

PENDAHULUAN

Pada era modern sekarang banyak teknologi yang berkembang yang dapat digunakan oleh masyarakat, salah satunya pada bidang perbelanjaan, sudah banyak aplikasi perbelanjaan yang ada di internet yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dilansir oleh CNN.Com tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 88,1 persen sudah memakai layanan *e-commerce* untuk membeli barang atau produk atau sekitar 129 juta penduduk Indonesia yang menggunakan layanan *e-commerce*..Saat ini Indonesia sudah ada lebih dari 10 aplikasi belanja *online* diantaranya Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Shopee,JD.ID, Blibli,dll. Aktivitas layanan penggunaan internet didominasi oleh kalangan mahasiswa, untuk menunjang kebutuhan kuliah, menjaga penampilan yang menarik *trend* untuk mengikuti zaman, hal ini didukung oleh survei yang dilakukan populix dilansir dalam liputan6.com terdiri atas 6.285 responden yang terdiri dari masyarakat seluruh Indonesia tahun 2020, kelompok masyarakat yang paling banyak melakukan belanja di *e-commerce* merupakan mereka generasi milenial yang berusia 18 - 21 tahun dan 22 - 28 tahun memiliki aktivitas yang tinggi melakukan belanja *online* dengan jumlah 35 persen dan 33 persen, selain itu survei juga menyatakan bahwa anggaran untuk berbelanja *online* rata-rata 50-500 ribu dengan metode pembayaran yang beragam. Menurut Loekamto (2012) mengemukakan bahwa banyaknya *e-commerce* yang ditawarkan membuat pengguna berperilaku konsumtif terutama pada kalangan mahasiswa karena tidak dapat dipisahkan dari penggunaan internet, fasilitas yang disediakan dalam internet dapat dimanfaatkan salah satunya fasilitas belanja melalui *e - commerce* karena memiliki banyak kemudahan bagi pengguna belanja di *e - commerce* membawa dampak dalam perubahan kehidupan pada mahasiswa terutama dalam hal berbelanja *online* (Anggraini, 2018). Dilansir dari Kontan. co.id, berdasarkan segi frekuensi berbelanja di *e-commerce* lebih didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 65% dan sisanya 35% laki-laki, artinya perempuan setidaknya sekali dalam seminggu berbelanja di *e-commerce*. Adanya kemudahan berbelanja melalui *e-commerce* memberikan cara baru bagi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan belanja

sehingga dalam hal ini dapat lebih cepat dan mudah melakukan transaksi sehingga dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

Menurut penelitian terdahulu membuktikan 72 % mahasiswa membeli produk dalam berbelanja secara spontan tidak merencanakan terlebih dahulu dan 63 % mahasiswa dalam membeli produk tersebut hanya karena keinginan tidak berdasarkan kebutuhan (Solichah & Dewi, 2019). Berdasarkan penelitian yang berjudul "*Effect of Self Concept, Reference Group, online Shop, Social Media and Lifestyle on Consumptive Behavior of Student*" fenomena yang terjadi di saat ini , tingkat perilaku konsumtif di Indonesia sebesar 93 % , salah satu kelompok yang sering melakukan perilaku konsumtif merupakan mahasiswa, karena mahasiswa mempunyai keinginan mencoba hal yang baru sedang trend (Nofriansyah & Marwah, 2019). Penelitian terdahulu membuktikan hasil penelitian adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya (Sari & Irmayanti, 2021). Dalam Penelitian terdahulu dengan judul "*Correlation Between Friends Conformity and Self Concept with Consumptive Behavior*" menunjukkan hasil bahwa sebagian besar individu melakukan perilaku konsumtif ingin mengikuti trend karena dorongan dan pengaruh dari konsep diri yang dimilikinya (Rachmayanie, Sari, Setyawan, & Mahlindawati, 2018) .Namun penelitian terdahulu tersebut belum diteliti terkait tiga variabel secara bersamaan dan populasi mahasiswa yang sering melakukan belanja di *e-commerce* maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji hubungan antara kontrol diri dan konsep diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu tindakan atau perilaku individu dalam melakukan pembelian secara berlebih yang tidak didasarkan pada kebutuhan tetapi hanya didasarkan pada keinginan (Lina dan Rosyid, 1997). Sukari (2013) menyatakan perilaku konsumtif yaitu suatu keputusan atau pemikiran dalam melakukan pembelian atau belanja suatu barang secara tidak rasional (Amarulloh & Abdurrohimi, 2021). Menurut Rook (1987) perilaku konsumtif yaitu perilaku pembelian yang dipengaruhi oleh adanya dorongan terus-menerus dalam membeli suatu benda atau barang (Afandi & Hartanti, 2017). Berdasarkan pemaparan dari beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku suatu produk secara berlebih yang tidak berdasarkan pada kebutuhan tetapi hanya memuaskan keinginan. Menurut Lina, dan Rosyid (1997) Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut diantaranya, pembelian impulsif / pembelian tanpa rencana (*impulsive buying*) merupakan perilaku individu yang membeli barang tanpa didasari dengan kebutuhan, tanpa pertimbangan dan perencanaan, tanpa berfikir panjang untuk membeli dan tidak mencari informasi terlebih dahulu untuk mempertimbangkan tindakan yang dibuat sebelum membeli barang. Pembelian tidak rasional (*non rasional buying*) atau hanya mencari kesenangan merupakan perilaku seseorang yang membeli barang tidak difikirkan fungsinya terlebih dahulu, hanya menuruti rasa gengsi agar mendapatkan kesan baik dari orang lain atau dipandang selalu mengikuti mode. Pembelian berlebihan / pemborosan (*wasteful buying*) merupakan perilaku individu yang menggambarkan keborosan menghambur-hamburkan banyak uang dengan membeli barang yang kurang berguna secara berlebihan tanpa adanya rasa kebutuhan (Lestarina et al., 2017).

Menurut Sumartono (2002) Perilaku konsumtif dapat terjadi di kalangan mahasiswa juga disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya faktor internal yang meliputi motivasi, harga diri, observasi, kontrol diri, kepribadian, dan konsep diri sedangkan faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, dan keluarga (Wijayanti & Astiti, 2017).

Karakteristik perilaku konsumtif diantaranya ; 1.) mudah terbujuk oleh iklan atau rayuan penjual; 2.) perasaan yang tidak enak kepada penjual apabila tidak membeli; 3.) tergesa-gesa dalam menentukan pilihan barang yang akan dibelinya. (Munandar, 2006).

Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kepekaan individu dalam situasi mengendalikan serta mengelola faktor-faktor perilaku sesuai kondisi untuk mengendalikan dan mengatur perilaku yang akan dilakukan (Ghufron & Risnawati, 2010). Menurut Munandar (2001) kontrol diri yaitu kemampuan yang dimiliki setiap orang dalam mengatur, mengendalikan perilaku dalam membeli dan menggunakan sesuatu (Salsabila & Nio, 2019). Nurmala (2007) mengemukakan bahwa kontrol diri yaitu sebuah tindakan bagaimana seseorang dalam mengendalikan dirinya emosi, keinginan, perilaku dalam dirinya sendiri sehingga mampu melakukan aktualisasi diri (Harahap, 2017). Pendapat dari Calhoun dan Acocella (1990) kontrol diri yaitu suatu kemampuan yang dimiliki individu untuk menentukan perilakunya berdasarkan standar moral, nilai dan norma yang ada di masyarakat agar mengarahkan individu tersebut untuk berperilaku positif di kehidupannya (Marsela & Supriatna, 2019). Kontrol diri adalah gambaran dari suatu keputusan seseorang yang diputuskan melalui pikiran yang sesuai dengan perilaku yang telah disusun agar mampu meningkatkan hasil dan tujuan yang akan dicapai (Mustofa & Suprihatin, 2019). Berdasarkan pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri yaitu kemampuan seseorang dalam mengatur dan mengendalikan tindakan dan perilakunya agar mampu mencapai tujuan hidupnya.

Menurut Patty, dkk (2016) aspek-aspek kontrol diri meliputi,, kontrol diri terhadap pemikiran (kognitif), kontrol terhadap *impulse* (dorongan hati), kontrol terhadap emosi, kontrol terhadap unjuk kerja (Nazara, 2021) Aspek-aspek kontrol diri menurut Tangney, Baumeister dan Boone (2004) aspek kontrol diri terdapat : *self discipline, deliberate / non impulsive,, healthy habits, work ethic, reliability* (Amanda Pasca Rini, 2018). Sedangkan Menurut Averill (2012) terdapat tiga aspek kontrol diri diantaranya : kontrol perilaku (*behavior control*) merupakan suatu

kemampuan individu untuk mengendalikan suatu situasi atau keadaan yang ada dilingkungannya baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan, individu mampu mengontrol perilaku, tindakan dengan kemampuan yang ada didalam dirinya, jika individu belum mampu mengendalikan hal tersebut maka individu akan memerlukan sumber dari lingkungan sekitar. Kontrol Kognitif (*cognitive control*) merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang didapatkan dengan cara mengartikan kemudian menilai dengan tujuan menghubungkan dengan kejadian dalam satu kerangka untuk mengurangi tekanan. Kontrol pengambilan keputusan (*decisional control*) merupakan suatu kemampuan individu dalam memilih keputusan sebelum bertindak berdasarkan pilihan setiap individu yang telah disetujui (Zola & Nastasia, 2021).

Menurut Antonides (2009) dalam pembelian barang atau produk, kontrol diri yang berfungsi mengarahkan dan mengatur individu dirinya ke arah yang positif maupun negatif, individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu mengatur perilaku berbelanjanya sesuai dengan kebutuhannya bukan karena hanya memuaskan, tidak mudah terpengaruh dengan tawaran, potongan harga yang besar, percaya diri mampu menata hidupnya secara efisien dengan membelanjakan sesuatu yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi hidupnya sebagai aset perilakunya didalam kehidupan (Sudarisman, 2019),

Konsep Diri

Konsep diri merupakan penilaian atau penaksiran sikap yang ada didalam dirinya untuk mencapai tujuan atau keinginan yang maksimal dalam merealisasikan hidupnya sebagai evaluasi diri terhadap dirinya sendiri (Chaplin, 2002). Sedangkan menurut Papalia, Olds & Feldman (2013) konsep diri adalah sesuatu yang ada pada diri kita tentang kemampuan, sifat yang telah melekat pada diri yang mempengaruhi tingkah laku dari tiap individu (Andrayanti & Indrawati, 2017). Konsep diri merupakan konsep pusat yang terdapat dalam diri untuk bisa memahami manusia serta tingkah lakunya dan merupakan suatu hal yang dipelajari melalui interaksi dengan dirinya, orang lain, dan lingkungan sekitarnya (Firdaus, 2020). Berdasarkan

pengertian dari para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa konsep diri adalah gambaran mengenai diri mengenai kemampuan sifat, sikap yang ada pada diri sehingga mempengaruhi sikap dan tindakan yang akan dilakukan.

Aspek -aspek konsep diri, Ma'ruf (2016) terdiri atas : Aspek Fisik, merupakan suatu penilaian individu mengenai apa yang ada pada dirinya. Aspek Sosial mengenai apa fungsi dan peranan individu tersebut didalam kehidupan dan sejauh mana penilaian terhadap kerjanya didalam lingkungannya. Aspek Moral, mengenai nilai, norma serta prinsip yang digunakan dalam kehidupan, memberi makna dan arah yang baik dalam kehidupannya. Aspek Psikis, mengenai pikiran, perasaan dan emosi seseorang sehingga akan membentuk sikap setiap individu (Nurhaini, 2018). Aspek-aspek konsep diri menurut Calhoun dan Acocela terdiri dari pengetahuan,harapan Penilaian (Hidayati & Savira, 2021) Menurut Pudjijogjanti (1985) aspek – aspek konsep diri secara umum mencakup tiga aspek yaitu : Fisik, merupakan cara pandang individu mengenai dirinya dalam memahami fisik yang dimilikinya, Pribadi merupakan cara individu dalam memahami keseluruhan yang ada didalam dirinya biasanya hal ini sulit untuk dirubah karena sudah melekat. Sosial merupakan cara individu dalam memahami konteks sosial yang ada disekelilingnya

Menurut Pudjijogjanti (1985) faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri, terdiri atas: citra fisik merupakan ciri fisik pada seseorang mulai terbentuk melalui refleksi yang bersumber dari kritikan atau tanggapan dari orang lain. Jenis kelamin digolongkan sebagai pria / wanita berdasarkan fakta-fakta biologisnya. Perilaku orang lain, perilaku bagaimana individu menanggapi dan memperlakukan perilaku seseorang, pertama kali bersumber dari keluarga karena keluarga awal pembentukan konsep diri seseorang. Faktor sosial, adanya interaksi dengan orang - orang yang berada disekitarnya, misalnya dalam keluarga, masyarakat (Nurhaini, 2018). Sedangkan menurut Handy & Heyes (1989) faktor yang mempengaruhi konsep diri terdiri dari reaksi orang lain, perbandingan dengan orang lain, peranan seseorang dan identifikasi terhadap orang lain (Nurhaini, 2018)

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas, penulis terdorong untuk menelaah secara rinci terkait perilaku konsumtif dengan judul penelitian “ hubungan kontrol diri dan konsep diri dengan perilaku konsumtif belanja di *e-commerce* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta”. Peneliti juga telah merumuskan masalah yaitu apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dan konsep diri pada perilaku konsumtif belanja di *e-commerce* pada mahasiswa ?

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menguji hubungan antara kontrol diri dan konsep diri dengan perilaku konsumtif belanja di *e-commerce* pada mahasiswa. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu manfaat teoritis dan praktis. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi ilmu psikologi, terkhusus pada psikologi sosial yang berkaitan dengan kontrol diri, konsep diri dan perilaku konsumtif. Sedangkan manfaat praktis diharapkan penelitian ini mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif, kontrol diri dan konsep diri.

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan maka hipotesis mayor dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan kontrol diri dan konsep diri dengan perilaku konsumtif berbelanja di *e-commerce* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dan hipotesis minor pertama pada penelitian ini yaitu ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif berbelanja di *e-commerce* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dan hipotesis yang kedua yaitu hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif berbelanja di *e-commerce* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.