

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini banyak fenomena yang sering terjadi dalam kehidupan, seperti halnya fenomena krisisnya eksistensi pada masyarakat, khususnya dikalangan para remaja, banyak dari mereka yang melakukan banyak cara untuk berusaha menjadi suatu bagian dari lingkungan dan diakui oleh lingkungannya (Dikria & Mintarti, 2016). Said (2015) mengatakan bahwa masa remaja merupakan salah satu fase dimana ia membutuhkan bimbingan dalam kehidupan mereka karena banyaknya konflik psikologis dari dalam diri yang sangat dominan terjadi pada remaja yang disebabkan oleh perkembangan fisik, kognitif, kejiwaan, dan sosial. Menurut Monks, Knoers, & Hadinato (2014) membagi fase masa remaja menjadi tiga yaitu usia 12-15 tahun yang merupakan masa remaja awal, usia 15-18 tahun yaitu masa remaja pertengahan, dan usia 18-21 tahun yang merupakan bagian dari masa remaja akhir.

Perkembangan zaman mengubah paradigma kehidupan, terlebih pada hal konsumsi. Dikutip dari Kompasiana (2014) yang menunjukkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta jiwa. Dari angka tersebut, 11% melakukan aktivitas jual-beli *online*. Sedangkan dari hasil survei APJII pada tahun 2016 menunjukkan jumlah

pengguna internet melonjak menjadi 132,7 juta jiwa, dan yang mengakses konten jual-beli *online* mencapai 62%. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi yang dapat digunakan oleh siapa saja termasuk remaja, menjadi semakin eksis dalam berbagai kegunaannya seperti melakukan transaksi jual-beli *online*.

Internet menyediakan alat belanja yang nyaman untuk menemukan produk tertentu atau layanan, seperti perbandingan harga dan alat untuk mencari suatu produk (Lee, Park, & Lee, 2016). Data dari Kominfo (2016) mengenai aktivitas menggunakan internet oleh individu, yaitu sebanyak 73,3% menggunakan internet untuk membuka situs jejaring sosial, 53,7% menggunakan internet untuk mencari informasi mengenai barang atau jasa, 52,7% menggunakan internet untuk mengirim pesan melalui *Instant Massaging*. Merujuk data di atas dapat dilihat bahwa mencari informasi mengenai barang atau jasa berada pada peringkat kedua dan pada peringkat pertama menggunakan internet untuk membuka situs jejaring sosial, dimana sekarang ini pada situs jejaring sosial sudah banyak kemunculan *online shopping* yang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai barang dan jasa.

Pusat perbelanjaan juga menjadi tempat favorit yang dikunjungi masyarakat, hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung di Solo Grand Mall perhari yang mencapai 20 ribu kunjungan dan saat akhir pekan meningkat menjadi 30 ribu kunjungan. Pada hari-hari besar seperti bulan puasa dan akhir tahun terus mengalami peningkatan mencapai 200 persen dari hari biasa, hal ini didukung karena banyaknya diskon yang ditawarkan dari berbagai *tenant* yang mencapai 70% (Lifestyle

Okezone.com, 2017). Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sering mengunjungi tempat pusat perbelanjaan untuk mendapatkan diskon.

Remaja menampakkan diri di lingkungan dengan penampilan mereka oleh karenanya produk *fashion* merupakan hal terpenting bagi remaja (Chita, David & Pali, 2015). Ini didukung dengan adanya data dari Kominfo (2015) mengenai klasifikasi produk yang dibeli secara *online* yaitu produk *fashion* dan aksesoris berada pada posisi paling tinggi dengan presentase 3,76 kemudian pada posisi kedua dengan presentase 1,22 yaitu produk *handphone*, *gadget* dan aksesoris. Data tersebut menunjukkan bahwa produk-produk yang digunakan untuk menunjang fasilitas dan gaya hidup menjadi hal yang penting bagi masyarakat, sehingga memunculkan perilaku konsumtif pada masyarakat.

Perilaku konsumtif merupakan salah satu topik yang sedang marak di perbincangkan dikalangan peneliti konsumen, peneliti berusaha mencari tahu apa penyebab, kekuatan pendorong dan hal yang mengakibatkan perilaku konsumtif terjadi (Winata, Murti, & Azizah, 2016). Hasil penelitian Anggreini & Mariyanti (2014) menyatakan bahwa adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. Artinya yaitu mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang kurang kuat lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang kuat. Sedangkan pada mahasiswi yang memiliki perilaku konsumtif tinggi lebih banyak daripada mahasiswi yang memiliki perilaku konsumtif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya mahasiswi yang kurang

dapat menahan diri dari pengaruh-pengaruh yang ada pada diri dan pengaruh yang ada dilingkungan atau berasal dari luar dirinya.

Hasil penelitian Chita, David, & Pali (2015) dengan subjek mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi maka perilaku konsumtif *online shopping* pada produk *fashion* rendah, dan sebaliknya yaitu mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang rendah maka perilaku konsumtif *online shopping* pada produk *fashion* akan meningkat atau tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri yang kuat dapat menjaga mahasiswa dari pengaruh-pengaruh yang muncul dari diri maupun dari luar dirinya.

Pentingnya rasa syukur ditekankan pada kebanyakan tradisi agama, filosofis, dan budaya (Layous, Sweeny, Armenta, Na, Choi, & Lyubomirsky, 2017). Agama mengajarkan untuk tidak berlebihan atau bersikap boros yang artinya tidak dianjurkan untuk berperilaku konsumtif. Sebagaimana firman Allah yang berbunyi:

“Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al Isro’ [17]: 26-27).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang yang boros menyerupai setan. Sehingga remaja yang memiliki perilaku konsumtif dapat dikatakan tidak memahami dan mengerti ajaran agama dengan baik dan benar. Akibatnya budaya konsumtif semakin

merajalela dikalangan remaja, sehingga melunturkan nilai-nilai agama dan etika dimana mereka menganggap semua hal itu kuno.

Hasil penelitian Felicia, Elvinawaty, & Hartini (2014) menyatakan bahwa individu yang memiliki perfeksionisme dan gaya hidup hedonistik yang tinggi, maka memiliki kecenderungan melakukan pembelian kompulsif yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang perfeksionis dan memiliki gaya hidup hedonistik cenderung berperilaku konsumtif. Sedangkan dalam ajaran agama gaya hidup hedonistik atau gaya hidup keduniawian itu dilarang, karena pada hakekatnya manusia harus seimbang dalam menjalani hidupnya yaitu antara dunia dan akhirat. Oleh karena itu rasa syukur harus ditanamkan pada tiap individu agar tidak menjadi pribadi yang hanya mementingkan kehidupan dunia.

Berangkat dari peristiwa di atas peneliti menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif marak terjadi dikalangan remaja, mereka yang kontrol dirinya lemah akan mudah terpengaruh pada hal-hal yang ada pada diri maupun luar dirinya, seperti halnya pengaruh keinginan untuk diakui lingkungan, keinginan untuk sama dengan orang dewasa dan hal-hal yang muncul dari luar dirinya, seperti budaya hedonistik, konformitas pada teman sebaya. Hal lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu rasa syukur pada remaja, remaja yang memiliki rasa syukur akan menjalani hidupnya dengan tidak berlebih-lebihan sesuai ajaran agama.

Berdasarkan ulasan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui hubungan antara kontrol diri dan rasa syukur dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.
2. Mengetahui hubungan antara rasa syukur dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.
3. Mengetahui hubungan antara kontrol diri dan rasa syukur dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.
4. Mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswa.
5. Mengetahui tingkat rasa syukur pada mahasiswa.
6. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa.

C. Manfaat Penelitian

1. Untuk menambah khasanah kajian ilmiah di bidang Psikologi khususnya Psikologi Sosial dan Psikolog Perkembangan Remaja.
2. Memberi wawasan mengenai pentingnya kontrol diri dan rasa syukur dalam mengatasi perilaku konsumtif.

3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan yang lebih mendalam dan menumbuhkan kemampuan serta keterampilan meneliti bagi peneliti.