

BAB I

PENDAHULUAN

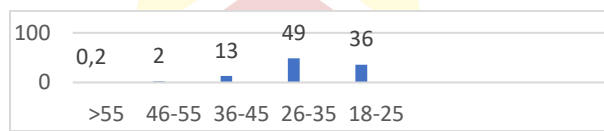
A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang begitu pesat di Indonesia, teknologi terus mengalami kemajuan yang signifikan. Perkembangan teknologi ini membawa berbagai perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam nilai-nilai sosial serta gaya hidup, salah satunya terkait pada kebiasaan berbelanja. Munculnya fenomena baru dalam berbelanja yang sebelumnya dengan cara langsung mendatangi toko, mall, dan pasar tradisional (Rakhman & Pertiwi, 2023), sekarang berbelanja tidak lagi secara *offline* melainkan bisa dengan mudah melalui platform *online*, sehingga membuat pola konsumsi masyarakat berkembang yang didukung dengan adanya teknologi digital.

Belanja *online* dilakukan antara penjual dan pembeli melalui teknologi digital dengan membuka situs-situs belanja *online* (*e-commerce*) (Haryanto, 2022). Belanja *online* merupakan aktivitas membeli barang atau jasa kepada penjual secara langsung hanya menggunakan internet tanpa adanya perantara media lain. Belanja *online* juga memberi kemudahan akses berbagai pilihan produk, bisa melakukan transaksi tanpa wajib datang langsung ke tokonya, serta metode pembayaran yang semakin praktis membuat belanja *online* semakin diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga dewasa dan lanjut usia.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia menduduki peringkat nomor 5 dunia dengan persentase pengguna sebesar 36% sebagai negara paling sering belanja *online*. Berdasarkan data CNN Indonesia 2021 menyebutkan bahwa kategori pembelian produk suatu barang yang dilakukan di pasar *online* sekitar 88,1% pengguna internet yang berada di Indonesia, jumlah pengguna internet tersebut membuat Indonesia sebagai peringkat pertama di dunia yang melakukan belanja *online* di semua kalangan usia. Berikut penjelasan mengenai jumlah transaksi belanja *online* berdasarkan usia:

Gambar 1.1
Jumlah Transaksi Belanja *Online* Berdasarkan Usia



Sumber: kredivo

Gambar 1.1 menjelaskan tentang transaksi belanja *online* berdasarkan usia, dimana kelompok usia 26-35 tahun berada pada persentase 49% dari seluruh transaksi belanja *online*. Selanjutnya kelompok usia 18-25 tahun berada pada persentase 36%, kelompok usia 36-45 tahun menempati persentase sebesar 13%. Kelompok usia 46-55 menempati persentase sebesar 2% dari total transaksi belanja *online*. Sedangkan sisanya berasal dari kelompok usia di atas 55 tahun.

Belanja merupakan salah satu kegiatan yang paling disukai oleh banyak individu, khususnya wanita (Siswandini, 2020). Tidak terlepas bagi seorang mahasiswa yang sedang berada dalam kehidupan yang kompetitif. Mahasiswa adalah seseorang yang terdaftar dalam segala jenis pendidikan tinggi termasuk

akademi, politeknik, institut dan universitas (Hartaji, 2012). Mahasiswa termasuk dalam kategori belanja yang berlebihan karena mereka lebih tertarik dengan hal-hal baru dan sebagai konsumen mereka memiliki pilihan sendiri dalam menentukan barang yang akan dibeli (Rosandi, 2014). Mahasiswa bisa bebas untuk mengenakan pakaian yang mereka pilih, selagi dalam batas peraturan yang berlaku, dengan demikian mahasiswa menjadi berkompetitif untuk berpenampilan menarik dan menggunakan barang-barang yang sedang tren pada masanya seperti baju, rok, jilbab bahkan aksesoris-aksesoris kecil agar terlihat menarik ketika menggunakan barang tersebut.

Sebagian mahasiswa lebih memaksakan penampilan daripada memenuhi kebutuhan perkuliahannya. Fenomena ini didukung oleh penelitian dari Gumulya & Widiastuti (2013) yang mengatakan bahwa uang saku mahasiswa dibelanjakan untuk keperluan penampilan seperti baju yang sedang tren daripada kebutuhan peralatan kampus atau kuliah seperti buku yang menjadi bahan pendukung literasi mahasiswa. Pembahasan sikap pembelian konsumtif pada mahasiswa sangat menarik karena mahasiswa termasuk dalam suatu kelompok yang menyukai tren atau mode baru.

Tren yang terjadi begitu cepat berubah-ubah membuat orang yang melihatnya seperti berlomba-lomba untuk mengikutinya, meskipun hanya untuk mencobanya. Pastinya tidak sedikit mahasiswa yang mengikuti tren karena dengan mengikuti tren akan menjadi lebih percaya diri. Menurut Pranoto & Mahardayani (2010), bahwa kepercayaan diri seseorang akan meningkat ketika menggunakan suatu barang yang sedang tren atau bermerek.

Seorang mahasiswa yang menjaga penampilannya dengan mengikuti tren tentu akan terlihat lebih menarik, oleh karena itu mahasiswa tersebut membutuhkan beberapa barang yang diperlukan, seperti baju, celana, sepatu, aksesoris dan bahkan *make up* untuk mempercantik diri. Untuk mendapatkan barang-barang tersebut dengan mudahnya mereka bisa langsung membelinya lewat belanja *online* atau langsung mendatangi tokoh.

Pesatnya perkembangan tren, akan membuat aktifitas berbelanja sering digunakan sebagai alat untuk memuaskan emosional, tak jarang didapati seseorang akhirnya juga membeli barang yang tidak begitu dibutuhkan (Sipunga & Muhammad, 2014). Adanya *online shop* dimana kita sebagai konsumen bisa melakukan proses berbelanja itu kapanpun kita mau, dengan mengaktifkan *handphone* kita sudah dapat memesan barang yang kita pilih dan karena kemudahannya kita tidak lagi mempertimbangkan terlebih dahulu apa yang kita butuhkan melainkan keinginan semata.

Semakin banyaknya sarana atau metode belanja barang maupun jasa ditawarkan, maka akan membuat minat konsumen semakin meningkat untuk membeli sebuah barang ataupun jasa (Purwitasari, 2015). Pembelian berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan akan berdampak negatif terhadap kondisi keuangan seseorang sehingga menyebabkan hidup boros dan dapat berimplikasi pada kondisi keuangan tidak stabil serta mendorong perilaku konsumtif. Perilaku ini merupakan tindakan individu mengonsumsi, menggunakan, memakai sesuatu bukan karena membutuhkan, melainkan karena keinginan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Perilaku

konsumtif merupakan salah satu bentuk perilaku yang muncul tidak didasari oleh pertimbangan irasional yang dapat membuat individu memiliki kecenderungan mengonsumsi/membeli tanpa batas, serta lebih mengarah pada keinginan untuk memenuhi kebutuhan yang mewah dan berlebihan (Coleman *et al.*, 2011).

Pendapat serupa sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Triyaningsih (2012) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli/mengonsumsi barang yang dilakukan secara berlebihan dan berulang atas dasar pada pemenuhan keinginan. Oleh karena itu, tidak dipungkiri bahwa sebagian besar individu yang memiliki perilaku konsumtif melakukan pembelian barang bukan karna untuk pemenuhan kebutuhan saja, melainkan mereka melakukan pembelian barang didasari karna adanya kesenangan semata yang membuat seseorang kehilangan pemikiran rasionalnya (Munazzah, 2016). Individu yang berperilaku konsumtif mempunyai ciri-ciri individu yang mudah terpengaruh iklan, mengikuti tren fashion, terpengaruh bonus dan menjaga penampilan (Minanda *et al.*, 2018). Selain itu, mahasiswa mulai menggunakan teknologi finansial yang tujuannya untuk mempermudah pembayaran dan pembelian secara online seperti layanan cicilan tanpa kartu kredit yang memiliki konsep “*Beli sekarang , bayar nanti*”. Layanan *paylater* ini seperti sistem kredit biasanya dikarenakan semakin lama saat cicilan, maka semakin besar juga bunga yang didapat.

Perilaku konsumtif dalam berbelanja juga terlihat di Perumahan Sparco Parak Karambia, dimana penghuni perumahan tersebut berjumlah 260 orang

yang rata-rata penghuninya adalah mahasiswa. Mahasiswa tersebut bisa dikatakan wajar jika dalam melakukan pembelian barang atau produk hanya sesuai kebutuhan yang penting dan diperlukan. Padahal pada kenyataan rata-rata mahasiswa Perumahan Sparco Parak Karambia belum memiliki penghasilan sendiri dalam memenuhi kebutuhan, dan mahasiswa tersebut cenderung mempunyai sikap konsumtif waktu melakukan belanja yang tidak mempertimbangkan secara matang serta hanya berdasarkan lebih dari kesenangan. Fenomena ini dibuktikan dengan penulis melakukan wawancara singkat dengan salah satu kurir yang mengantar paket ke rumah-rumah yang ada di Perumahan Sparco yang berinisial A hari Kamis, 14 Maret 2024 mengatakan bahwa :

“Saya sudah lama menjadi kurir paket, salah satu tempat yang saya antarkan paketnya adalah kos Perumahan Sparco ini, terkadang dalam 1 hari saya bisa mengantarkan paket kurang lebih 120 paket. Dari banyaknya paket yang saya antarkan setiap harinya yang paling banyak di Perumahan Sparco ini. Saya sering mengantarkan paket di salah satu rumah yang paketnya itu tidak satu melainkan 2-4 paket pada orang yang sama ”

Berdasarkan wawancara singkat di atas menunjukkan bahwa mahasiswa di Perumahan Sparco sering melakukan belanja melalui internet sehingga mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif di semua kalangan kelompok termasuk mahasiswa Perumahan Sparco. Jika tidak dikendalikan, perilaku ini dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkontrol dan berdampak pada kondisi finansial mereka. Seperti ungkapan (Kurniawan, 2017) yang menyatakan bahwa mahasiswa cenderung dapat dengan mudah dipengaruhi oleh iklan, labil, suka ikut-ikutan yang sedang tren yang membuat mereka cenderung boros.

Dalam hal ini penulis juga melakukan wawancara awal pada salah satu mahasiswa yang berada di Perumahan Sparco yang berinisial C pada hari Selasa, tanggal 23 Januari 2024 mengatakan bahwa :

“Bagi saya sendiri berbelanja online merupakan hal yang lumrah dikalangan semua orang untuk mendapatkan kesenangan, apalagi dikalangan anak muda. Ketika saya membuka aplikasi belanja online dan ada barang yang lucu dan menarik saya langsung tertarik dan ingin membelinya apalagi ada diskon dari barang tersebut saya akan cepat-cepat untuk membelinya. Misalnya ada juga barang yang sedang tren atau hits contohnya seperti baju, rok dan barang-barang lain yang sedang tren saya ingin sekali memilikinya. Terkadang untuk membeli itu saya tidak berfikir dua kali, namun langsung membeli walaupun uang saya tidak cukup untuk membeli barang tersebut. Saya memperoleh uang belanja dari orang tua saya lebih kurang Rp. 300.000,00 per minggunya, terhubung zaman semakin canggih ada yang namanya shopee paylater dimana belinya sekarang bayarnya nanti dan bisa di cicil untuk membayar shopee paylater tersebut”

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa ada beberapa alasan yang membuat hasrat membeli mereka tidak terkontrol seperti penasaran dengan benda atau barang tersebut, adanya diskon, mengikuti tren, menjaga penampilan agar terlihat mewah ketika menggunakan barang yang sedang hits, tidak sengaja melihatnya di sosial media, kelihatan menarik lalu membeli, dan bahkan karena warnanya yang menarik.

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara awal pada mahasiswa inisial N hari Minggu, 17 Maret 2024 mengatakan bahwa :

“saya sering juga melakukan belanja online di berbagai aplikasi belanja salah satunya shopee. Saya memperoleh uang belanja dari orang tua lebih kurang sebanyak Rp. 300.000,00 per minggunya. Ketika saya baru saja di kirim uang sama orang tua saya terkadang saya membelanjakan uang tersebut untuk membeli barang-barang berupa aksesoris handphone, Sepatu, jilbab, baju dan rok yang bagus menurut saya. Terkadang saya belanja online karena barangnya yang lucu, warnanya yang menarik atau bahkan barang yang sedang tren pada saat ini, ada juga barangnya lucu, cantik dan menarik dengan harga yang terbilang murah, hal tersebut juga mendorong saya untuk membelinya walaupun ujung-ujungnya tidak terpakai”

Berdasarkan hasil dari wawancara di atas menunjukkan bahwa tidak jauh berbeda dengan mahasiswa sebelumnya yang penulis wawancarai, dimana alasan yang mendorong mahasiswa tersebut untuk membeli barang tidak lain adalah karena menarik dan barang tersebut juga sedang tren. Mereka juga mengatakan bahwa belanja merupakan kegiatan yang menyenangkan, sering lupa diri dan tidak memikirkan apa yang akan mereka beli ketika belanja, sehingga barang-barang yang mereka beli ujung-ujungnya tidak terpakai. Hal ini sesuai dengan pendapat Fromm (1956), bahwa perilaku konsumtif dipandang sebagai perilaku membeli barang secara berlebihan dengan tujuan untuk mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan.

Perilaku konsumtif menimbulkan dampak psikologis yang menyebabkan kecanduan dalam berbelanja. Proses belanja dapat memberikan efek yang menyenangkan dikarenakan individu merasa bahagia karena mereka mampu memenuhi beberapa kebutuhan yang diinginkan. (Fromm, 1956) mengatakan bahwa seseorang dikatakan konsumtif apabila membeli barang yang diluar dari kebutuhannya, salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian, dimana kontrol diri adalah bagian dari kepribadian. Faktor perilaku konsumtif berkaitan dengan kontrol diri karena kontrol diri berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan suatu pembelian, mempertimbangkan secara rasional dan juga tidak mudah dipengaruhi oleh lingkungannya.

Menurut (Munandar, 2011) kontrol diri adalah kemampuan untuk mengarahkan atau mengendalikan perilaku yang dapat memengaruhi

seseorang untuk membeli atau bahkan menggunakan sesuatu. Kontrol diri dibutuhkan untuk memunculkan beberapa perilaku baru dan mampu mempelajari perilaku baru dengan baik. Hal ini kontrol diri pada mahasiswa sangatlah perlu supaya mereka mampu mengarahkan dan mengatur antara kebutuhan dengan keinginan dalam berbelanja. Ketika kemampuan mengontrol diri lemah maka akan mudah berperilaku konsumtif, namun dengan kontrol diri yang baik dapat menghindarkan mahasiswa dari penyimpangan perilaku sekaligus mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan.

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Lubis *et al* (2020) menunjukkan bahwa terdapat adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa apabila tingkat pengendalian diri yang dimiliki oleh mahasiswa tinggi, maka suatu kondisi terjadi dimana seseorang dapat selalu mengendalikan dirinya agar dapat mengontrol dirinya dari berbagai keinginan yang terlalu berlebihan seperti perilaku konsumtif. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ulayya & Mujiasih (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat kontrol diri yang cukup tinggi dengan persentase sebesar 66,5% dan persentase perilaku konsumtif sebanyak 64,2%. Dapat disimpulkan bahwa subjek pada penelitian ini memiliki tingkat kontrol diri yang cukup baik diikuti karna rendahnya perilaku konsumtif pada pengguna *e-money*.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap mahasiswa Perumahan Sparco dengan judul “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa”.

B. Identifikasi Masalah

1. Mahasiswa yang mudah tergiur dengan barang-barang yang sedang tren dan ingin memilikinya.
2. Mahasiswa tidak bisa mengontrol dirinya saat melakukan belanja apalagi sedang ada diskon besar-besaran.
3. Mahasiswa membeli barang yang tidak dibutuhkan melainkan karena keinginannya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu “Apakah terdapat hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa?”.

D. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Seberapa tinggi tingkat kontrol diri mahasiswa Perumahan Sparco?
2. Seberapa tinggi tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Perumahan Sparco?
3. Apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Perumahan Sparco Parak Karambia?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat kontrol diri mahasiswa Perumahan Sparco.
2. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Perumahan Sparco
3. Mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Perumahan Sparco.

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Beberapa manfaat teoritis yang diharapkan pada peneliti, yaitu :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan psikologi, tentang hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.
- b. Untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang psikologi sosial dan psikologi konsumen.
- c. Penelitian ini dapat memberikan suatu pemahaman pada mahasiswa, bahwa pentingnya untuk mengontrol diri dari segala yang membawa pengaruh buruk.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pemahaman dan pengetahuan tentang kajian permasalahan perilaku konsumtif mahasiswa Perumahan Sparco. Serta mahasiswa diharapkan dapat mengontrol dan mengendalikan perilaku agar tidak berperilaku konsumtif saat melakukan pembelian *online*.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan informasi tambahan atau referensi kepada peneliti selanjutnya untuk menyusun penelitian dengan permasalahan yang sama dan tema variabel yang relevan.

G. Sistematika Penulisan

Proposal ini memiliki struktur yang terdiri dari beberapa bab, setiap bab memiliki sub-bab yang saling terikat. Untuk mempermudah penulis, proposal ini dibagi menjadi beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, hubungan antar variabel, penelitian terkait, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari penjelasan mengenai jenis penelitian yang digunakan, definisi operasional, populasi dan sampel, serta instrument penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari persiapan penelitian, pelaksanaan penelitian, deskripsi data penelitian, serta hasil penelitian yang meliputi hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Perumahan Sparco.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir dalam sistematika penulisan, yang berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan penulis. Selain itu, bab ini juga memuat sara-saran untuk pengembangan penulisan karya ilmiah di masa mendatang.

UIN IMAM BONJOL
PADANG