

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam ilmu ekonomi menurut Alam (2013:46) “Konsumsi adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengurangi atau menghabiskan faedah suatu benda (barang dan jasa) dalam rangka memenuhi kebutuhan.” Masyarakat selaku salah satu pelaku ekonomi sebagai konsumen tentu melakukan kegiatannya, yakni konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat konsumen memiliki kecenderungan bahwa masing-masing orang senantiasa berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya semaksimal mungkin. Pada dasarnya kebutuhan masyarakat terbatas, namun keinginan lah yang tidak terbatas banyaknya. Manusia tidak pernah merasa puas atas apa yang telah mereka peroleh dan mereka capai. Untuk memenuhi kebutuhan serta keinginnya manusia dihadapkan pada permasalahan terbatasnya sumberdaya yang tersedia, sehingga manusia menghadapi pilihan, dan memang harus menentukan pilihan.

Dalam memenuhi kebutuhannya masyarakat dituntut untuk bisa menjadi konsumen yang rasional, karena apabila tidak berperilaku rasional maka akan menghadapi konsekuensi seperti salah satunya yaitu penghasilannya tidak mencukupi kebutuhan hidupnya. Kemudian menurut Rahmat Hidayat (2016:102) mengemukakan bahwa “rasionalitas menjadi satu bagian yang penting dalam kajian di bidang ilmu-ilmu sosial dan perilaku, terutama psikologi, ekonomika, dan filsafat.” Seseorang akan senantiasa berperilaku rasional apabila orang tersebut memiliki kemampuan untuk berpikir secara rasional pula, sebagaimana orang tersebut akan memilah untuk mengambil keputusan baik dari segi kebutuhan, urgensi, tujuan, serta mempertimbangkan kelebihan dan kekurangannya. Dengan berpikir rasional maka tentu akan mendapatkan solusi terbaik yang rasional pada setiap situasi. Namun, dengan keinginan yang tidak terbatas serta hobi dan kegiatan lainnya yang tidak terbatas, masyarakat cenderung berperilaku tidak rasional dalam berkonsumsi. Dalam melakukan konsumsi (membeli serta memakai barang/jasa), pada dasarnya dipengaruhi oleh tiga kategori yaitu pengaruh lingkungan, perbedaan

dan pengaruh individual, serta proses psikologis. Setiap orang memiliki lingkungan yang berbeda, memiliki norma yang dipersepsikan dan diyakini oleh individu atas dasar pengaruh dari orang lain yang dianggap penting bagi individu, hal ini bisa disebut sebagai Norma Subjektif, sebagaimana dijelaskan Feldman (dalam Putu Bayu dan Ni Ketut, 2016:1724) bahwa Norma subjektif adalah “Persepsi tentang tekanan sosial dalam melaksanakan perilaku tertentu.” Kemudian juga setiap orang memiliki persepsi atas kontrol pada dirinya, baik terhadap sikap maupun perilaku, hal ini dimaksudkan pada Kontrol Perilaku yang dipersepsikan yaitu keyakinan adanya kemudahan atau hambatan untuk melakukan suatu tindakan atau pembelian. Sebagaimana dijelaskan Ajzen (dalam Sherly Pangestika dan Klemens Wedanaji P, 2017:253) bahwa Kontrol perilaku yang dipersepsikan merupakan “persepsi individu dalam melakukan suatu perilaku untuk mencerminkan pengalaman masa lalu. Kontrol perilaku yang dipersepsikan mengacu pada persepsi kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku dan diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu serta hambatan diantisipasi dan rintangan.” Dengan faktor-faktor tersebut memungkinkan adanya perubahan atau perbedaan perilaku yang timbul dari setiap orang.

Kebutuhan masyarakat bukan hanya sandang, pangan dan papan saja, melainkan ada hal lain, salah satunya adalah alat transportasi. Kendaraan bermotor merupakan sarana transportasi produktif bagi masyarakat di Indonesia, khususnya sepeda motor. Kini, sepeda motor sudah menjadi bagian dari gaya hidup dan hobi dari masyarakat, bahkan bisa mengantarkan pada prestasi tertentu yang membanggakan. Dilansir dari *Aisi.or.id* produsen sepeda motor di Indonesia, diantaranya adalah Honda, Kawasaki, Yamaha, Suzuki dan TVS. Perusahaan-perusahaan tersebut mengeluarkan produknya tentu sudah sesuai dengan standar kualitas perusahaan, memenuhi syarat pembuatan dan peredaran, dimana produknya di buat sedemikian rupa dan telah melalui serangkaian proses *quality test* agar menjamin keamanan dan kenyamanan pengguna dalam berkendara.

Dengan banyaknya jenis motor dari berbagai perusahaan, muncul para komunitas motor sebagai wadah dari orang-orang pecinta motor sebagai sarana

menyalurkan hobinya, terlebih di Tasikmalaya terdapat salah satu komunitas motor bernama KHOTAK (Komunitas Motor Honda Tasikmalaya). Untuk memenuhi keinginan serta hobi, pada kenyatannya anggota komunitas motor di Tasikmalaya cenderung lebih mementingkan aksesoris motornya, terlebih dengan *trend* modifikasi yang tentunya membutuhkan biaya. Peneliti telah melakukan pra-penelitian dengan responden sebanyak 176 orang, sebagai berikut :

Tabel 1.1
Hasil Pra-penelitian

Kriteria	Jumlah Responden (orang)
Melakukan Modifikasi	141
Melakukan Pembelian Aksesoris Motor	172
Intensitas Pembelian (dalam 1 bulan) :	
1-2 kali	132
3-4 kali	23
5-6 kali	3
Lebih dari 6 kali	18
Alasan melakukan modifikasi dan/atau membeli Aksesoris Motor :	
Memenuhi Keinginan	11
Kepuasan Pribadi	40
Hobi	24
Ingin tampil beda dan terlihat keren	94
Memenuhi Kebutuhan dan urgensi	3

(Sumber : Hasil Pengolahan Data Pra-penelitian 2021)

Sebagaimana data diatas diketahui 141 orang atau 80,1 % menyatakan melakukan modifikasi pada motornya dengan hal terkecil dengan mengganti warna lampu sampai ada yang melakukan modifikasi *full body*, dan 172 orang menyatakan melakukan pembelian aksesoris motor. Dengan intensitas pembelian yang dilakukan responden dalam kurun waktu 1 bulan bermacam-macam, 132 orang menyatakan 1-2 kali, 23 orang menyatakan 3-4 kali, 3 orang menyatakan 5-6 kali dan 18 orang menyatakan lebih dari 6 kali. Alasan responden memodifikasi dan membeli aksesoris motor tersebut adalah memenuhi keinginan, kepuasan pribadi, hobi, ingin tampil beda dan terlihat keren, hanya 3 orang responden yang menyatakan melakukan pembelian aksesoris motor untuk memenuhi kebutuhan.

Hal ini tentu dapat dikatakan bahwa perilaku konsumsi anggota komunitas motor honda di Tasikmalaya tidak rasional dalam melakukan modifikasi dan/atau membeli aksesoris motor karena bisa dilihat dari intensitas yang cukup sering serta alasan mengapa melakukan dan/atau membeli aksesoris motor padahal produk motor itu sendiri sudah terstandarisasi. Hal ini bertentangan dengan konsep yang seharusnya bahwa menurut Nitisusastro (dalam Yultiana Marsela,2020:53) “Perilaku konsumsi merupakan tindakan yang didasarkan pada pertimbangan yang rasional.”

Peneliti berpikir bahwa pembahasan mengenai Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang dipersepsikan khususnya terhadap rasionalitas perilaku konsumsi sangat diperlukan, karena setiap orang harus melakukan pembelian atau berperilaku konsumsi secara rasional, melakukan pembelian yang berlebihan dan dianggap tidak rasional akan berdampak pada keuangannya sendiri, terlebih pada pembelian barang yang bukan prioritas, maka dari itu perlu diberi informasi tambahan, untuk menumbuhkan kesadaran bagi orang-orang yang melakukan modifikasi dan melakukan pembelian aksesoris motor bahwa produk itu sudah sesuai dengan standar dari perusahaan baik keamanan, kenyamanan, serta modelnya sudah baik, kenapa harus dirubah kembali menjadi produk yang dinilai sesuka hatinya. Kemudian juga agar dapat mengatasi permasalahan serta tidak menimbulkan permasalahan lanjutan bagi pemenuhan kebutuhan individu, penggunaan keuangan, keberlangsungan perekonomian baik individu, keluarga maupun masyarakat akan lebih aman dan terjaga. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU YANG DIPERSEPSIKAN TERHADAP RASIONALITAS PERILAKU KONSUMSI AKSESORIS MOTOR (Studi Survei pada Anggota Komunitas Honda Tasikmalaya)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penulisan penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh Norma Subjektif terhadap rasionalitas perilaku konsumsi aksesoris motor?
2. Bagaimana pengaruh Kontrol Perilaku yang dipersepsikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi aksesoris motor?
3. Bagaimana pengaruh Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang dipersepsikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi aksesoris motor?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh Norma Subjektif terhadap rasionalitas perilaku konsumsi aksesoris motor.
2. Pengaruh Kontrol Perilaku yang dipersepsikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi aksesoris motor.
3. Pengaruh Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang dipersepsikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi aksesoris motor.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperhatikan rasionalitas dalam hal perilaku konsumsi dan dapat memperluas wawasan berpikir serta pengetahuan dari hasil penelitian lapangan dan mendapat pengalaman dalam mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah.

2. Bagi Komunitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai rasionalitas perilaku konsumsi sebagai bahan acuan dalam pengembangan kualitas konsumsi anggota serta dapat berperilaku rasional dalam hal konsumsi.

3. Bagi Jurusan Pendidikan Ekonomi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber referensi ilmu pengetahuan dari hasil penelitian lapangan, khususnya bagi mahasiswa/mahasiswi Jurusan Pendidikan Ekonomi.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bermanfaat sebagai salah satu bahan informasi, khususnya bagi peneliti yang akan membahas serta mengembangkan lebih lanjut tentang masalah yang sama dengan objek yang berbeda.