

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dalam hidup bermasyarakat, akan saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain. Kebutuhan itulah yang dapat menimbulkan suatu proses interaksi sosial. Soekanto (2009:55) menyatakan bahwa, “Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan-hubungan antara orang-orang – perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia”.

Kebutuhan manusia yang beraneka ragam dalam kehidupan bersama serta keinginan agar semua kebutuhannya dapat terpenuhi. Seperti macam-macam alat pemuas kebutuhan manusia yang terdiri dari barang dan jasa sangat terbatas jumlahnya, mengharuskan manusia untuk melakukan konsumsi. Dalam pengertian secara umum konsumsi adalah setiap kegiatan memakai, menggunakan, atau menikmati barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan.

Adapun konsumsi dapat digolongkan dalam dua bagian, yaitu konsumsi langsung dan konsumsi tak langsung. Konsumsi langsung merupakan pengkonsumsian barang yang langsung dilakukan oleh pengguna barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Contohnya, makanan, minuman, dan pakaian yang langsung dipakai oleh pengguna.

Sementara itu, konsumsi tak langsung merupakan pemakaian benda konsumsi berupa barang dan jasa yang tidak secara langsung digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna barang. Contohnya, pembelian bahan baku pabrik yang akan diproses lebih lanjut untuk keperluan penciptaan barang. Pembelian bahan baku dapat dikategorikan sebagai tindakan konsumsi, tetapi bukan merupakan konsumsi langsung. (Maysharah: 2012).

Jika kita berbicara masalah konsumsi tentunya juga tidak akan terlepas dari apa yang dinamakan dengan produksi. Sejak awal perkembangan masyarakat, sebenarnya produksi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sendiri. Seperti kita ketahui bahwa pada zaman manusia purba kita mengenal dengan nama meramu dan berburu. Namun kemudian barang yang dimiliki dirasa berlebihan, maka yang terjadi adalah pertukaran atau lebih kita kenal dengan sebutan barter dan berselang lama setelah manusia mengenal alat tukar, maka munculah pasar seperti apa yang dikemukakan oleh Adam Smith ketika itu, (Fadjar, 2012).

Kemudian yang menjadi keguncangan adalah dikarenakan fenomena Revolusi Industri yang pada akhirnya mengubah pola pikir para produsen yang notabene barang diproduksi tidak hanya sebagai alat “mencukupi” namun juga menciptakan pola “kebutuhan” pada masyarakat. Ini merupakan sebuah upaya dari kapitalisme (para produsen) untuk menguasai kehidupan. Kemudian yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana sosiologi memandang sebuah fenomena konsumsi.

Sukmadi (2012) di dalam lingkup sosiologi konsumsi mendefinisikan konsumsi sebagai : a) Suatu kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat yang di

dalamnya terjadi interaksi sosial dengan konsumsi dan b) Pendekatan sosiologis yang diterapkan pada fenomena konsumsi. Sosiologi konsumsi sebagai kajian dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi konsumsi dan bagaimana konsumsi mempengaruhi masyarakat. Masyarakat sebagai realitas eksternal akan menuntun individu dalam menentukan apa yang boleh dikonsumsi, bagaimana cara mengkonsumsinya dan dimana dapat mengonsumsi.

Sebagai pendekatan sosiologi terdiri dari konsep, variabel, teori dan metode yang digunakan sosiologi untuk memahami kenyataan sosial. Konsep sosiologis merupakan konsep yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu dalam konteks akademik. Variabel merupakan konsep yang memiliki variasi nilai sedangkan teori merupakan abstraksi dari kenyataan yang menyatakan hubungan sistematis antara fenomena sosial.

Weber muncul dengan ide tentang Etika Protestan dan semangat kapitalisme. Kritik Weber bahwa, Etika Protestan bukan hanya menghabiskan barang konsumsi sebagaimana yang dilakukan masyarakatnya saat itu, tetapi pada investasi dan kerja keras Weber tampak ingin memperjelas dan memperkuat kapitalisme dengan bentuk investasi kembali keuntungan produksi. Meskipun masyarakat kental dengan semangat Calvinisme ini, namun perilaku konsumsi tidak berhenti, masyarakat mulai sadar akan kesenangan berkat kemajuan industri, Sudrajat (1994, 30-31).

Mahasiswa sebagai manusia dan sebagai bagian dari masyarakat juga tidak terlepas dari konsumsi ini, hal yang paling mendasar yang dapat dilihat dari mahasiswa adalah tentang konsumsi dalam kesehariannya. Ruang lingkup barang dan jasa yang dikonsumsi meliputi konsumsi makan, konsumsi aksesoris, konsumsi kecantikan, konsumsi pakaian, konsumsi alat elektronik, dan konsumsi kendaraan.

Pola berperilaku mahasiswa dalam konsumsi makan mahasiswa mulai mengalami perubahan-perubahan, ini dapat dilihat dari mahasiswa yang senang makan di restoran atau pusat-pusat jajanan yang menyediakan makanan cepat saji (*fast food*). Selain itu mahasiswa kini lebih senang berbelanja di pasar modern seperti mall, butik, distro dan lainnya, dari pada berbelanja di pasar tradisional dalam konsumsi pakaiannya dan konsumsi aksesoris.

Mahasiswa yang terbiasa dengan pola hidup untuk menuntut kualitas yang baik dalam konsumsi berpakaian, konsumsi aksesoris seperti tas, sepatu, jam tangan, dan alat-alat *make-up* serta dalam memenuhi konsumsi kecantikan seperti berdandan, gaya rambut, dan sebagainya. Hal tersebut untuk menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

Perilaku mahasiswa dalam konsumsi alat elektronik seperti *handphon* mempunyai lebih dari satu, mempunyai laptop dan *ipad* secara bersamaan yang kegunaannya sama. Konsumsi lainnya yang berlebihan dalam kegunaannya pada mahasiswa yaitu konsumsi kendaraan. Banyak mahasiswa kini lebih senang menggunakan kendaraan beroda empat dari pada beroda dua walaupun jarak dari rumah ke kampus sangat dekat.

Perilaku mahasiswa yang mengalami perubahan dalam konsumsinya dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kelompok referensi. Kelompok referensi menurut Soekanto (2009:125) adalah kelompok sosial yang menjadi

acuan bagi seseorang (bukan anggota kelompok) untuk membentuk pribadi dan perilakunya dalam konsumsi.

Sumartono (2002:38) menyatakan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Mahasiswa juga cenderung memakai dan mencoba produk seperti pakaian dan aksesoris yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik *figure* tersebut. Seseorang yang diidolakannya atau publik *figure* yang ditiru oleh mahasiswa disebut dengan kelompok referensi. Kelompok referensi memberikan standar (norma) dan nilai yang dapat menjadi perspektif penentu mengenai bagaimana seseorang berpikiran dan berperilaku. Kelompok referensi juga tidak hanya dari tokoh idola saja tetapi keluarga, dan teman juga termasuk dalam kelompok referensi.

Peran teman sebaya dalam pergaulan remaja menjadi sangat menonjol. Hal ini sejalan dengan meningkatnya minat individu dalam persahabatan serta keikutsertaan dalam kelompok. Kelompok teman sebaya juga menjadi suatu komunitas belajar di mana terjadi pembentukan peran dan standar sosial yang berhubungan dengan perilaku dan prestasi (Santrock, 2003:257).

Perilaku konsumtif mahasiswa tidak terlepas dari pengaruh teman-teman sepergaulannya. Teman yang menjadi tempat sosialisasi sekunder memiliki pengaruh besar terhadap pola hidup individu-individu yang berada dalam kelompoknya tersebut. Teman adalah bagian dari kelompok rujukan, dimana setiap perilaku dan kebiasaan individu tidak terlepas dari kebiasaan kelompok teman sepergaulannya. Pada kalangan mahasiswa, perilaku konsumtif ini biasa terjadi

karena pengaruh dari temannya, hal ini salah satu cara mahasiswa beradaptasi dan melebur dalam kelompok temannya tersebut yang kemudian menjadi sebuah kebiasaan. Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah status sosial ekonomi orang tua. Status sosialekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, pendapatan dan pekerjaan.

Orang tua mahasiswa yang mempunyai tingkat pendidikan tinggi, dan mempunyai pekerjaan yang baik serta pendapatannya tinggi, maka perilaku konsumsi mahasiswa berlebihan. Hal ini disebabkan oleh orang tua merupakan sumber keuangan mahasiswa. Semakin tinggi pendapatan mahasiswa yang berasal dari keluarganya maka tingkat konsumsinya menjadi semakin tinggi. Karena ketika tingkat pendapatan meningkat, kemampuan mahasiswa untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar dan pola hidup menjadi semakin konsumtif karena semakin menuntut kualitas yang baik.

Pada hakikatnya, perilaku konsumtif tidak akan menjadi masalah ketika mahasiswa mempunyai pengalaman dan pengetahuan yang memadai tentang konsumsi. Tetapi, itu juga tidak serta merta membuat mahasiswa tidak membatasi diri untuk menghabiskan uangnya. Hal yang paling utama dalam perilaku konsumsi adalah mahasiswa mempunyai kesadaran untuk mengetahui dan memilih hal yang negatif serta positif dalam berperilaku konsumsi. Juga memilih kebutuhan yang harus didahulukan. ”Jika sudah konsumtif, tidak ada alasan lain kecuali hasrat ingin memiliki. Akhirnya, perilaku boros dan mahasiswa diarahkan

untuk membeli hal-hal yang dilihat menarik dan sesuai keinginannya.(Abdulsyani, 2012).

Perilaku konsumtif mahasiswa ini disebabkan oleh kecanggihan teknologi informasi di ruang publik yakni dengan tayangan-tayangan dan bacaan yang terbuka lebar tanpa batas, menghadirkan penawaran barang-barang mewah dan menggiurkan. Barang-barang yang ada di dalam ruang lingkup mahasiswa sekarang ini, cenderung glamor. Disisi lain, mahasiswa berupaya mendapatkannya dengan berbagai macam cara. “Mereka berlomba-lomba ingin tampil seperti apa yang dilihat dan berupaya untuk mengikuti mode serta trend yang sedang berkembang”.

Mahasiswa yang berperilaku konsumtif mengalami perubahan pola hidup, dimana terdapat batas yang bias antara kebutuhan pokok dan kebutuhan tersier. Pola hidup mahasiswa yang berubah mengakibatkan mahasiswa tidak cermat dalam mengatur keuangan yaitu bukan berdasarkan skala prioritas, tetapi karena dipengaruhi oleh teman dan lingkungannya. Akibatnya, hal ini menimbulkan dilema, antara pemenuhan kebutuhan pokok yang pada kenyataannya lebih penting dengan pemenuhan kebutuhan gaya hidup untuk memenuhi simbol yang dapat diterima oleh lingkungan.

Mahasiswa yang berasal dari keluarga yang mampu, dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya tidak akan menjadi masalah dalam perilaku konsumtif ini, namun lain halnya apabila orang tua mahasiswa tersebut berpenghasilan pas-pasan. Keinginan mahasiswa untuk memiliki sesuatu seringkali tertunda. Sementara godaan akan keinginan memiliki sesuatu agar eksistensinya diakui oleh

lingkungan semakin besar, sehingga mengakibatkan mahasiswa tidak mengutamakan kebutuhan yang prioritas. Akibat penting lainnya dalam perilaku konsumtif ini adalah membuat mahasiswa menjadi tidak produktif.

Dalam realitasnya begitu pula yang terjadi pada mahasiswa-mahasiswa di Bandar Lampung khususnya di FISIP Universitas Lampung, tidak sedikit dari mereka yang memiliki perilaku konsumtif. Terlihat di *mall*, *cafe-cafe*, dan salon-salon kecantikan yang rata-rata adalah mahasiswa. Hasil dari pengamatan penulis, mayoritas mahasiswa FISIP Universitas Lampung juga memiliki gaya hidup yang terkesan bernewah-mewah ini terlihat pada kebiasaan mereka yang lebih memilih “nongkrong” di *mall*, *cafe*, dan di salon dari pada harus memenuhi kewajibannya sebagai mahasiswa. Dapat terlihat pula dari cara berpakaian, mempunyai *Handphone* lebih dari satu dan lain sebagainya.

Berdasarkan permasalahan yang diungkapkan di atas, maka mendorong penulis untuk meneliti lebih jauh lagi mengenai “hubungan- hubungan faktor Sosiologis yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa” sebagai salah satu tulisan ilmiah dalam bentuk skripsi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Hubungan status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa
2. Hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa

3. Hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan kelompok referensi.
4. Hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menjelaskan hubungan status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa
2. Menjelaskan hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa
3. Menjelaskan hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dengan kelompok referensi
4. Menjelaskan hubungan antara status sosial ekonomi orang tua dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap ilmu pengetahuan secara umum dan ilmu sosial khususnya sosiologi yang berkaitan dengan masalah sosial.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi. Khususnya bagi mahasiswa untuk menghindari perilaku konsumtif, karena perilaku konsumtif membuat mahasiswa menyampingkan kebutuhan prioritas.