

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perubahan dari zaman ke zaman. Semakin banyak kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (*lifestyle*). Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat. Seperti misalnya dalam hal berpenampilan yang mendorong seseorang pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih banyak karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah kepada pemenuhan keinginan. Gaya hidup yang semakin modern sangat mempengaruhi pilihan-pilihan konsumsi pada produk pakaian.

Teori Maslow menyatakan bahwa setiap manusia mempunyai kebutuhan-kebutuhan dasar yang bertingkat-tingkat. Oleh sebab itu, teori Maslow ini sering disebut teori hierarki kebutuhan. Hierarki yang dimaksud dalam hal ini adalah susunan dari bawah sampai ke atas, yaitu lebih fokus kepada kebutuhan yang paling mendasar atau paling bawah menuju ke kebutuhan yang lebih tinggi. Maksud Maslow adalah bahwa manusia akan mementingkan kebutuhan fisik (makan, minum, dan

sebagainya) terlebih dahulu daripada kebutuhan-kebutuhan yang lain. Setelah kebutuhan fisik ini terpenuhi, baru akan memikirkan kepuasan akan kebutuhan selanjutnya.

Berdasarkan Teori kebutuhan Maslow (Robbin dan Judge, 2008), manusia adalah makhluk sosial yang berkeinginan. Seseorang selalu menginginkan lebih banyak. Keinginan ini terus-menerus dan hanya akan berhenti bila akhir hayatnya tiba. Artinya yaitu kebutuhan-kebutuhan yang ada dalam diri manusia akan terus meningkat dan akan mengarah kepada keinginan-keinginan yang lainnya, seperti ketika seseorang sudah bisa memenuhi kebutuhan primer atau kebutuhan fisiologis, maka akan berusaha juga untuk memenuhi kebutuhan sekunder atau kebutuhan yang lebih tinggi. Kebutuhan-kebutuhan ini akan terus-menerus meningkat seiring dengan meningkatnya status sosial seseorang, dan akan membawa manusia kepada perilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif akan selalu ingin memenuhi keinginan yang ada di dalam dirinya dan keinginan yang disebabkan oleh perkembangan zaman.

Mahasiswa mengikuti gaya atau tren saat ini secara tidak sadar sebagai pemenuhan keinginan pengakuan dari mahasiswa lainnya akan eksistensi dirinya. Mahasiswa membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu. Kondisi pasar yang lebih banyak ditujukan untuk wanita dan kecenderungan wanita lebih mudah dipengaruhi mendorong wanita lebih konsumtif daripada pria. Perilaku

konsumtif sebagian besar dilakukan oleh kaum wanita. Wanita mempunyai kecenderungan lebih besar untuk berperilaku konsumtif dibandingkan pria. Hal ini disebabkan konsumen wanita cenderung lebih emosional, sedang konsumen pria lebih nalar. Wanita sering menggunakan emosinya dalam berbelanja. Kalau emosi sudah menjadi raja sementara keinginan begitu banyak, maka yang terjadi adalah mereka akan jadi pembeli yang royal (Anugrahati, 2014).

William (Mike Featherstone: 2008) menyatakan bahwa salah satu pemakaian terbaru dari istilah mengonsumsi adalah merusak, memakai, membuang-buang, menghabiskan. Artinya yaitu, konsumsi sebagai pembuang-buangan, perbuatan yang berlebih-lebihan dan pengeluaran. Terkait dengan pendapat dari William tersebut, yang sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan yaitu perbuatan yang berlebih-lebihan dan pengeluaran. Sesuai dengan penjelasan tersebut, *shopaholic* merupakan salah satu perbuatan yang berlebih, namun lebih fokus kepada gaya hidup berbelanja yang berlebih.

Salah satu universitas yang ada di Medan adalah UNIMED. Mahasiswa yang menuntut ilmu di UNIMED datang dari berbagai daerah. Faktor lingkungan memberikan peranan sangat besar terhadap pembentukan perilaku konsumtif mahasiswa. Sehingga banyak dari para mahasiswa di Universitas Negeri Medan yang terpengaruh untuk berperilaku konsumtif. Tambunan (2007) menyatakan bahwa Seseorang yang memiliki pola belanja berlebih yang dilakukan terus menerus dengan menghabiskan begitu banyak cara, waktu dan uang hanya untuk membeli atau

mendapatkan barang-barang yang diinginkan namun tidak selalu dibutuhkan secara pokok oleh dirinya, biasa disebut dengan *shopaholic*. *Shopaholic* ini bisa menimbulkan gaya hidup yang konsumtif baik itu bagi mahasiswa maupun tidak. Namun, dalam hal ini peneliti ingin melihat bagaimana gaya hidup *shopaholic* di kalangan mahasiswa.

Adapun fenomena yang terjadi, yaitu melihat gaya hidup *shopaholic* pada mahasiswa UNIMED khususnya pada Fakultas Ekonomi dalam hal ini candu berbelanja. Kebanyakan dari mahasiswa Unimed berpenampilan fashionable dalam arti mengikuti perkembangan dunia fashion sebagai simbol citra diri yang dibentuk dalam lingkungan sosialnya. Fenomena ini menjadi penting dan menarik untuk diteliti karena gaya hidup *shopaholic* pada mahasiswa dapat menghilangkan rasionalitas individu serta menghilangkan jati diri individu tersebut.

Seseorang dapat dikatakan *shopaholic* apabila seseorang melakukan proses konsumsi atau pemakaian barang-barang hasil produksi secara berlebihan dan tidak sepiantasnya secara sadar dan berkelanjutan. Hal tersebut menjadikan manusia menjadi pecandu dari suatu produk, sehingga ketergantungan tersebut tidak dapat atau susah untuk dihilangkan. Orang yang melakukan *shopaholic* selalu ingin mengikuti perkembangan trend yang ada, sehingga mereka segera membeli barang-barang keluaran tertentu. Mereka merasa puas dan senang apabila barang yang diinginkan sudah terbeli, meskipun pada akhirnya barang-barang tersebut tidak mereka butuhkan.

Gaya hidup *Shopaholic* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dapat dilihat dari segi penampilan serta cara bergaulnya. Mahasiswa yang melakukan gaya hidup *shopaholic* selalu berpenampilan menarik, mengenakan fashion bermerk, mengikuti perkembangan zaman dengan sangat cepat, serta memiliki standart hidup menengah ke atas. Perilaku *shopaholic* ini dapat menjadi pelampiasan mahasiswa dari jenuhnya rutinitas serta dapat juga dijadikan untuk bersenang-senang atau berfoya-foya yang pada akhirnya menjadikan mahasiswa hanya dapat menjadi generasi yang konsumtif. Mereka konsumtif karena berbelanja dapat menjadi sarana untuk menunjukkan identitas dan status sosial ekonominya dalam masyarakat. Seseorang melakukan perilaku *shopaholic* atau belanja secara berlebihan karena memiliki alasan tertentu. Seperti yang dikatakan oleh Ronny Ronodirdjo (2015), bahwa ada lima jenis *shopaholic* diantaranya yaitu pembeli pemburu image, pembeli komplusif, pembeli diskonan, pembeli bulimia serta pembeli kolektor.

Penelitian ini penting dilakukan oleh peneliti karena peneliti ingin melihat bagaimana karakteristik mahasiswa Fakultas Ekonomi yang dilabeli *shopaholic* serta bagaimana gaya hidup mahasiswa *shopaholic* sehari-hari. Gaya hidup berbelanja yang berlebihan menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini peneliti menarik judul Perilaku *Shopaholic* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.2 Rumusan Masalah

Menghindari agar tidak terjadi kesalahan dalam pembahasan penelitian maka diperlukan adanya suatu rumusan masalah. Sesuai dengan hal tersebut yang menjadi rumusan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana karakteristik mahasiswa Fakultas Ekonomi yang dilabeli shopaholic?
2. Bagaimana gaya hidup mahasiswa shopaholic sehari-hari?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimana karakteristik mahasiswa fakultas ekonomi yang dilabeli shopaholic
2. Untuk menganalisis bagaimana gaya hidup mahasiswa shopaholic sehari-hari

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap kajian antropologi simbolik terkait dengan budaya konsumerisme dan gaya hidup (*life style*)

2. Secara Praktis

Memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan perilaku konsumerisme di kalangan mahasiswa.