi benar.

Perilaku konsumtif tidak akan muncul jika individu mampu mengontrol dirinya, (Heni, 2013) mengatakan bahwa seseorang memiliki mekanisme yang dapat mengatur perilakunya. Individu harus mampu menyikapi budaya konsumtif yang semakin berkembang, individu dituntut untuk mampu mengerem agar hawa nafsu dan perilakunya tersebut dapat diatasi. Sehingga perilaku konsumtif yang sudah muncul bisa di minimalisir, kontrol diri dapat mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif pada seseorang.

Averill (dalam Indrawati, 2018) berpendapat bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengubah perilaku, kemampuan individu untuk mengelola informasi yang tidak penting atau penting hingga kemampuan individu untuk memilih tindakan yang diyakininya. Individu dapat menggunakan pengendalian diri dalam perjalanan hidupnya, termasuk menghadapi kondisi di lingkungan sekitarnya. Para ahli percaya bahwa pengendalian diri dapat digunakan sebagai intervensi preventif untuk mengurangi dampak negatif dari lingkungan sekitar.

Kontrol diri didefinisikan sebagai aktivitas mengendalikan perilaku. Kontrol perilaku yang mencakup makna, yaitu mempertimbangkan sebelum memutuskan untuk mengambil tindakan. Selain itu, kontrol diri adalah kemampuan untuk mengendalikan dan mengatur tingkah laku sesuai dengan keadaan dan kondisi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fauzia, 2013) ditemukan ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Penelitian (Indrawati, 2018) tentang kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *gadget* pada anggota bikers ditemukan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan. Hasil penelitian (Astuti, 2020) menunjukan bahwa konformitas memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi jepang, dan pada kontrol diri tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi jepang.

★ Berdasarkan paparan dan hasil penelitian di atas maka peneliti tertarik untuk mengetahui “Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto”.

2. Rumusan Masalah

Adakah pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto?

Adakah pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto?

Adakah pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto?

3. Tujuan Penelitian

Mengetahui Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto

Mengetahui pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto

Mengetahui pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto

4. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan bermanfaat secara teoritis mengenai Pengaruh Konformitas Dan Kontrol Diri Pada Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto dan sumbangan pemikiran dalam Lingkungan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Secara praktis hasil dari penelitian ini dapat di jadikan sebagai wawasan atau referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan informasi mengenai bagaimana Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Pada Anggota Paguyuban *Bikers* Purwokerto.