

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan modern yang semakin cepat berdampak pada pola konsumsi manusia, terutama di kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan kelompok generasi muda yang memasuki tahap awal fase dewasa. Teori-teori tentang tingkat pemenuhan kebutuhan tampaknya tidak diperhatikan lagi karena mengikuti tren, yang pada akhirnya berdampak pada ketidaksadaran dalam menentukan prioritas memenuhi kebutuhan. Bahkan, dapat dikatakan bahwa mahasiswa kadang-kadang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya lebih penting (Auskarni, 2021). Mahasiswa sudah semestinya dapat memilih hal apa yang harus diutamakan sesuai dengan kebutuhannya, tetapi nyatanya di luar sana masih banyak dari mereka yang membeli barang-barang yang tidak perlu. Kebiasaan tersebut sering disebut sebagai perilaku konsumtif. Menurut Silvy et al., (2023) perilaku konsumtif adalah kebiasaan berbelanja secara berlebihan untuk hal-hal yang tidak diperlukan atau sangat sedikit diperlukan dalam kehidupan seseorang dan dipengaruhi oleh faktor sosial budaya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Linggi (2022) ditemukan bahwa 66% mahasiswa di 17 universitas yang terdapat di Kota Malang menunjukkan perilaku konsumtif. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Gumulya (2013) di Universitas Esa Unggul mengungkapkan bahwa 63,6% mahasiswi memiliki kecenderungan perilaku konsumtif. Penelitian tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Andrea (dalam Nadjih, 2022) menunjukkan bahwa di masa pandemi generasi z dan milenial yang berumur 18-25 tahun yang paling banyak

melakukan aktivitas transaksi berbasis digital pada *e-commerce* dengan presentase 77%. Hal ini diperkuat oleh hasil survei pada tahun 2020 yang dilakukan oleh Tokopedia, salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia, yang mengungkapkan bahwa meskipun pria merupakan mayoritas dari mahasiswa, akan tetapi wanita merupakan 66,28% dari mahasiswa yang konsumtif.

Pada penelitian Mutashim (dalam Linggi, 2022), didapatkan data dari hasil survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) oleh BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2019, mengungkapkan bahwa Kota Malang merupakan daerah yang memiliki tingkat kesejahteraan yang baik dengan rata-rata pengeluaran masyarakatnya meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, yang mana rata-rata tersebut didominasi non makanan dan juga jumlah penduduk miskin di kurun waktu 5 tahun terus mengalami penurunan. Oleh karena itu Malang merupakan kota konsumtif dengan meningkatnya pembelian konsumtif. Malang merupakan kota yang dinamis dengan berbagai potensi yang dimiliki, dan seiring bertambahnya jumlah penduduk, kota Malang menjadi semakin ramai. Salah satu potensi yang dimiliki kota Malang adalah banyaknya jumlah perguruan tinggi yang ternama, hal tersebut membuat kota Malang dijuluki sebagai kota pendidikan. Peningkatan positif dibawa oleh pertumbuhan populasi di Malang, salah satunya adalah peningkatan ekonomi lokal melalui banyaknya kesempatan kerja, seperti menjalankan restoran, mengelola kos, dan bisnis binatu. Akan tetapi perubahan positif tersebut juga pada akhirnya memunculkan dampak negatif yaitu munculnya perilaku konsumtif (BAPEDA Kota Malang, 2019).

Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif dalam penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsep diri memiliki hubungan negatif dengan

perilaku konsumtif, namun pada penelitian lainnya konsep diri memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif. Oleh karena itu penulis tertarik untuk menguji ulang pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di kota Malang.

Luas, dkk (2023) mendefinisikan perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian barang-barang yang berlebihan dan tidak diperlukan, yang lebih mengutamakan keinginan ketimbang kebutuhan serta penggunaan barang-barang tersebut. Engel, dkk (1994) membagi perilaku konsumtif menjadi dua faktor, yaitu internal dan eksternal. Adapun faktor eksternal dari perilaku konsumtif seseorang meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, serta demografi. Kemudian faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang antara lain meliputi motivasi, harga diri, gaya hidup serta konsep diri.

Penulis memilih konsep diri sebagai variabel independen. Menurut Grubb dan Grathwahl (dalam Linggi, 2022), konsep diri seseorang adalah sebuah evaluasi, oleh karena itu membeli, memamerkan, serta memakai suatu produk merupakan contoh perilaku konsumtif yang dimaksudkan untuk meningkatkan konsep diri. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Luas et al., (2023), menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa BK UKSW Angkatan 2019 dimana konsep diri memiliki pengaruh 9,7% dengan perilaku konsumtif. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Nadjih (2022), menyatakan bahwa konsep diri Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif

yang mana ketika konsep diri yang dimiliki mahasiswa baik, maka perilaku konsumtif yang dialami mahasiswa akan berkurang begitu sebaliknya. Ketika konsep diri yang dimiliki mahasiswa kurang baik, maka perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa tinggi. Konsep diri memiliki dampak sebesar 20,7% sedangkan faktor lain mempengaruhi 79,3%.

Menurut Papalia, Olds, dan Feldman (dalam Nadjih, 2022), konsep diri dijelaskan sebagai citra diri seseorang, representatif seseorang mengenai kemampuan dan sifat diri sendiri. Menurut Razamus dkk (dalam Auskarni, 2021), seseorang dengan konsep diri yang buruk pada dasarnya bercita-cita untuk terlihat berbeda dan diakui lebih unggul daripada orang lain, untuk memenuhi kebutuhan ini, mereka akan membeli atau memakai produk yang sedang populer dan tampak mewah untuk menunjang penampilan mereka. Menurut Mangkunegara (dalam Lutfiah et al., 2022) seseorang dengan konsep diri yang positif biasanya merasa lebih puas dan bisa menerima dirinya apa adanya, sehingga tahan terhadap pengaruh apapun. Mereka juga biasanya akan menunjukkan diri apa adanya tanpa perlu menggunakan produk yang populer atau tampil mencolok.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat menyebabkan pemborosan, kecemburuan sosial, serta kecenderungan untuk melupakan kebutuhan masa depan, dan efek negatif lainnya pada. Akan tetapi bagaimanapun juga konsep diri positif dapat membuat seseorang menghindari perilaku konsumtif. Sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk menciptakan konsep diri positif pada mahasiswa. Konsep diri positif pada mahasiswa dapat menimbulkan rasa puas yang membuat mereka tidak mudah dipengaruhi dan akan lebih percaya diri serta menerimanya diri apa adanya.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai konsep diri dan perilaku konsumtif pada penelitian terdahulu, peneliti belum menemukan penelitian yang ditujukan kepada seluruh mahasiswa yang ada di kota Malang. Oleh karena itu, penelitian ini penting di lakukan dan penulis tertarik untuk mengetahui hasil penelitian tentang pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa terutama yang berada di kota Malang. Hal ini sejalan dengan banyaknya perguruan tinggi yang ada di kota Malang dan didukung dengan faktor lain yang membuat mahasiswa berperilaku konsumtif di kota Malang seperti banyaknya kafe dan tempat perbelanjaan.

Berdasarkan penjabaran di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah “apakah ada pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa?”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di kota Malang?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Malang.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

- a. Dapat dijadikan sebagai referinsi untuk memperkuat teori sebagai informasi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi subjek, hal ini diharap dapat memberikan informasi kepada subjek penelitian yaitu mahasiswa tentang dampak konsep diri terhadap perilaku konsumtif.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, hal ini diharap menjadi sumber informasi bagi para peneliti selanjutnya di masa depan yang mempelajari pengaruh dari konsep diri terhadap perilaku konsumtif.
- c. Bagi masyarakat umum, diharap dapat menjadi sumber informasi serta untuk menambah pengetahuan baru bagi pembaca terlebih masyarakat umum tentang pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.