

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Maraknya beberapa *platform e-commerce* yang muncul menjadikan banyak orang memenuhi kebutuhannya dengan berbelanja *online*. Adanya *e-commerce* memengaruhi kebiasaan belanja generasi muda yang semakin konsumtif, di mana mahasiswa sebagai kaum generasi muda sangat menyukai sistem belanja yang praktis dan efisien (Somsom et al., 2024). Kegiatan berbelanja yang dilakukan ini telah berubah menjadi gaya hidup yang konsumtif, di mana belanja tidak lagi sesuai dengan kebutuhan sehingga menggunakan produk secara berlebihan yang dapat dianggap sebagai perilaku menyimpang. Gaya hidup yang bersifat konsumtif ini dapat terjadi karena mahasiswa merupakan kalangan yang mudah untuk tergerus arus globalisasi (Pakpahan & Situmorang, 2024). Pada penelitian Sukari et al (dalam Widiastuti & Nasution, 2022) menunjukkan hasil bahwa perilaku konsumtif lebih banyak dialami mahasiswa sebanyak 94,10% karena mereka seringkali mengikuti tren dari segi penampilan, tidak dapat mengontrol kemauan dan mengelola keuangan, masih mempunyai ego yang tinggi, gengsi seringkali dijadikan alasan mengikuti tren, serta memiliki kesukaan untuk mencoba hal-hal baru. Menurut Fromm dan Anderson (2017) perilaku konsumtif didefinisikan sebagai tingkah laku yang dilakukan dalam membeli suatu barang secara berlebih guna memperoleh kepuasan yang bersifat sementara untuk menunjukkan status dirinya.

Sejalan dengan hasil pra penelitian yang dilakukan melalui proses wawancara oleh penulis pada bulan Oktober 2024 kepada tiga mahasiswi di

Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang menunjukkan bahwa mereka akan membeli barang di *e-commerce* pada saat ada promo maupun tidak ada promo, membeli barang didasarkan karena motif atau bentuknya yang menarik serta membeli suatu barang disebabkan dari pengaruh sosial media.

Perilaku konsumtif dapat membawa dampak negatif bagi mahasiswi, seperti dampak ekonomi, dampak psikologis, serta dampak lingkungan (Astuti Fadli et al., 2023). Perilaku konsumtif akan mengakibatkan dampak negatif pada seseorang menjadi tidak mempunyai keseimbangan antara pemasukannya dan pengeluarannya atau boros, menjadi ketergantungan dalam membeli suatu barang/jasa sehingga akan terus menerus membeli agar keinginannya dapat terpenuhi, dapat mengarah pada tindakan yang menyimpang demi memenuhi keinginannya dalam berbelanja (Mutiara et al., 2024). Hal ini didukung dengan hasil studi yang dilaksanakan oleh Robert La Rose di mana menunjukkan bahwa akibat dari kemudahan-kemudahan belanja *online*, sehingga meningkatkan resiko penggemar belanja *online* memiliki pola tingkah laku dalam kesehariannya yang konsumtif, mengalami pemborosan, hingga menderita *Compulsive Buying Disorder* (CBD), yaitu kondisi psikologi yang berlangsung cukup lama, keinginan yang terus-menerus dalam membeli suatu produk atau jasa, di mana ketika individu mengalami CBD maka individu tersebut akan merasakan perasaan gelisah jika tidak berbelanja dalam jangka waktu tertentu, lalu dapat menimbulkan gangguan emosional, stres dan depresi, hingga berdampak pada permasalahan keuangan, serta hubungan sosial dengan keluarga dan kenalan akan terganggu (Koto, 2012).

Adapun beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler dan Keller (dalam Khoirunnisa, 2021) yaitu faktor

kebudayaan (peran budaya, sub budaya, serta kelas sosial), faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, status dan peran), faktor psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap), serta faktor pribadi (usia, fase dalam perkembangan kehidupan, profesi, kondisi keuangan, cara hidup, keyakinan diri, dan kepribadian. Kepribadian menurut Haryani dan Herwanto (2015) adalah karakteristik bawaan seperti percaya diri, dominasi, kehormatan, keahlian sosialisasi, keahlian menyesuaikan diri serta pertahanan diri atau kontrol diri.

Berkembangnya perilaku konsumtif pada diri seseorang karena adanya kontrol diri yang memiliki pengaruh besar (Arum & Khoirunnisa, 2021). Menurut Averill (1973) menyatakan bahwa terdapatnya kontrol diri membuat seseorang mampu mengorientasikan dan mengendalikan tingkah lakunya serta pilihan pribadinya yang akhirnya mengarah kepada dampak positif. Ketika kontrol diri yang dimiliki seseorang tergolong kuat, maka seseorang tersebut akan mampu mempertimbangkan hal yang penting dalam membeli sesuai kebutuhan, begitupun sebaliknya ketika kontrol diri yang dimiliki seseorang tergolong lemah, maka seseorang tersebut menjadi tidak dapat mempertimbangkan prioritasnya dalam membeli suatu barang (Sudarisman, 2019). Menurut Borba (dalam Mumpuni & Marissa, 2023) kontrol diri dapat menjadikan seseorang berpikir mengenai dampak yang akan diperoleh jika melakukan suatu hal yang tidak menguntungkan, sehingga kontrol diri dapat menghindari seseorang dari permasalahan dan menolong seseorang untuk bertingkah laku secara tepat. Oleh karena itu, ketika mahasiswa mempunyai kontrol diri dan dapat mengendalikan dirinya ketika melakukan belanja *online* maka perilaku konsumtif dalam diri tidak akan timbul.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arum dan Khoirunnisa (2021) menyatakan hasil ada korelasi signifikan ke arah negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Psikologi pengguna *e-commerce* Shopee, di mana hal ini berarti bahwa mahasiswi dengan pengendalian diri yang rendah akan mempunyai perilaku konsumtif yang tinggi. Selain itu penelitian sebelumnya oleh Sudarisman (2019) menemukan hasil, yaitu terdapat korelasi ke arah negatif diantara kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui *online shop* pada mahasiswi FIP UNY Angkatan 2016, dengan kata lain ketika pengendalian diri lebih tinggi maka lebih rendah perilaku konsumtifnya dan sebaliknya pun begitu. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widiastuti dan Nasution (2022) menunjukkan bahwa didapati hubungan yang signifikan ke arah positif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-commerce* shopee di masa pandemi covid-19.

Berdasarkan dari penelitian-penelitian terdahulu, ditemukan perbedaan mengenai arah hasil yang ditimbulkan dari hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, teknik dalam pengambilan sampel, serta perbedaan lokasi penelitian. Maka dari itu, kebaharuan yang ada dalam penelitian ini yaitu terdapat pada lokasi yang akan dilakukan di Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang dan penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel yang berbeda dari penelitian sebelumnya serta ingin menguji ulang kedua variabel pada populasi yang berbeda. Oleh karena itu didasarkan dari pembahasan uraian latar belakang masalah yang telah dibahas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-commerce* pada Mahasiswi di Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang".

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan dari fenomena masalah yang telah dijabarkan tersebut, maka rumusan masalah yang diajukan oleh penulis pada penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan yang signifikan ke arah negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada mahasiswi di Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan supaya mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada Mahasiswi di Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang.

D. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan bisa menyumbangkan manfaat yakni antara lain:

A. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan pemahaman dan referensi dalam ranah psikologi khususnya pada bidang psikologi klinis.

B. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mahasiswa agar dapat meningkatkan kontrol diri supaya perilaku konsumtif dapat menurun.

b. Peneliti Berikutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dalam mengembangkan lebih lanjut penelitian ini lebih luas lagi dengan mempertimbangkan faktor-faktor lainnya dari variabel yang diteliti.