

Potensi Teknik Focus Group Discussion Dalam Mengurangi Perilaku Konsumtif

Dewi Fitriani¹, Guruh Sukma Hanggara²
Universitas Nusantara PGRI Kediri^{1,2}
dewi39211@gmail.com¹, kangguruh@gmail.com²

ABSTRACT

In an advanced era like today, many people, even mostly people, both young and old, make transactions online and offline in various existing media, especially e-commerce. Doing business online offers many conveniences. For example, as a buyer, you don't have to buy at the store, you just have to wait for the package at home. However, what researchers discuss in this study is about online transactions and how directed discussion techniques can minimize consumer behavior. There are many techniques in group supervision, but the researchers in this study used focus group discussion techniques designed to minimize the current trend of consumerism. The purpose of this study is the group management of focus group discussion techniques to minimize consumer behavior and how this guidance is influential in overcoming the behavior while the discussion summary discussed in this study is naturally related to today's online adolescent consumer behavior.

Keywords: transactions, focus group discussion, group conseling

ABSTRAK

Di zaman yang sudah maju seperti sekarang ini, banyak orang, bahkan kebanyakan orang baik tua maupun muda melakukan transaksi secara online maupun offline di berbagai media yang ada khususnya e-commerce. Berbisnis online menawarkan banyak kemudahan. Misalnya sebagai pembeli tidak harus membeli di toko, cukup menunggu paketnya di rumah. Namun yang peneliti bahas dalam penelitian ini adalah tentang transaksi online dan bagaimana teknik diskusi yang terarah dapat meminimalisir perilaku konsumen tersebut. Ada banyak teknik dalam supervisi kelompok, namun peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik diskusi kelompok terarah yang dirancang untuk meminimalkan tren konsumerisme saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah manajemen kelompok dari teknik diskusi kelompok terarah untuk meminimalkan perilaku konsumen dan bagaimana bimbingan ini berpengaruh dalam mengatasi perilaku sementara ringkasan diskusi yang dibahas dalam penelitian ini secara alami terkait dengan perilaku konsumen online remaja saat ini.

Kata Kunci: transaksi, diskusi kelompok terarah, bimbingan kelompok

PENDAHULUAN

Layanan bimbingan dan konseling adalah bantuan yang diberikan baik secara perorangan maupun kelompok. Ada berbagai layanan konseling dan kelompok seperti layanan pembelajaran, layanan informasi, layanan bimbingan, dll. dan itu tentu saja sangat menguntungkan individu dan kelompok yang menggunakan layanan tersebut.

Pada saat ini banyak sekali kalangan orang dari usia muda maupun dari kalangan usia tua yang melakukan transaksi secara online maupun offline, namun hal atau pembahasan yang akan dikaji dalam penelitian ini

adalah perilaku konsumtif secara online yang sedang marak terjadi pada saat ini. Banyak sekali faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif salah satunya karena melakukan pembelian secara impulsif yakni seseorang yang berperilaku semata-mata hanya Berdasarkan keinginannya saja tanpa memperimbangan sebelumnya dan berdasarkan hanya bersifat ingin mengikuti sesuatu yang sedang viral saja. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana orang menghabiskan uang dan bagaimana mengalokasikan waktu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, hobi dan pandangan dalam membelanjakan uang dan cara mengalokasikan waktu.

Gaya hidup dapat mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang tentang bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup sebenarnya tidak diperlukan oleh seseorang, melainkan hanya tidak ingin dilampaui oleh orang lain, lalu berlomba-lomba mengikuti trend. Gaya hidup mahasiswa saat ini cenderung konsumtif karena lebih mementingkan gaya hidupnya daripada kebutuhan untuk mendukung kegiatan perkuliahan, misalnya seorang mahasiswa lebih memilih menggunakan uangnya sendiri untuk membeli barang kekinian. seperti membeli makanan atau minuman di warnet yang sekarang sedang populer dengan harga mahal, produk kecantikan terbaru, aksesoris pakaian, aksesoris motor, aksesoris komputer laptop atau smartphone, dan deposit kupon judi online sebagai pengganti uang hasil jerih payah untuk keperluan kuliah, perilaku boros disebabkan oleh dua hal, terutama variabel ekstrinsik dan internal. Perilaku adalah inspirasi, proses belajar, kepribadian, konsep diri dan gaya hidup.

Solomon (2018) menjelaskan bahwa: "It is a have a look at of the methods involved whilst people or corporations select, buy, use, or remove products, services, ideas, or stories to meet wishes and wants". Pada dasarnya gagasan tentang perilaku pembeli. Apa yang ditemukan adalah bagaimana pelanggan melakukan teknik memilih, membeli, menggunakan dan menghapus layanan dan produk yang telah dikonsumsi dengan kata lain bahwa pelanggan akan mengulangi pembeliannya jika produk tersebut telah habis dimakan senang atau bahkan mungkin setia.

Teknik diskusi kelompok terarah merupakan salah satu teknik diskusi kelompok terarah yang dapat digunakan untuk kepemimpinan kelompok. Dalam hal ini peneliti menilai bagaimana teknik FGD ini dapat bermanfaat untuk meminimalisir perilaku konsumen khususnya saat membeli secara online dan juga bagi kalangan muda yang ingin mencoba hal baru dan mengikuti trend yang ada.

PEMBAHASAN

Teknik Focus Group Discussion

Pengertian FGD

Secara sederhana dapat didefinisikan sebagai diskusi yang dilakukan secara sistematis dan terfokus pada topik tertentu. Diskusi kelompok terarah adalah proses sistematis pengumpulan informasi dan pengetahuan tentang suatu masalah tertentu yang sangat spesifik. Seperti namanya, definisi focus group discussion (FGD) mencakup tiga kata kunci: (a). Diskusi (bukan wawancara atau diskusi); (b). kelompok (bukan individu); dan (c). terfokus/terarah (tidak bebas). Artinya, meskipun FGD pada dasarnya adalah percakapan, namun tidak sama dengan wawancara, pertemuan, atau percakapan multi-orang di kedai kopi. FGD bukan sekedar berkumpulnya beberapa orang untuk membahas sesuatu (Wulandari, 2021).

Karakteristik FGD

Jumlah peserta dalam kelompok cukup 7-10 orang, tetapi dapat diperluas hingga 12 orang, izinkan semua orang memiliki kesempatan untuk mengungkapkan pendapatnya serta cukup untuk mendapatkan pendapat dari para anggota kelompok yang berbeda (Krueger, 2020). Kuantitas peserta besar sebenarnya juga bisa memberikan keuntungan lain yaitu melebarkan sudut perspektif dan pengalaman peserta potensial muncul. Namun meski jumlah pesertanya tidak banyak dan waktu untuk menyatakan pendapat tidak ada terbatas, peserta memiliki jumlah waktu tertentu katakan karena pusat perhatian tidak adil pada satu responden tetapi di semua peserta. Peserta harus memiliki karakteristik yang sama atau seragam. Karakteristik serupa diidentifikasi oleh tujuan atau topik diskusi dengan tetap menghormati dan memperhatikan perbedaan ras, suku, bahasa, Literasi, pendapatan dan gender (Krueger, 2020). Semakin homogen peserta, semakin banyak mereka dapat berkomunikasi dengan bebas, tidak perlu ketakutan atau keengganan, dan fokus pada topik yang sedang didiskusikan. Probabilitas kondisi yang terjadi dimana ada peserta yang kurang beruntung akan berkurang dengan consensus.

Tahapan Focus Group Discussion

Pada dasarnya langkah-langkah diskusi kelompok sama dengan orientasi kelompok pada umumnya, khususnya dalam 4 langkah sebagai berikut: 1) Tahap Pembentukan, Ini adalah tahap pengenalan diri, keterlibatan diri, dan integrasi diri. Dalam hal ini, peneliti berperan sebagai ketua kelompok sekaligus sebagai moderator FGD yang bertugas mengatur alur diskusi. Pada tahap ini ketua kelompok menjelaskan kegiatan diskusi yang akan dilakukan, topik yang akan dibahas dan metode yang digunakan yaitu diskusi kelompok. 2) Tahap Transisi, Ini adalah hubungan antara langkah pertama dan ketiga. Pada langkah ini ketua tim menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan pada langkah selanjutnya dan menanyakan apakah anggota tim sudah siap untuk

mengikuti kegiatan selanjutnya. Hal ini menunjukkan bahwa kesukarelaan setiap anggota dituntut untuk berpartisipasi dalam kegiatan diskusi sebagai prinsip kegiatan kelompok. 3) Tahap Operasional, Pada tahap ini, anggota kelompok mendiskusikan topik diskusi yang disebutkan oleh ketua kelompok pada tahap pembentukan. Semua anggota kelompok memiliki kesempatan yang sama, dalam hal ini ketua kelompok hanya sebagai pengatur lalu lintas untuk pembahasan topik permasalahan. 4) Tahap akhir, Sebagai tahap akhir dari proses kerja kelompok, pada tahap ini anggota kelompok menyimpulkan topik-topik yang telah dibahas sebelumnya, mendiskusikan hasil atau apa yang telah dicapai kelompok, dan mendiskusikan sekaligus mendiskusikan kegiatan kelompok lainnya.

Bukti-Bukti Penelitian FGD

Teknik ini diharapkan dalam mengurangi perilaku konsumtif siswa bahwa perilaku konsumtif hanya akan berdampak kurang baik pada diri mereka. Sehingga mereka akan berpikir lebih jauh untuk berperilaku konsumtif. Strategi ini membantu siswa mengurangi perilaku konsumtif mereka. Selain alasan tersebut, pemilihan diskusi kelompok juga dilatarbelakangi oleh fakta bahwa metode ini dipelajari oleh Darmastuti (2015) pada siswa kelas X konstruksi kayu di SMKN 1 Kediri. Perubahan tingkat kematangan profesional siswa dapat diamati selama analisis data dilakukan dengan tes tanda tangan. Selain itu, Didasarkan pada hasil kegiatan hasil pengabdian kepada masyarakat sebelumnya yang dilakukan oleh Wijaya (2023) Pengabdian ini untuk siswa SMKN 1 Sumenep. Metode yang digunakan adalah sosialisasi dan forum focus group discussion (FGD). Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan kesadaran siswa untuk menggunakan teknologi dan internet secara lebih efektif. Penelitian dengan metode focus group discussion juga dilakukan oleh Wantah (2018) karena perilaku konsumtif yang banyak terjadi pada keluarga nelayan pesisir di Kabupaten Minahasa Utara. Selain itu, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2021) yakni Peningkatan Kemampuan Pemilihan Karir Siswa Sekolah Kejuruan Melalui Focus Group Discussion (FGD). Penelitian ini juga dilakukan oleh Apriadi (2023) Melalui penggunaan metode observasi, Focus Group Discussion (FGD), dan edukasi yang efektif, kegiatan pengabdian ini mampu mencapai tujuan yang disasar.

Perilaku Konsumtif

Pengertian perilaku Konsumtif

Perilaku konsumen (consumer behavior) adalah kegiatan orang-orang yang terlibat langsung dalam perolehan dan penggunaan barang dan layanan ini termasuk tanda terima Keputusan tentang persiapan dan penentuan langkah-langkah ini. Kaitannya dengan keputusan pembelian produk atau jasa, memahami perilaku konsumen berisi jawaban atas pertanyaan seperti "Apa" itu beli dimana beli (dimana), caranya gimana (seberapa sering)



membeli dan dalam keadaan apa (di mana kondisi) barang dan jasa yang dibeli. Keberhasilan suatu perusahaan dalam pemasaran sangat penting didukung oleh pemahaman yang baik tentang perilaku Konsumen karena memahami perilaku konsumen Perusahaan dapat menciptakan apa pun yang diinginkannya Konsumen.

Manusia sebagai makhluk hidup di dunia ini memiliki banyak kebutuhan sehari-hari dalam hidupnya. Kebutuhan ini dibagi menjadi tiga bidang: kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Jika kebutuhan primer, sekunder dan tersier ditempatkan dalam kategori kebutuhan manusia berdasarkan intensitasnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Muh. Syarifuddin, 2018) bahwa kebutuhan manusia diklasifikasikan menjadi tiga jenis menurut intensitasnya, yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier.

Faktor Penyebab Perilaku Konsumtif

Ada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam belanja online. Faktor internal meliputi motivasi pembelian dan persepsi belanja online. Motivasi adalah dorongan yang ada pada individu untuk bertindak. Suatu bentuk insentif yang dihasilkan dari kebutuhan untuk dipuaskan. Motivasi juga berperan sebagai motivator bagi perilaku, memberikan tujuan dan arah bagi perilaku. Mengenai persepsi, Siswa belanja online percaya bahwa belanja online dianggap nyaman. Selanjutnya terdapat faktor eksternal yaitu kebiasaan masyarakat dan kelompok teman yang juga mempengaruhi perilaku belanja online (Roslan, 2018). Dalam hal ini remaja kebanyakan hanya mengikuti teman-temannya, agar tidak ketinggalan zaman dan update. Mereka membeli hanya untuk memenuhi keinginannya dan bukan karena kebutuhannya. Sehingga ketika seorang remaja melakukan hal tersebut, banyak faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumsi tersebut. Dan masih jarang anak muda yang melakukan kegiatan menabung. Padahal, remaja masa kini lebih sering membeli aktivitas karena lebih mudah menggunakan internet dan teknologi yang mendukung kemudahan itu.

Bahaya atau Resiko Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumen dapat membuat seseorang lebih tertarik ingin daripada butuh dan tidak tahu manfaat dari produk ini karena mereka lebih mementingkan kepuasan. Hal seperti ini seharusnya mungkin terbatas, karena konsumtif berlebihan menyebabkan hal negatif. Menurut Hidayah (2018) dampak negative perilaku konsumtif, yaitu: 1) Sifat boros, pengeluaran uang yang tidak berarti. Belanja hanya karena tergoda oleh kehausan untuk berbelanja dan nafsu murni. 2) Jarak sosial atau ketidaksetaraan, yaitu antara orang-orang ada kecemburuan, iri hati dan kebencian di lingkungannya. 3) Pelanggaran, artinya seseorang membenarkannya dengan berbagai cara untuk mendapatkan apa yang dia inginkan. 4) Akan membesarkan orang yang

tidak produktif, dalam artian tidak produktif bisa menghasilkan uang tapi hanya memakai dan Membelanjakan.

Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur apakah individu berperilaku konsumtif atau tidak. Menurut Dikria (2016) perilaku konsumtif, yaitu: 1) Membeli produk karena daya tarik hadiah Orang membeli produk karena harga ditawarkan ketika membeli barang. 2) Beli karena kemasannya eye-catching. Konsumen mudah dibujuk untuk membeli produk Dikemas dengan hati-hati dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi membeli produk hanya karena produknya Ini dikemas dengan rapi dan indah. 3) Beli barang untuk menjaga gengsi. Konsumen memiliki niat beli yang tinggi karena fitur pakaian, makeup, gaya rambut dan seperti itu untuk bisa tampil menarik orang lain. Habiskan lebih banyak uang untuk menunjang penampilan. 4) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku seperti yang ditunjukkan oleh kehadiran mereka hidup mewah harus cenderung menggunakan segalanya dianggap paling mewah.

Potensi FGD dalam Menurunkan Perilaku Konsumtif

Teknik ini diharapkan dalam mengurangi perilaku konsumtif siswa bahwa perilaku konsumtif hanya akan berdampak kurang baik pada diri mereka. Sehingga mereka akan berpikir lebih jauh untuk berperilaku konsumtif. Strategi ini membantu siswa mengurangi perilaku konsumtif mereka. Didasarkan pada hasil kegiatan hasil pengabdian kepada masyarakat sebelumnya yang dilakukan oleh Wijaya (2023) Pengabdian ini untuk siswa SMKN 1 Sumenep. Metode yang digunakan adalah sosialisasi dan forum focus group discussion (FGD). Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan kesadaran siswa untuk menggunakan teknologi dan internet secara lebih efektif. Selain alasan tersebut, pemilihan teknik FGD juga dilatarbelakangi oleh fakta bahwa metode ini dipelajari oleh Virga (2017) pada remaja masjid Al-Islah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja masjid Al-Islah menyadari bahwa iklan yang mereka lihat melalui televisi dan media cetak adalah iklan rokok meskipun tampilan iklan tersebut tidak menampilkan wujud rokok dan apa akibat dari iklan tersebut serta efek dari merokok sehingga timbul perilaku konsumtif terhadap produk rokok dan remaja masjid mengalami penurunan yang signifikan. Penelitian dengan metode focus group discussion juga dilakukan oleh Wantah (2018) karena perilaku konsumtif yang banyak terjadi pada keluarga nelayan pesisir di Kabupaten Minahasa Utara. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Sudirja dan Salsabila (2023) dengan hasil yakni data diperoleh dari hasil Focus Group Discussion (FGD) yang mana mahasiswa tersebut memutuskan untuk juga dapat mengatur kebutuhan prioritas dan tidak berperilaku konsumtif. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Safitri dan Arviani (2023) yakni peran konten promosi spill outfit di tiktok pada

perilaku konsumtif remaja putri surabaya dengan menggunakan teknik Focus Group Discussion.

Jadi teknik Focus Group Discussion ini dapat menurunkan perilaku siswa ataupun remaja yang dapat dilakukan oleh guru bk maupun konselor. Karena penelitian sebelumnya menunjukkan adanya perubahan dari sebelum di berikan layanan dan sudah di berikan layanan dalam mengurangi perilaku konsumtif yang di alami oleh remaja maupun siswa sekolah. Sebelum di berikan teknik FGD ini perilaku konsumtif tergolong tinggi dan setelah di berikan layanan tersebut maka bisa menurunkan perilaku konsumtif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perilaku konsumsi didefinisikan sebagai aktivitas di mana barang dibeli bukan untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan, menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Perilaku konsumen muncul dari kenyataan bahwa konsumen itu sendiri telah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Pada saat yang sama, perilaku konsumen berkembang, terutama setelah industrialisasi, ketika barang-barang diproduksi secara massal, yang membutuhkan lebih banyak konsumen. Ciri-ciri remaja adalah keadaan psikologis yang sangat labil sehingga mudah dipengaruhi. Perilaku konsumsi seorang remaja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang melatarbelakangi perilaku tersebut, seperti pembelian impulsif, pemborosan dan pencarian kesenangan. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor internal dan faktor eksternal. Dari fenomena yang ada saat ini peneliti tertarik dalam melakukan bimbingan terhadap perilaku konsumtif. Semoga dengan di adakannya penelitian ini dapat bermanfaat bagi individu tersebut, orang lain, lembaga atau instansi maupun terhadap sekolah tersebut. Peneliti berharap supaya penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan guru dalam menerapkan layanan bimbingan kelompok khususnya dalam teknik focus group discussion.

DAFTAR RUJUKAN

- Apriadi, I. D. M. A., Wardani, K. D. K. A., & Gorda, A. A. N. E. S. (2023). Edukasi Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif untuk Meminimalisir Terjadinya Gagal Bayar Kredit di Bank BPD Bali. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 439-447.
- Darmastuti, I. (2015). *Penerapan Bimbingan Kelompok Teknik Focus Group Discussion untuk Meningkatkan Kematangan Karir Siswa Kelas X Program Keahlian Konstruksi Kayu di SMKN 1 Kediri* (Doctoral dissertation, State University of Surabaya).
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128-139.

- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh uang saku, locus of control, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025-1039.
- Krueger, D., Schäuffele, S., Zeller, F., Demir, I. E., Theisen, J., Michel, K., & Schemann, M. (2020). Peppermint and caraway oils have muscle inhibitory and pro-secretory activity in the human intestine in vitro. *Neurogastroenterology & Motility*, 32(2), e13748.
- Roslan, S., Anggraini, D., & Minanda, A. (2018). *Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo kendari* (Doctoral dissertation, Haluoleo University).
- Safitri, Y., & Arviani, H. (2023). Peran Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7), 5253-5262.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, 12th Edition and Global Edition, Pearson.
- Sudirja, D., & Salsabila, H. A. (2023). Faktor yang Memengaruhi Keputusan Menabung (Studi Kasus Mahasiswa UIN SMH Banten). *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 9(1), 63-78.
- Syarifuddin, M. (2018). Masalah Sebagai Alternatif Istinbath Hukum Dalam Ekonomi Syari'ah. *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi*, 17(1), 46-61.
- Wantah, E. (2018). Pemberdayaan nelayan berbasis pendidikan ekonomi dan potensi pesisir di Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Teori dan Praksis Pembelajaran IPS*, 2(2), 101-110.
- Wijaya, N. Q., Ainun, M. B., & Arfiyanto, D. (2023). PENINGKATAN KESADARAN GENERASI MUDA AKAN PENTINGNYA BISNIS DIGITAL DI ERA DIGITAL. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 7(1), 196-207.
- Wulandari, A. (2021). Peningkatan Kemampuan Pemilihan Karir Siswa Sekolah Kejuruan Melalui Focus Group Discussion (FGD). *Jurnal Kreatif Online*.
- Virga, R. L. (2017). Literasi iklan rokok dan perilaku konsumtif remaja melalui pemberdayaan remaja masjid. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 33-44.