

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini terdapat perubahan diberbagai bidang kehidupan, salah satunya pada bidang ekonomi. Perubahan dalam bidang ekonomi saat ini adalah aktivitas melakukan transaksi jual beli berbasis *online* dengan menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* memberikan kemudahan bagi individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Emirna et al., 2021).

Menurut hasil kutipan artikel Nurcahyadi (2021), yang dilansir dari laman Media Indonesia mengenai laporan Ipsos Global Trends pada tahun 2021, mengungkapkan 73% masyarakat di Indonesia lebih menyukai berbelanja secara *online* karena lebih memudahkan daripada harus datang ke toko secara langsung. Berdasarkan hasil kutipan artikel Ernanto (2022), yang dilansir dari laman Media Indonesia mengenai survei *We Are Social* pada April 2021, menetapkan Indonesia sebagai negara dengan pengguna *e-commerce* terbanyak di dunia hingga mencapai 88,1% dari total pengguna internet yang terdata. Menurut Putra et al (2017), belanja *online* merupakan perilaku membeli barang atau jasa melalui internet, sedangkan *e-commerce* merupakan bisnis elektronik yang berfokus pada transaksi antara penjual dan konsumen dengan menggunakan internet sebagai media perantara.

Penggunaan *e-commerce* yang semakin banyak diminati oleh berbagai kalangan menjadi salah satu penyebab terciptanya transformasi sistem pembayaran *Financial Technology (fintech)*. Menurut Bank Indonesia (2020)

*fintech* ialah gabungan antara teknologi dan layanan keuangan yang memproses transaksi dengan cepat tanpa memandang jarak. Salah satu inovasi *fintech* saat ini adalah *paylater*. Istilah *paylater* atau bayar nanti merupakan fasilitas keuangan yang serupa dengan kartu kredit pada umumnya namun layanan dan pengajuan dokumen dilakukan secara *online* (Amelia, 2021). *Paylater* hanya dapat digunakan di aplikasi yang memberikan layanan tersebut, salah satunya adalah aplikasi shopee yang bernama *spaylater*.

*Spaylater* adalah fitur dalam aplikasi shopee yang digunakan sebagai metode pembayaran bagi penggunanya, dimana konsumen dapat melakukan transaksi pada aplikasi shopee tanpa harus membayar saat itu juga dan membayarnya dikemudian hari (Natalia et al., 2022). Menurut hasil survei *Research Institute of Socio-Economic Development* (RISED), layanan *paylater* yang paling banyak digunakan oleh konsumen adalah platform shopee dengan persentase responden mencapai 52,06%. Selain itu, berdasarkan DSRResearch (2020) *spaylater* merupakan fitur yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan hasil riset mencapai 54,3%.

Hasil survei yang dilakukan oleh Jakpat pada semester I tahun 2019 dengan responden berumur 18-25 tahun mendapati hasil 62,9% alasan individu melakukan belanja *online* karena promosi yang ditawarkan. Sejalan dengan penelitian Ilahi (2022) mengungkapkan alasan mahasiswa menggunakan *spaylater* karena kemudahan berbelanja, diskon harga dan ongkir, dan ketersediaan beragam barang. Selain itu, penggunaan *spaylater* memungkinkan seseorang dapat melakukan pembelanjaan tanpa perlu memiliki dana saat itu juga. Namun, saat ini penggunaan *spaylater* tidak berfokus pada kebutuhan, melainkan pada tawaran diskon dan keinginan sehingga memberikan dampak

negatif seperti menimbulkan kekhawatiran, membuat individu menjadi boros dan kecenderungan berperilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan pada 51 mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang mendapati hasil 51% dari 51 responden mengatakan fitur *spaylater* memungkinkan mereka lebih sering berbelanja. 43% dari 51 responden mengatakan penggunaan *spaylater* didasari karena promo menarik yang disediakan. 39,2% dari 51 responden menggunakan *spaylater* karena tidak memiliki dana saat ingin membeli barang yang diinginkan, dan 49% dari 51 responden mengaku merasakan kepuasan yang maksimal setelah membeli barang yang diinginkan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Amelia (2021), menunjukkan bahwa penggunaan *spaylater* dapat berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa, dimana munculnya perilaku konsumtif ini karena pemenuhan kebutuhan yang tidak seimbang. Hal ini merupakan akibat dari faktor minimnya dana untuk membeli suatu kebutuhan dan keinginan sehingga mendorong subyek memanfaatkan *spaylater* agar memungkinkan pembayaran di kemudian hari. Perilaku ini memfokuskan pada kepuasan untuk mengonsumsi sesuatu secara berlebihan sehingga bertendensi mengorbankan apapun untuk memenuhi hasrat tersebut. Fenomena inilah yang saat ini terjadi dikalangan mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *spaylater* pada mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang karena keterbatasan dana yang dimiliki dan promo menarik yang disediakan oleh *spaylater* untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal. Hal inilah yang akhirnya membuat penggunaan *spaylater* tidak didasarkan pada

pertimbangan yang rasional, sehingga mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidupnya.

Pemenuhan kebutuhan mahasiswa sebagai penunjang kehidupan terkadang tidak sesuai dengan kebutuhan yang utama hal ini karena beberapa faktor untuk meningkatkan prestise, gengsi, dan sebagainya (Hardhika & Huda, 2021). Pada konteks ini, mahasiswa berbelanja *online* tidak sesuai pada kebutuhan, melainkan hanya untuk kesenangan dan gaya hidup sehingga menimbulkan pemborosan yang dikenal sebagai perilaku konsumtif (Ridwan, 2018). Hal ini selaras dengan pendapat Tambunan (2001), mengungkapkan istilah konsumtif biasanya mengacu pada keinginan mengonsumsi produk yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Mahasiswa umumnya menjadi sasaran pemasaran produk industri dikarenakan sifatnya yang mudah goyah, spesifik, dan gampang terpengaruh sehingga berdampak pada indikasi perilaku pembelian yang berlebihan (Haryani & Herwanto, 2015).

Menurut Formm (1995) perilaku konsumtif dideskripsikan sebagai kehidupan yang berlebihan yang semua dipercaya mahal untuk menciptakan kepuasan dan keamanan fisik serta didukung oleh gaya hidup yang semata-mata untuk memberi kesenangan. Menurut Sumartono (dalam Faradilla, 2018) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yakni faktor eksternal terdiri dari budaya, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok sebaya, dan keluarga dan faktor internal yakni motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian, dan konsep diri.

Penjelasan di atas menyatakan bahwa konsep diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Grubb dan Grathwahl (dalam

Suminar & Meiyuntari, 2015) menyatakan konsep diri merupakan nilai bagi individu, sehingga perilaku konsumtif seperti membeli, memakai, dan memamerkan barang dilakukan untuk meningkatkan konsep diri individu. Hurlock (1999), mendefinisikan konsep diri sebagai dasar dari pola kepribadian seseorang.

Calhoun dan Acocella (1990), membagi konsep diri menjadi dua jenis yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Seseorang dengan konsep diri positif memiliki pendapat yang baik tentang dirinya, menerima siapa dirinya, memiliki kepercayaan diri, dan dapat mengevaluasi dirinya lebih positif. Individu dengan konsep diri positif mudah memahami dan menerima kekuatan dan kelemahan mereka, merancang berbagai tujuan berdasarkan realitas yaitu tujuan yang memungkinkan bisa diraih, memiliki harga diri tinggi, berani menatap hidup di masa depan, serta melihat hidup sebagai proses penemuan.

Sedangkan konsep diri negatif terbagi menjadi dua. Pertama adalah perspektif orang lain yang percaya bahwa mereka tidak teratur, kurang dalam perasaan stabilitas dan harga diri. Individu tidak yakin siapa dia, kekuatan dan kelemahannya, dan apa yang dia hargai dalam hidup. Tipe kedua adalah citra diri yang terlalu kaku, stabil dan teratur. Hal ini disebabkan oleh pola asuh yang terlalu keras dan individu yang terlalu patuh dan terlalu kaku. Individu itu begitu keras pada dirinya sendiri sehingga dia tidak dapat menerima bahkan penyimpangan atau perubahan terkecil dalam hidupnya.

Mahasiswa yang memiliki konsep diri positif akan menerima keadaan dirinya, punya kepercayaan diri yang baik dan tidak mudah merasa tersaingi dengan orang sekitarnya. Sedangkan, mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif tidak mampu menerima dirinya sehingga condong mengonsumsi produk

yang sedang *trend* sebagai upaya menutupi kekurangannya tersebut, hal ini menimbulkan perilaku konsumtif yang bertujuan untuk tampak ideal di lingkungannya (Gumulya & Widiastuti, 2018).

Penelitian terdahulu tentang hubungan antara konsep diri mahasiswa dengan perilaku konsumtif menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif (Faradila, 2018; Wijayanti & Astiti, 2017). Artinya semakin negatif konsep diri seseorang maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, semakin positif konsep diri seseorang maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsep diri memiliki hubungan penting dengan perilaku konsumtif memberikan peluang untuk dilakukan penelitian kembali. Hal tersebut dilakukan untuk memahami sejauh mana hubungan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Penelitian ini mengaitkan *spaylater* sebagai salah satu pemicu dalam melakukan perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Amelia (2021) menunjukkan bahwa fitur *spaylater* memiliki dampak pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Menurut Tripambudi & Indrawati (2018), perilaku konsumtif umumnya terjadi pada mahasiswa. Sehingga penelitian ini membutuhkan tempat penelitian dengan jumlah perguruan tinggi dan mahasiswa yang memadai. Penelitian ini dilakukan di Kota Malang karena menurut Oktiannisa (2018) Kota Malang disebut sebagai kota pendidikan karena merupakan salah satu pusat pendidikan di Jawa Timur.

Kemudian, hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) oleh BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2019 pada penelitian Mu'tashim (2020), mengungkapkan Kota Malang merupakan daerah yang memiliki kesejahteraan

baik dengan rata-rata pengeluaran masyarakatnya meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, dimana rata-rata tersebut didominasi non makanan dan juga jumlah penduduk miskin di kurun 5 tahun terus mengalami penurunan. Karena itulah Malang merupakan kota konsumtif dengan meningkatnya optimisme konsumen. Lebih lanjut, Satryo (2021) mengungkapkan Kota Malang menjadi kota di Jawa Timur yang masyarakatnya paling banyak berbelanja secara online.

Berdasarkan latar belakang yang disertai dengan fenomena mengenai konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang, maka penulis terdorong melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *Spaylater* di Kota Malang.”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang.

### **2. Manfaat**

- a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi kemajuan pengetahuan psikologi khususnya yang berkaitan dengan konsep diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang.

b. Secara praktis

1.) Bagi mahasiswa

Penulis berharap penelitian ini bisa menyediakan pengetahuan bagi mahasiswa mengenai konsep diri yang berperan signifikan dalam aktivitas berbelanja agar tidak berlebihan dan mengakibatkan perilaku konsumtif.

2.) Bagi peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan bagi peneliti dan diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan oleh para peneliti, praktisi, maupun media untuk mengambil langkah-langkah yang sesuai dan diperlukan dalam bidang yang berkenaan dengan penelitian ini

#### **D. Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya**

Penelitian ini mengukur hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang. Penelitian dengan judul ini juga sudah pernah dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya. Sehingga, penelitian sebelumnya dijadikan sebagai bahan referensi dan komparasi dengan penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Faradila (2018) dengan judul Hubungan Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk Pakaian pada Mahasiswa. Subjek pada penelitian ini berjumlah 321 mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Pada penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan skala dan teknik analisis data menggunakan teknik korelasi *product moment*. Hasil penelitian ini ( $r = -0,756$  ;  $p = 0,000$ ) menunjukkan terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk pakaian pada mahasiswa.

Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Wijayanti & Astiti (2017) dengan judul Hubungan antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Denpasar. Subjek penelitian ini adalah remaja di Kota Denpasar yang berusia 15-18 tahun berjumlah 318 responden. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* dengan pengukuran menggunakan skala dan metode analisis data dengan regresi sederhana. Sehingga hasil penelitian ini ( $r_{xy} = -0,633$ ) menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di Kota Denpasar.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Amelia (2021) dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur Spaylater Terhadap Perilaku Konsumtif. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, satu variabel intervensi, dan satu variabel dependen. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Indonesia berjumlah 216 responden. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengukuran data menggunakan skala *likert* dengan hasil pada penelitian ini menunjukkan pengaruh sosial, gaya hidup, dan familieritas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan spaylater, selain itu penggunaan spaylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ada pada lokasi penelitian. Penelitian ini berlokasi di Kota Malang, hal tersebut karena Kota Malang merupakan salah satu pusat pendidikan di Jawa Timur dan dikenal sebagai kota pendidikan, sehingga banyak mahasiswa dari berbagai daerah memilih untuk berkuliah di perguruan tinggi Kota Malang. Perkembangan pendidikan yang pesat dapat dilihat dari tinggi dan banyaknya mahasiswa yang mendaftar maupun terdaftar setiap tahunnya. Helmy (2020) mengatakan lebih dari 100 ribu mahasiswa baru yang mendaftar setiap tahunnya dan masuk ke berbagai Universitas Negeri maupun Swasta yang tersebar di Kota Malang. Perbedaan lainnya terletak pada fenomena penelitian. Penelitian ini berfokus pada perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang. Di mana masih jarang penelitian yang membahas mengenai perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *spaylater*.

Perbedaan penelitian yang telah dijabarkan di atas, menjadi keterbaruan dalam penelitian konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *spaylater* di Kota Malang. Sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan.