

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Belanja adalah aktivitas membeli barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Berdasarkan KBBI daring (2016) pengertian belanja yaitu sebagai kegiatan membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari atau keperluan lainnya yang telah lama digunakan. Dalam kehidupannya, manusia membutuhkan bermacam-macam kebutuhan seperti, tempat tinggal, pakaian, makan dan lainnya. Semakin berkembangnya zaman, kegiatan belanja ini sekarang tidak lagi dilakukan guna untuk memenuhi kebutuhan inti, akan tetapi juga guna untuk memenuhi kepuasan.

Kemudahan dalam belanja pada saat sekarang menguntungkan konsumen karena kebutuhannya tetap terpenuhi tanpa keluar rumah, namun konsumen mudah tergoda untuk membeli produk secara berlebihan dengan lebih mengutamakan keinginan (Rahmawati & Surjanti, 2021). Tidak terlepas bagi seorang mahasiswa yang sedang berada dalam kehidupan yang kompetitif. Mahasiswa bisa bebas untuk mengenakan pakaian yang mereka pilih, selagi dalam batas wajar dan sopan. Dengan demikian, mahasiswa menjadi berkompetitif untuk berpenampilan menarik dan menggunakan benda-benda yang sedang menjadi tren pada masanya agar terlihat menarik.

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. Seorang mahasiswa yang menjaga penampilannya dengan mengikuti trend tentu akan terlihat lebih menarik, oleh karena itu membutuhkan beberapa produk bermerek yang diperlukan, seperti baju, celana, sepatu, dan aksesoris bermerek lainnya, dan juga untuk mendapatkan barang-barang tersebut dengan mudahnya mereka bisa langsung membeli suatu produk yang bermerek dengan menggunakan metode berbelanja di toko produk bermerek dan juga berbelanja online. Menurut Sipunga (dalam Renaldy 2018), menyatakan bahwa pesatnya perkembangan tren, akan membuat aktifitas berbelanja sering digunakan sebagai alat untuk memuaskan emosional.

Menurut Anjani (2023) masa remaja merupakan masa yang mudah terpengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, dimulai dari lingkungan keluarga, lingkungan pertemanan, bahkan gaya hidup hedon. Ini adalah faktor kunci dari perilaku konsumtif pada remaja. Pada fase ini, remaja akan mengalami perubahan fisik dan perubahan emosi yang bersifat sementara, dan biasanya dipengaruhi oleh tindakan-tindakan yang negatif. Bagi mereka yang mengagungkan tindakan berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan dalam mengkonsumsi sesuatu hanya mendapatkan kesenangan saja.

Lestari (2018) menyatakan bahwa individu selalu mencari kepuasan dengan cara mengonsumsi barang yang bukan kebutuhannya melainkan untuk memenuhi keinginannya.

Fenomena ini biasanya dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi semata dan tidak lagi memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut. Perilaku konsumtif ini cenderung ditemui pada kalangan remaja. Dimana, remaja melakukan perilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup.

Menurut Lina dan Rasyid perilaku konsumtif ada tiga aspek yaitu, pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian tidak rasional (*non rasional buying*), pembelian berlebihan (*wasteful buying*). Dan terdapat lima faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu, sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pada tujuan diberi energi dan diaktifkan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli barang secara berlebihan dan tanpa perencanaan. Perilaku konsumtif ini terjadi bukan berdasarkan kebutuhan, namun karena adanya dorongan hasrat dan keinginan, perubahan perilaku konsumtif tidak lagi berdasarkan kebutuhan tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, menantang keinginan, dan menghilangkan stress (Chita, 2015). Untuk menghindari tindakan ini perlu adanya kontrol diri dalam diri pelaku konsumtif. Dengan memupuk perilaku mengendalikan diri perasaan kekuasaan, kepercayaan, kenyamanan, dan kemandirian dalam hal kemampuan untuk mengarahkan kehidupan sendiri. Seberapa besar tingkat kontrol diri dalam diri mereka

tergantung masing-masing konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri. Menurut Dzihan (2020)

Menurut Gufron dan Rini (dalam Gufron, 2018) kontrol diri diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif. Kontrol diri merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat di lingkungan di sekitarnya. Para ahli berpendapat bahwa kontrol diri dapat digunakan sebagai suatu intervensi yang bersifat preventif selain dapat mereduksi efek-efek psikologis yang negatif dari stressor-stressor lingkungan. Kontrol diri dapat juga diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Semakin tinggi kontrol diri semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku.

Menurut Harahap (2017) Kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu, juga kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, dan menutupi perasaannya. Ketika berinteraksi dengan orang lain, seseorang akan berusaha menampilkan perilaku yang dianggap paling tepat bagi dirinya, yaitu perilaku yang dapat menyelamatkan interaksinya dari akibat negatif yang

disebabkan karena respons yang dilakukannya. Kontrol diri diperlukan guna membantu individu dalam mengatasi berbagai hal merugikan yang mungkin terjadi yang berasal dari luar.

Menurut Averill (dalam Risma, 2012) aspek-aspek yang terdapat dalam kontrol diri antara lain: Kemampuan mengontrol perilaku situasi ialah kemampuan untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, kemampuan ini terdiri dari kemampuan untuk mengontrol perilaku yaitu kemampuan menentukan siapa yang mengendalikan. Kedua Kemampuan kontrol kognitif ialah kemampuan individu untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasikan menilai untuk memadukan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Ketiga adalah Kemampuan mengontrol keputusan kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini atau disetujui.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang peneliti lakukan pada tanggal 8 Juni 2024 terhadap 10 orang mahasiswa dan yang saya lihat dan saya temui di lokasi yaitu di jurusan Akutansi Universitas Negeri Padang ini melakukan pembelian barang atau produk bermerek sesuai dengan keinginan mereka saja atau terkadang barang itu tidak butuh untuknya tapi mereka memaksakan diri untuk membeli produk bermerek tersebut dan diperoleh keterangan bahwa mahasiswa melakukan pembelian barang hanya untuk memuaskan keinginannya meskipun tidak dibutuhkan, dan beberapa mahasiswa juga mengatakan bahwa mereka membeli barang tanpa pertimbangan yang matang hanya karena keinginan

sesaat. Karena mereka ingin mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial sehingga mereka mudah terpengaruh oleh apapun aktivitas yang dilakukan temannya termasuk dalam aktivitas membeli yang tidak terkontrol seperti penasaran dengan benda atau barang tersebut, barang tersebut terlihat menarik, mengikuti trend, menjaga penampilan agar terlihat mewah ketika menggunakan barang yang sedang hits, tidak sengaja melihatnya di sosial media lalu kelihatan menarik dan membelinya serta karena warnanya yang menarik, dan banyak dari kehendak yang ingin memberi barang hanya untuk memuaskan dirinya saja, bukan sebagai kebutuhan karena mereka ingin mengikuti zaman jadi memaksakan diri untuk membeli produk-produk bermerek seperti Channel, Dior, Gucci, Louis Vuitton, Nike, Hermes, Zara, Adidas, Prada, dan karena itu mereka tidak mampu mengontrol dirinya untuk melakukan perilaku konsumtif.

Penelitian tentang hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pernah diteliti oleh Astrid Refkiearta Ismania dan Abdurrohman pada tahun 2023 dengan judul "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Pengguna E-Commerce Shopee" Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negative antara control diri dengan perilaku konsumtif.

Penelitian yang sama juga pernah dilakukan oleh Ririn Anggreini dan Sulis Mariyanti (2014), dengan judul "Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul" terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul.

Kemudian penelitian relevan lainnya diteliti Bagas Tripambudi dan Endang Sri Indrawati dengan judul " Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro pada tahun (2018) hasil analisis regresi sederhana menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pembeli gadget.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul " Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk bermerk pada mahasiswa jurusan akutansi universitas negeri Padang"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan peneliti angkat dalam penelitian ini adalah " Apakah terdapat Hubungan antara kontrol diri degan perilaku konsumtif dalam membeli produk bermerk pada mahasiswa jurusan akutansi universitas negeri padang?"

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan Perilaku Konsumtif dalam membeli produk bermerk pada mahasiswa jurusan akutansi universitas negeri padang"

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang ilmu psikologi khususnya di bidang psikologi mengenai Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk bermerk pada mahasiswa jurusan akutansi universitas negeri Padang

2. Manfaat Praktis

a. Bagi subjek penelitian

Bagi subjek penelitian diharapkan penelitian ini dapat membantu memberikan informasi bagi subjek, yang mana hasil penelitian ini secara tidak langsung akan memberikan bekal secara psikis, yaitu dapat mengetahui Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk bermerek pada mahasiswa jurusan akutansi angkatan 2022 Universitas Negeri Padang.

b. Bagi pihak instansi

Diharapkan kepada pihak instansi nantinya mendapatkan gambaran hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa yang membeli produk bermerek.

c. Bagi peneliti lainnya

Bagi peneliti lainnya yang berminat untuk meneliti mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa

yang membeli produk bermerek, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan bahan perbandingan dalam melakukan kajian dan penelitian selanjutnya.