

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kontrol Diri

1. Definisi Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi, kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian. Keinginan untuk mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain dan menutupi perasaannya.¹

Averill mendefinisikan kontrol diri sebagai variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk mengendalikan perilaku, kemampuan individu untuk mengelola informasi yang kurang penting atau tidak penting dan kemampuan individu untuk memilih perilaku yang diyakininya.²

Hurlock juga mengemukakan bahwa kontrol diri juga berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dengan dorongan-dorongan dari dalam dirinya, menurut konsep ilmiah pengendalian berarti mengarahkan energi emosi ke salura ekspresi yang bermanfaat dan dapat diterima secara sosial. Konsep ilmiah ini menitik beratkan pada pengendalian tetapi tidak sama dengan penekanan. Ada dua kriteria yang menentukan

¹ Ghufron and S, *Teori-Teori Psikologi*.

² Thalib, *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif* (Jakarta: Kencana, 2010).

apakah kontrol diri dapat diterima secara sosial atau tidak, kontrol diri dapat diterima apabila reaksi masyarakat terhadap pengendalian emosi adalah positif. Namun, reaksi positif saja tidak cukup karenanya perlu diperhatikan kriteria lain, seperti efek yang muncul setelah mengontrol emosi terhadap kondisi fisik dan psikis individu itu sendiri. Artinya, dengan mengontrol emosi kondisi fisik dan psikis harus membaik atau tetap stabil. Hurlock menyebutkan tiga kriteria emosi antara lain:³

- a. Dapat melakukan kontrol diri yang bisa diterima secara rasional.
- b. Dapat memahami seberapa banyak kontrol yang dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhannya dan sesuai dengan harapan masyarakat.
- c. Dapat menilai situasi secara kritis sebelum meresponnya dan memutuskan cara bereaksi terhadap situasi tersebut.

Menurut Tangney, Baumister, dan Boone menyatakan bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah respon batin seseorang, serta mencegah kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri dari melakukan perilaku tersebut.⁴

Berdasarkan pendapat para tokoh dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan suatu respon terhadap emosi yang meluap dalam diri individu, bagaimana cara mereka menekan emosi beserta dorongan-dorongan yang ada dalam dirinya supaya tidak menghasilkan efek negatif setelahnya, dengan tetap memperhatikan kondisi fisik dan psikis setelah individu tersebut mengontrol emosi tersebut.

2. Aspek-Aspek Kontrol Diri

³ Elizabeth Bergner Hurlock, *Adolence Development*, 4th ed. (Tokyo: MC Graw-Hill Kogukusha Ltd., 2006).

⁴ Tangney, R.F., and Boone, "High Self-Control Predict Good Adjusment, Less Pathology, Better Grades, And Interpersonal Succes."

Averill berpendapat bahwa kontrol diri merupakan variabel psikologis yang sederhana karena didalamnya tercakup tiga konsep yang berbeda tentang kemampuan mengontrol diri, yaitu kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi serta kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakininya. Berdasarkan konsep Averill terdapat tiga aspek dalam kontrol diri yaitu:⁵

a. Mengontrol Perilaku (*Behavior Control*)

Mengontrol perilaku atau *behavior control* merupakan suatu tindakan langsung terhadap lingkungan, hal ini berarti individu memiliki kemampuan untuk mengontrol diri dengan baik. Individu tersebut akan mampu menentukan perilakunya sendiri dan jika individu tersebut tidak mampu, maka akan menggunakan sumber dari luar dirinya.

b. Mengontrol Kognisi (*Cognitive Control*)

Mengontrol kognisi atau *cognitive control* merupakan kemampuan individu mengolah informasi yang diterima dengan cara menginterpretasikan, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologi untuk mengurangi tekanan.

c. Mengontrol Keputusan (*Decisional Control*)

Mengontrol keputusan atau *decisional control* merupakan sebuah kemampuan individu untuk memilah dan memilih hasil yang diyakini individu dalam menentukan keputusan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kebebasan, kesempatan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih suatu tindakan proses yang mengikat dirinya.

⁵ Thalib, *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*.

Kemampuan mengontrol atau mengendalikan diri sebenarnya dimiliki oleh setiap orang, namun tergantung bagaimana mereka mengolahnya sehingga menjadi sebuah kontrol yang benar-benar berfungsi dalam mengendalikan semua hal termasuk tindakan yang timbul karena adanya sebuah dorongan baik dari dalam diri maupun lingkungan luar.

Selain tiga aspek kontrol diri menurut Averill, ada lima aspek kontrol diri menurut Tangney, Baumeister dan Boone:⁶

a. *Self Discipline*

Aspek ini menilai tentang kedisiplinan diri individu dalam melakukan suatu hal. Maksud disiplin dalam hal ini adalah bagaimana individu fokus terhadap peran individu yang memiliki *self discipline* maupun menahan diri dari hal-hal yang dapat mengganggu konsentrasinya.

b. *Deliberate* atau *Non-Impulsive*

Aspek ini menilai tentang kecenderungan individu untuk melakukan suatu tindakan yang tidak impulsif. Individu dengan kemampuan ini memiliki pertimbangan yang sangat matang, bersifat hati-hati, tidak tergesa-gesa atau memiliki pemikiran yang panjang dalam mengambil sebuah keputusan dan menentukan sebuah tindakan.

c. *Healty Habits*

Healty Habits lebih ke bagaimana individu mengatur tentang kebiasaan atau

⁶ Tangney, R.F., and Boone, "High Self-Control Predict Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, And Interpersonal Success."

pola hidup sehat individu, individu dengan aspek *healty habits* ini akan mampu menolak sesuatu yang dapat menimbulkan dampak buruk bagi dirinya meskipun hal tersebut menyenangkan atau sesuatu yang disukainya. Mereka akan lebih mengutamakan hal-hal yang sekiranya memberikan dampak positif bagi dirinya meski dampak tersebut tidak diterima secara langsung.

d. *Work Ethic*

Aspek ini menilai tentang etika individu dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Individu yang memiliki *work ethic* ini mampu menyelesaikan tugas atau tanggung jawabnya tanpa terpengaruh hal-hal yang ada diluar tugasnya. Bisa dikatakan individu yang menguasai aspek ini tingkat fokus dalam mengerjakan suatu pekerjaan sangatlah tinggi, karena mereka mampu mengesampingkan sesuatu yang diluar jangkauan tugasnya.

e. *Reliability*

Reliability merupakan menilai kemampuan individu dalam menangani sebuah tantangan. Individu yang memiliki reliabilitas mampu melaksanakan rencana jangka panjang dalam mencapai suatu hal tertentu.

3. Bentuk Kontrol Diri Menurut Goldfried

- a. Kemampuan untuk mengontrol perilaku atau tingkah laku impulsif yang ditandai dengan kemampuan menghadapi stimulus yang tidak diinginkan dengan cara mencegah dan menjauhi stimulus, merapatkan tenggang waktu antara stimulus sebelum berakhir dan membatasi intensitas stimulus, kemampuan membuat perencanaan dalam hidup, mampu mengatasi frustrasi dan ledakan emosi serta kemampuan untuk siapa

- yang mengendalikan perilaku. Dalam hal ini jika individu tidak mampu mengontrol dirinya sendiri maka individu bisa menggunakan faktor eksternal.
- b. Menunda kepuasan dengan segera untuk keberhasilan mengatur perilaku dengan mencapai sesuatu yang lebih berharga atau lebih diterima dalam masyarakat.
 - c. Mengantisipasi peristiwa yaitu kemampuan untuk mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan secara relatif objektif, hal ini di dukung dengan adanya informasi yang di miliki individu.
 - d. Manfsirkan keputusan yaitu kemampuan menilai dan menafsirkan suatu keadaan dengan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.
 - e. Mengambil keputusan yaitu kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesutau yang diyakini atau disetujuinya.

B. Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Lubis mengatakan bahwa 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.⁷ Sebagaimana Kotler berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi dalam memilih, membeli, penggunaan barang dan jasa, gagasan atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan setiap individu.⁸

Fromm menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang

⁷ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*.

⁸ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 166.

modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.⁹

Karakteristik perilaku konsumtif diantaranya:¹⁰

- a. Keinginan individu dalam membeli barang yang kurang diperlukan. Dalam hal ini individu tidak memiliki kontrol perilaku saat membeli barang, tidak memiliki kemampuan berpikir barang yang diperlukan, sehingga tidak memiliki kontrol keputusan pada saat belanja barang.
- b. Perasaan tidak puas individu untuk selalu memiliki barang yang belum dimiliki. Dalam hal ini individu tidak dapat mengontrol perilaku konsumsi berdasarkan kebutuhan, individu tidak memiliki kontrol kognisi karena hanya berdasarkan kepuasan, sehingga kesulitan mengontrol keputusan saat berbelanja.
- c. Sikap individu yang berfoya-foya dalam membeli barang. Sikap ini menunjukkan individu tidak memiliki kontrol kognisi sehingga tindakan dan keputusan individu bersifat konsumtif berdasarkan kesenangan saja.
- d. Kesenangan individu dalam membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai dan manfaatnya. Hal ini dipengaruhi oleh kontrol kognisi yang lemah sehingga tindakan dan keputusan membeli barang tidak berdasarkan fungsi dan nilai barang melainkan harga yang mahal yang untuk memuaskan diri.

⁹ Aryani, "Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Negeri 1 Semarang Tahun Ajaran 2005/2006."

¹⁰ Basu Swastha and T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)* (Yogyakarta: BPFE UGM, 2000).

James F. Engel mendefinisikan perilaku konsumtif adalah sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.¹¹

Sedangkan Dahlan mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, pengguna segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan di dorong suatu keinginan untuk memenuhi kesenangan semata.¹²

Dari beberapa pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah gaya hidup yang berlebihan tanpa melihat fungsi dari suatu barang yang diinginkan, yang ditandai dengan penggunaan barang-barang mewah serta harga yang fantastis dengan tujuan untuk kesenangan sesaat.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Loundon dan Bitta menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat dikaji dan didasari melalui pemahaman terhadap perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan dan aktifitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau dapat menggunakan barang atau jasa, maka proses yang

¹¹ James F. Engel, Roger D.B Lachwell, and Paul W. Miniard, *Consumer Behavior*, trans. Budiyo (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995).

¹² Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*.

mendahuluinya adalah perilaku konsumen, sebab perilaku konsumtif didasari oleh perilaku konsumen.¹³

Kemudian menurut Setiadi ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut:¹⁴

a. Faktor kebudayaan

Kebudayaan adalah suatu hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi selanjutnya, sehingga inilah yang menentukan bentuk perilaku dimasyarakat seterusnya. Sebagai seorang konsumen maka ia akan mendapat sebuah nilai, persepsi, dan beberapa perilaku dalam mengonsumsi suatu produk melalui proses sosial yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial yang mengandung unsur kebudayaan. Kebudayaan merupakan hal yang sangat kompleks yang di dalamnya terdapat unsur pengetahuan, kepercayaan diri, seni, moral dan norma yang berlaku di masyarakat.

Suatu kebudayaan tentunya terdiri dari beberapa sub-budaya yang lebih kecil, inilah yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggota di dalamnya. Setiap sub-budaya memiliki pola tersendiri dalam menentukan produk yang akan mereka gunakan dan akan mempengaruhi pola konsumsi itu sendiri.

b. Kelas sosial

Kelas sosial merupakan sebuah kelompok yang relatif bertahan lama di suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang sama. Status kelas sosial sering menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda-beda. Jadi, perilaku konsumsi seseorang dapat dilihat dari

¹³ D. L Loudon and A. J Della Bitta, *Consumer Behavior: Concepts and Application* (Singapore: Mc. Grow-Hill, Inc., 1993).

¹⁴ Setiadi, *Perilaku Konsumen*.

strata sosialnya karena setiap orang akan memiliki kebutuhan dan perilaku yang berbeda-beda. Faktor kelas sosial terdiri dari:

1) Kelompok referensi

Kelompok referensi terdiri dari keseluruhan kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Pada umumnya seseorang dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi menurut tiga cara, yakni pertama kelompok referensi memperlihatkan pada orang lain terkait gaya hidup baru mereka. Kedua, mereka juga berpengaruh pada sikap dan konsep jati diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin menyesuaikan diri. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk yang akan dibeli seseorang.

2) Keluarga

Keluarga adalah kelompok terkecil dalam sebuah masyarakat, yang terdiri dari ayah, ibu dan anak. Dalam pengambilan keputusan pembelian, faktor ini sangat mempengaruhi karena keputusan yang mereka ambil sebelum bertemu dengan kelompok sosial yang lebih besar bermula pada kelompok terkecil itu sendiri yakni keluarga. Karena hubungan yang sangat erat, maka kebanyakan orang merasa keluarga adalah sebagian penting dalam menentukan keputusan yang di ambil.

3) Peran dan status

Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat di definisikan dalam peran dan status yang dimilikinya dalam kelompok tersebut. Maka tak bisa dipungkiri bahwa peran dan status yang di miliki seseorang berperan penting dalam pengambilan keputusan.

c. Faktor pribadi

Tamba menyebutkan bahwa faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang di pengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, yang kemudian di ekspresikan melalui tindakan.¹⁵

Faktor pribadi seseorang meliputi:

1) Usia dan tahapan siklus kehidupan

Perilaku konsumsi seseorang juga terbentuk dari tahapan siklus kehidupan yang sudah di lewatinya, maka seseorang akan mengonsumsi suatu produk sesuai kebutuhan pada usianya saat ini. orang dewasa biasanya akan mengalami perubahan tertentu pada saat mereka menjalani kehidupannya. Dan saat inilah mereka menyadari bahwa kebutuhan dirinya semakin meningkat, namun yang menjadi masalah adalah ketika gaya hidup serta perilaku mengonsumsi suatu barang berlebihan dan terjadi terus menerus.

2) Pekerjaan

Lingkungan pekerjaan sedikit banyak akan mempengaruhi minat seseorang dalam membeli suatu barang. Ada kalanya lingkungan pekerjaan membuat seseorang mengubah sudut pandanganya terkait gaya hidup yang dianutnya. Kelompok pekerja yang berada di atas rata-rata lebih banyak membeli produk-produk yang di tawarkan di masyarakat dengan keputusan karena mereka lebih banyak membutuhkan atau sekedar menyeimbangan gaya hidup dalam lingkungan pekerjaan itu sendiri.

3) Keadaan ekonomi

¹⁵ Darwis Tamba, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 17, no. 1 (2017): 28–48.

Keadaan ekonomi seseorang meliputi pendapatan yang di gunakan untuk berbelanja, tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap pengeluaran uang tabungan. Disini dapat dilihat bahwa seseorang dengan ekonomi di atas rata-rata maka tingkat konsumsi mereka pun beragam.

4) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang di perhatikan dalam bentuk kegiatan, minat dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara menyeluruh”, bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga mencerminkan seseorang sesuai kelas sosial masing-masing dan berkaitan dengan pemilihan produk yang akan di miliki atau dikenakan.

5) Kepribadian dan kontrol diri

Kemampuan untuk memilih atau membeli adalah sebuah tindakan berdasarkan sesuatu yang di yakini. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi secara baik dengan adanya sebuah kesempatan, kebebasan atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih beberapa hal yang sama memberatkan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kontrol diri bersifat membatasi setiap perilaku seseorang yang dirasa kurang berkenan untuk dirinya.

d. Faktor psikologis

Kotler dan Amstrong menyebutkan bahwa faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan di mana tempat ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh di masa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan

datang, pilihan barang yang di beli seseorang lebih di pengaruhi oleh faktor psikologis.¹⁶

Faktor psikologis meliputi:

1) Motivasi atau dorongan

Motivasi atau dorongan adalah sebuah rangsangan internal, yang menyebabkan adanya sebuah tindakan. Motivasi atau dorongan merupakan kekuatan pendorong yang akan mewujudkan suatu perilaku guna mencapai tujuan kepuasan pada dirinya.¹⁷

2) Persepsi

Persepsi merupakan proses yng dilalui seseorang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran mengenai sesuatu. Maka seseorang akan bertindak sesuai persepsi yang mempengaruhinya.

3) Proses belajar

Proses belajar adalah proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Kesimpulan dari penjabaran di atas adalah bahwa pengulangan dalam pembelian yang terus menerus maka akan mengukuhkan respon dan membina kebiasaan membeli.

4) Keyakinan

Keyakinan merupakan pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan seseorang bisa di dasari pada pengetahuan, wawasan, keyakinan dan kemungkinan berasal dari emosional atau bukan.

¹⁶ Philip Kotler and Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kese (Jakarta: PT. Indeks, 2007).

¹⁷ T. Hani Handoko, *Manajemen* (Yogyakarta: BPFU UGM, 2009).

Sedangkan menurut Tinarbuko faktor-faktor yang melatar belakangi adanya perilaku konsumtif adalah:¹⁸

a. Harga diri

Menurut Atkinson harga diri merupakan bagian yang terpenting dalam diri individu. Harga diri sebagian besar dihasilkan oleh refleksi dari penghargaan orang lain terhadap dirinya, agar dapat tumbuh dan berkembang dengan baik yang diperlukan oleh lingkungan yang mendukung harga diri merupakan penilaian individu yang diberikan kepada dirinya sendiri yang meliputi penilaian positif atau negatif yang dinyatakan melalui sikap menghargai atau tidak menghargai dirinya dan dimunculkan dalam bentuk hubungan yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan masyarakat dilingkungannya.¹⁹ Bila seseorang memiliki rasa harga diri yang sehat maka dapat mengenal dan dapat menerima diri sendiri dengan segala keterbatasannya.

b. Gengsi

Seseorang biasanya melakukan perilaku konsumtif akibat gengsi yang didukung oleh tindakan orang lain atau lingkungan sekitarnya yang juga memiliki kebiasaan berperilaku konsumtif.

Hal ini dilakukan hanya untuk menunjukkan bahwa seseorang yang melakukan perilaku konsumtif tersebut merasa mampu melakukan apa yang dilakukan oleh lingkungan sekitarnya juga. Alasan lainnya adalah merasa takut ketinggalan zaman atau dikatakan kurang *update*. Jadi harus dapat mengikuti *trend* yang sedang digemari, hal ini dikarenakan mereka ingin selalu tampil beda dari lingkungannya.

¹⁸ Tinarbuko, Sumbo. 2015. DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service

¹⁹ J. W. Atkinson, *Pengantar Psikologi*, trans. Nurdjanah and Rukmini (Jakarta: Erlangga, 1995).

c. Status sosial

Seseorang yang memiliki status sosial yang dipandang dalam lingkungannya atau seseorang yang sudah memiliki nama di lingkungannya akan mudah terpengaruh pada perilaku konsumtif. Perilaku seperti ini biasanya dilakukan di kalangan orang kaya yang gemar membelanjakan sebagian besar hartanya untuk membeli barang-barang yang di perlukan maupun barang-barang yang kurang di perlukan hanya sekedar untuk kebanggaan dan bermewah-mewahan.

d. Ekonomi

Kelas ekonomi yang cukup berada menjadi salah satu faktor penunjang munculnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif harus didukung oleh kondisi finansial yang memadai, agar tidak berdampak negatif terhadap diri.

e. Pengaruh kelompok

Semakin bertambahnya usia seseorang akan memiliki suatu kelompok sosial, dimana di dalamnya terdapat beberapa orang yang memiliki keinginan dan tujuan yang sama. Dalam hal ini kelompok dapat mempengaruhi keinginan seseorang dalam berperilaku konsumtif karena mereka menuntut kesamaan dalam berbagai hal agar tetap menyeimbangkan individu dalam kelompok tersebut.

Jadi berdasarkan uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat beragam faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif itu sendiri. Seperti faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rasyid ada tiga aspek perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:²⁰

a. Aspek Pembelian Impulsif

Aspek pembelian impulsif adalah pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang tidak bisa terkontrol dengan baik.

b. Aspek pembelian tidak rasional

Pembelian dilakukan bukan karena kebutuhan yang sedang dibutuhkan, melainkan perasaan gengsi yang muncul dalam diri karena takut di anggap tidak modern dan sebagainya.

c. Aspek pembelian boros atau berlebihan

Pembelian yang hanya menghambur-hamburkan uang karena membeli suatu barang di luar dari kegunaan barang itu sendiri. Untuk memahami perilaku sosial individu, dapat dilihat dari kecenderungan-kecenderungan ciri-ciri respon interpersonal-nya, yang terdiri dari: pertama, kecenderungan Peranan (*Role Disposition*); yaitu kecenderungan yang mengacu kepada tugas, kewajiban dan posisi yang dimiliki seorang individu. Kedua, kecenderungan Sosiometrik (*Sociometric Disposition*); yaitu kecenderungan yang bertautan dengan kesukaan, kepercayaan terhadap individu lain, dan Ketiga, ekspresi (*Expression Disposition*), yaitu kecenderungan yang bertautan dengan ekspresi diri dengan menampilkan kebiasaan-kebiasaan khas (*particular fashion*).²¹

²⁰ Lina and Haryanto F. Rosyid, "Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri," *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi* 4, no. xi (1997).

²¹ David Krech, *Individual In Societ* (Tokyo: McGraw-Hill Kogakasha, 1962).

4. Bentuk Perilaku Konsumtif

Ada beberapa bentuk perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono yaitu:²²

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Remaja membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen remaja sangat mudah terbuju untuk membeli produk yang dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi. Saat ini penampilan merupakan sesuatu yang harus dimiliki banyak orang, kaum muda sangat menjaga penampilan mereka karena dengan penampilan yang menarik mereka merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga menimbulkan kepercayaan diri dalam diri mereka.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga. Mempertimbangkan harga sama dengan mempertimbangkan kualitas suatu barang. Konsumen akan cenderung memilih barang yang sudah jelas merk dan harganya karena sudah banyak orang yang mengenyakannya, dan mereka percaya jika harga suatu barang mahal maka kualitasnya pun terjaga.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen sekarang ini kebanyakan membeli produk karena terbuju iklan dan rekomendasi dari orang lain. Saat ini sosial media sangat mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang dalam membeli suatu produk. Dengan dalih supaya mereka dianggap tidak ketinggalan zaman.

²² Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*.

- f. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang megiklankan. Konformitas adalah kecenderungan individu untuk mengubah persepsi, opini dan perilaku mereka sehingga sesuai atau konsisten dengan norma-norma kelompok.²³ Sosial media berperan penting dalam mempengaruhi perilaku seseorang, fungsi sosial media sudah sangat beragam hingga sebagai ladang bisnis dengan cara menggandeng seseorang yang berpengaruh besar (influencer).
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Barang bermerk dan harganya mahal, maka tidak semua orang bisa membelinya. Hal inilah yang menimbulkan kepercayaan diri lebih karena merasa dirinya lebih unggul daripada yang lain.
- h. Mencoba lebih dari dua produk (merek berbeda). Konsumen dengan perilaku kurang puas akan selalu menginginkan sesuatu yang lebih, berdasarkan tujuan mereka masing-masing.

C. Wanita Karier

1. Definisi Wanita Karier

Menurut kamus besar bahasa indonesia wanita memiliki arti “perempuan dewasa”. Sedangkan karier berarti “wanita yang berkecimpung dalam kegiatan profesi”. Di dalam Undang-Undang Kerja 1984 No. 12 disebutkan bahwa wanita bekerja atau pekerja wanita adalah seorang wanita yang melakukan aktifitas atau pekerjaan diluar rumah atau diluar urusan keluarganya atau wanita yang bekerja di segala macam perusahaan swasta atau negeri. Wanita karier memiliki manfaat yang besar tidak hanya di rumah tetapi juga di dunia kerja dengan menyalurkan potensi dan bakat. Wanita karier adalah wanita yang

²³ Suryanto et al., *Pengantar Psikologi Sosial* (Surabaya: Airlangga University Press, 2012).

memperoleh atau mengalami perkembangan dan kemajuan dalam pekerjaan, jabatan dan lain-lain.

Sedangkan menurut A. Hafidz Anshari A.Z wanita karier adalah wanita-wanita yang menekuni profesi atau pekerjaannya dan melakukan berbagai aktivitas untuk meningkatkan hasil dan prestasinya. Wanita semacam ini tidak seperti wanita pada zaman Siti Nurbaya yang hanya mendekam di dalam rumah merenungi nasib, terkungkung oleh tembok, pagar adat dan tradisi.²⁴

Menurut E. Sumaryono wanita karier adalah sosok perempuan yang dengan kemampuan dan pendidikan yang dimiliki mampu mengoptimalkan peran serta dan keterlibatannya, dan mempunyai kemampuan merealisasikan teori-teori ilmunya dalam ranah praktis dengan baik.²⁵

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwasannya wanita karier adalah wanita yang mandiri dalam hal finansial baik memiliki usaha sendiri atau bekerja di suatu lembaga tertentu.

2. Motivasi Wanita Untuk Berkarier

Setiap wanita yang berkarier pasti memiliki tujuannya masing-masing, baik untuk dirinya sendiri, orang tua dan lain sebagainya. Semakin majunya perkembangan wanita memiliki pola pikir yang luas tentang hidup, bekerja bukan hanya bagaimana bisa menghasilkan uang namun ada bagian dimana mereka akan mendapatkan pengalaman yang sangat berharga yang sebelumnya belum pernah mereka rasakan. Dengan berkarier

²⁴ A. Hafidz Anshary, Huzaimah T, and Yanggo, *Ihdad Wanita Karir Dalam Problematika Hukum Islam Kontemporer (Ii)*, 11th ed. (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2002).

²⁵ E. Sumaryono, *Etika Profesi Hukum, Norma-Norma Bagi Penegak Hukum* (Yogyakarta: Kanisius, 1996).

mereka akan menjadi pribadi yang lebih maju dan berkembang, skill mereka terhadap suatu bidang akan semakin terasah dan menambah tingkat kemandirian mereka.

kemudian motivasi yang mendorong seorang wanita untuk berkarier adalah:

a. Pendidikan

Hasan Ali menyatakan bahwa pendidikan akan melahirkan perempuan karier dalam berbagai bidang pekerjaan. Kemajuan wanita di lingkup pendidikan yang akan melahirkan wanita terdidik, tidak lagi puas bila hanya menjalankan peranannya di rumah saja.²⁶

b. Dipaksa oleh keadaan dan kebutuhan

Karena keadaan dengan ekonomi yang tidak menentu, sementara kebutuhan semakin hari semakin bertambah dan membutuhkan pemenuhan guna menyokong kehidupan sehingga dengan sendirinya harus bekerja di luar rumah.

c. Alasan ekonomi

Setiap orang pasti menginginkan perekonomian yang baik, namun ternyata tidak semua memiliki garis ekonomi yang beruntung. Guna untuk mempertahankan hidup maka sebagai wanita haruslah berusaha agar semua kebutuhannya terpenuhi.

d. Mencari kekayaan

Hal ini biasanya dilakukan oleh perempuan yang memiliki pola pikir realistis, melihat berbagai kebutuhan maupun keinginan membutuhkan uang untuk mendapatkannya maka mereka harus berusaha mendapatkannya penghasilan sendiri.

²⁶ M. Ali Hasan, *Masail Fiqhiyah Al-Haditsah Pada Masalah-Masalah Kontemporer Hukum Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998).

e. Mengisi waktu luang

Waktu luang akan terasa membosankan jika hanya diisi dengan berdiam diri di rumah. Oleh sebab itu untuk menghilangkan rasa bosan di rumah saja maka wanita ingin mencari kesibukan untuk mengisi waktu luang tersebut.

f. Mencari ketenangan dan hiburan

Seorang perempuan kadang memiliki kemelut tersendiri yang berkepanjangan entah dalam dirinya sendiri atau keluarga. Maka dari itu mereka mencari jalan keluar dengan menyibukkan diri mereka dengan pekerjaan.

g. Untuk mengembangkan bakat

Huzaimah tahido yanggo menyatakan bahwa bakat dapat melahirkan perempuan karier. Seorang yang bukan sarjana namun berbakat dalam bidang tertentu akan lebih berhasil dalam kariernya di bandingkan dengan seorang sarjana dari fakultas tertentu namun tidak berbakat dalam suatu bidang tertentu. Dengan munculnya faktor-faktor tersebut maka semakin terbuka kesempatan bagi perempuan untuk terjun ke dunia karier sesuai dengan bakat mereka masing-masing.²⁷

3. Manfaat Berkarier Bagi Wanita

²⁷ Farid Nu'man and Huzaemah Tahido Yanggo, *Fikih Perempuan Kontemporer* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010).

Menurut Flanders, manfaat berkarir untuk wanita itu sendiri adalah:²⁸

a. Mendukung ekonomi keluarga

Dalam hal ini guna membantu perekonomian keluarga terutama orang tua, misalnya memenuhi keperluan rumah tangga atau memenuhi kebutuhan pribadinya, membantu kedua orang tua memenuhi kebutuhan rumah dan lain sebagainya.

b. Meningkatnya harga diri dan pemantapan identitas

Dengan bekerja maka memungkinkan bagi seorang wanita untuk mengekspresikan diri sendiri, dengan cara yang kreatif dan produktif untuk menghasilkan sesuatu yang membanggakan bagi diri sendiri. ditambah lagi jika prestasinya tersebut mampu mendatangkan penghargaan dan timbal balik yang positif.

c. Pemenuhan kebutuhan sosial

Wanita yang bekerja maka akan menghasilkan pendapatan sendiri, pendapatan inilah yang akan menunjang dirinya dalam memenuhi kebutuhan sosialnya dengan terpenuhinya kebutuhan akan kebersamaan dan menjadi bagian daripada komunitas sosialnya.

d. Peningkatan skill dan kompetensi

Seorang wanita yang bekerja harus bisa menyesuaikan diri dengan tuntutan, baik tuntutan tanggung jawab maupun tuntutan skill dan kompetensi dalam pekerjaannya.

Untuk itu, seorang wanita dituntut secara kreatif dalam menemukan skill yang dapat dikembangkan demi kemajuan dirinya. Peningkatan skill dan kompetensi yang terus menerus maka akan mendatangkan nilai lebih pada dirinya dalam sektor

²⁸ J. R. Gillespie and F. B. Flanders, *Modern Livestock and Poultry Production: Feeding, Management, Housing, and Equipment* (New York: Delmar, 2010).

pekerjaan yang di embannya.