

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, pemikiran terhadap kepraktisan sering diutamakan oleh setiap individu yang turut berkembang mengikuti tahun. Kepraktisan ini terbukti dari pengaruh perkembangan zaman yang berdampak besar pada kecanggihan teknologi yang sangat diperlukan setiap individu saat ini. Teknologi yang dimaksud tersebut salah satunya yakni *gadget*. Banyak manfaat dan kegunaan yang diperoleh seseorang dari penggunaan dan kehadiran *gadget*. Kepraktisan tersebut di antaranya untuk mempermudah individu dalam berkomunikasi satu sama lain, mempermudah pemerolehan informasi, serta sebagai bagian dari gaya hidup masa kini.

Astidewi (2018) menyampaikan bahwa adanya alat teknologi seperti *gadget*, *smartphone*, yang semakin tahun semakin canggih manfaat dan kegunaannya membuat pekerjaan manusia semakin dimudahkan. Kemudahan ini tidak hanya berlandaskan pada manfaat akses yang hadir dalam teknologi, namun juga nilai jual dan nilai sosial yang dibawa oleh *gadget*. Sehingga, kehadiran dan penggunaan *gadget* ini memicu adanya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat pada umumnya, dan anak muda pada khususnya.

Menurut data statistik Lembaga Riset Pemasaran Digital, ada lebih dari 100 juta pengguna *gadget* di Indonesia dan menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna *smartphone* terbesar ke empat di dunia. Adapun medsos yang paling sering diakses oleh pengguna internet Indonesia di antaranya adalah

YouTube, Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, dan Tumblr. Dilansir pula dari Detikinet bahwa sebagian besar pengguna aktif media sosial berasal dari kalangan anak muda dengan jumlah 160 juta jiwa. Mahasiswa digolongkan dalam kelompok anak muda sehingga menjadi golongan paling aktif dalam pemakaian *gadget*, karena mahasiswa saat ini dituntut untuk selalu *update* terhadap segala informasi dan berita yang terjadi. Agar tidak ketinggalan berita, mahasiswa memanfaatkan kecanggihan *gadget* untuk mengakses informasi dimanapun dan kapanpun.

Selain itu manfaat dari *gadget* sangat banyak sekali untuk mahasiswa diantaranya adalah yang pertama memudahkan dalam mengakses informasi secara luas dan cepat, kedua memudahkan dalam berkomunikasi, terutama dapat menambah wawasan pengetahuan pelajar karena mudahnya mencari informasi. Ketika anak muda berinternet beragam situs tersebut bisa di buka dalam satu waktu dengan banyak pilihan yang awalnya untuk mencari informasi dalam melengkapi tugas dan keperluan komunikasi, namun kecenderungan untuk membuka beragam situs lain hingga berjam-jam seringkali terjadi. Padahal, hal tersebut tidak mengundang manfaat khusus terhadap anak muda sebagai pemakai.

Kehadiran *gadget* dengan segala keunggulan dan kemudahan yang diberikan, menjadikan konsumen khususnya mahasiswa cenderung menyukai barang bermerek, karena ditambah maraknya pengguna sosial media belakangan ini membuat konsumen berhak memilih produk dengan spesifikasi yang berbeda-beda. Salah satu merek yang masuk dalam kategori dengan spesifikasi di atas yakni *Apple*. Karena keunggulan fitur-fitur, akses jaringan yang cepat, aplikasi

serta tampilan keren yang ditawarkan oleh *Apple*, membuat merek ini menjadi sasaran utama dari para mahasiswa. Meskipun *Apple* tergolong dalam barang bermerek dengan harga yang cukup mahal, tapi perilaku konsumtif yang sudah ada dalam diri setiap orang membuat *Apple* menjadi barang bermerek yang terus trendi dan dicari.

Perilaku konsumtif diartikan sebagai suatu perilaku sosial yang dilakukan oleh individu kepada seluruh aktivitas sosial, sehingga dapat dipakai untuk mencirikan dan mengenali dirinya sendiri agar menarik pandangan orang lain terhadap dirinya. Perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional karena menggunakan suatu barang yang tujuannya bukan untuk mencukupi kebutuhannya, namun untuk memenuhi keinginannya. Sembiring (2008), menjelaskan bahwa orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang. Melainkan, mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu. Dalam arti luas, yakni perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan serta skala prioritas.

Prestise yang dikejar oleh pengguna *gadget* berdampak pada pola pemikiran bahwa pemakaian *brand* yang terkenal akan mengubah status diri pengguna. Memiliki barang bermerek terkonstruksi dapat memengaruhi eksistensi seseorang di lingkungannya, serta mengubah status dirinya di tengah masyarakat. Perubahan gaya hidup dan pemikiran masyarakat tersebut tidak lepas dari pengaruh perkembangan zaman dan teknologi.

Prestise merupakan keadaan ketika seseorang merasa mempunyai kebanggaan tersendiri, pada saat mengonsumsi barang dan jasa tertentu. Setiap orang yang normal membutuhkan penghargaan diri dan penghargaan prestise dari lingkungannya. Semakin tinggi status dan kedudukan seseorang semakin tinggi pula kebutuhan prestise diri yang bersangkutan (Atmodjo, 2012).

Helly H. & Budhi H. (2013:29) mendefinisikan prestise sebagai peranan terhadap kedudukan tertentu, tingkatan tertentu pada posisi-posisi yang dihormati yang dirasakan seseorang setelah menggunakan barang atau produk. Persepsi prestise dioperasionalkan dengan menggunakan lima spesifikasi yakni mewah, bermerek, harga tinggi, nilai tinggi, dan langka.

Fenomena perilaku konsumtif pada *gadget* yang terjadi di kalangan mahasiswa, salah satunya juga turut terjadi di kalangan mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo. Kebiasaan boros terhadap pembelian *gadget* masih dilakukan oleh mahasiswa meskipun *gadget* yang dipakai sebelumnya tergolong masih layak pakai. Kebiasaan tersebut mengarah kepada perilaku konsumtif yang terdorong karena adanya pemuasan kepentingan dan pengakuan diri secara sosial, tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan yang harfiah dari *gadget*. Pada kenyataannya, pola konsumtif sudah menjadi bagian dari perilaku sosial di era ini. Sehingga, penelitian ini dibuat atas tujuan pemerolehan bukti penyebab perilaku konsumtif mahasiswa yang diterapkan pada mahasiswa FIS, Universitas Negeri Gorontalo, yang diharapkan mampu menjawab segala faktor perilaku sosial yang hidup di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini berfokus pada pemerolehan informasi mengenai perilaku konsumtif yang ada pada mahasiswa FIS, UNG. Informasi penelitian ini didorong oleh ciri perilaku konsumtif yang dipakai sebagai acuan analisis untuk melihat sejauh apa mahasiswa FIS, UNG memiliki perilaku konsumtif serta didasarkan atas faktor apa. Sehingga penelitian ini diberi judul *Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Suatu Studi Tentang Perilaku Sosial Mahasiswa FIS, Universitas Negeri Gorontalo)*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dari itu peneliti tertarik untuk melihat Bagaimana perilaku Konsumtif pembelian *gadget* pada mahasiswa FIS, Universitas Negeri Gorontalo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis perilaku Konsumtif pembelian *gadget* pada mahasiswa FIS di Universitas Negeri Gororntalo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki dua manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis:

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memperkuat pengetahuan tentang teori konsumsi sebagai sumber informasi penelitian yang akurat terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis bertumpu pada pemahaman mengenai perilaku konsumtif pada pembelian *gadget* di FIS, UNG. Karena hal ini menjadi sangat penting agar

mahasiswa selaku individu dapat memahami kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen secara lebih baik. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang ditawarkan pemasar.