

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan di Indonesia maupun luar negeri di era modern, belanja merupakan aktivitas yang dilakukan oleh hampir setiap orang atau masyarakat terutama mahasiswa guna memenuhi kebutuhan gaya hidup tiap hari. Setiap tahunnya semakin bertambah kebutuhan yang harus dipenuhi, diiringi dengan mudahnya mengakses secara online untuk memenuhi kebutuhan dan tawar-menawar yang menarik seperti diskon, gratis ongkir dan lain sebagainya. Belanja ialah kegiatan yang menyenangkan untuk kebanyakan orang sehingga susah dipisahkan dari kerutinan saat berbelanja pakaian karena setiap penjualan pasti memiliki tren pakaian yang lebih baru dan mengikuti zaman sehingga mahasiswa tidak mudah dipisahkan dari kerutinan belanja. Model pembelanjaan telah menghadapi perpindahan serta perubahan, menurut Oktora, (2011) perubahan metode belanja untuk disaat ini memanglah menuju kepada metode yang lebih praktis serta canggih, yakni memanfaatkan teknologi semacam handphone dan komputer.

Menurut Hoult (dalam Hurlock, 1974) untuk memastikan kelompok mana seseorang diterima di lingkungannya. Dengan demikian bisa disimpulkan kalau mahasiswa membeli pakaian paling utama karena dipengaruhi oleh teman-teman di lingkungan kampus yang memiliki pakaian yang menarik, dengan perasaan emosi agar diterima dalam kelompok dengan mempresentasikan diri lewat penampilan mereka.

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa belanja online adalah kegiatan berbelanja dalam sistem transaksi tidak memerlukan komunikasi atau tatap muka secara langsung melainkan dapat melalui sistem jaringan internet di seluruh media.

Hasil data kompasiana.com (2021) internet merupakan salah satu media elektronik di seluruh dunia yang mampu menghubungkan suatu jaringan

komunikasi. Berdasarkan data pada tahun 2019 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) sehingga digabungkan dengan Badan Pusat Statistik (BPS) ternyata pengguna internet di seluruh Indonesia sebanyak 196,7 juta dengan total populasi Indonesia yang memiliki jumlah 266.911,900 juta, dengan ini dibandingkan pada tahun 2018 meningkat dengan jumlah 23,5 juta (Jatmiko, 2020).

Berdasarkan lansiran dari berita *Populix.com* (2020) bahwa *online shopping* yang dilakukan generasi milenial salah satunya dalam kebiasaan tidak perlu keluar rumah untuk beraktivitas dalam belanja pakaian dapat dilakukan dengan mudah memilih belanja secara online semakin didukung dengan *e-commerce* atau *marketplace* ketimbang harus datang ke mall tersebut. E-commerce atau marketplace adalah media yang dilakukan sebuah proses transaksi guna menyediakan jejaring sosial yang di perjual belikan oleh barang atau jasa (*Kompasiana.com*, 2021).

Berbelanja bisa menggunakan *e-commerce* sehingga banyak dikunjungi oleh masyarakat seperti aplikasi *shopee*, *JD.ID*, *Intagram*, *Facebook*, *Zalora* dan *Lazada* diduga lebih mengirit waktu, serta merasa harga yang ditawarkan lebih murah. Ongkos kirim umumnya bakal berbeda biayanya sesuai dengan wilayah maupun kota yang di tuju mahasiswa di Indonesia mempunyai atensi yang tinggi untuk berbelanja pakaian secara online. Beberapa penelitian mendapatkan hasil sebagian besar sasaran utama iklan yaitu mahasiswa karena ciri-ciri yang masih cukup labil, mereka mudah dipengaruhi untuk melakukan belanja secara spontan. (*Republika.com*, 2004).

Ketika mahasiswa mulai memasuki dunia perkuliahan pada umumnya orang tua mulai memberi kepercayaan kepada anaknya untuk mengelola uang secara mandiri di sisi lain, secara finansial, umumnya mahasiswa belum dapat memenuhi kebutuhannya sendiri. Mereka masih mengandalkan uang saku orang tua untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Sehingga mahasiswa dapat mengatur pengeluaran dengan baik agar uang saku dapat mencukupi

segala kebutuhan dalam batas waktu yang diharapkan oleh orang tua mereka. Artinya, dalam proses memenuhi kebutuhan mahasiswa dapat membedakan antara barang kebutuhan dengan barang yang didasarkan hanya pada keinginan semata agar terhindar dari borosnya pengeluaran keuangan karena mahasiswa ada yang sering dimarahi oleh orangtuanya dalam permasalahan keuangan, sehingga mereka tidak tercukupi dengan uang saku yang sudah diberikan dan hanya ingin mengikuti gaya hidup yang trend.

Mahasiswa secara spontan ingin memiliki seluruh barang dari pada memilih salah satu barang yang lebih utama dibandingkan kehati-hatian untuk membeli pakaian yang bertampilan menarik (bentuk pakaian yang menyenangkan, dan warna yang menarik). Akibat jangka panjang, serta keinginan konsumen membeli barang banyak tanpa merencanakan sebelumnya yang menyebabkan tidak terpakainya barang tersebut. Menurut Hurlock (2008) kontrol diri adalah mengontrol emosi serta dorongan-dorongan dari dalam diri yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengendalikan individu dapat melakukan pertimbangan sebelum sanggup memutuskan sesuatu yang ada.

Dilansir dari berita *Liputan6.com* (2020) mengatakan kegiatan belanja online ini mengalami kenaikan selama masa pandemi Covid-19 yang dialami oleh terbatasnya ruang gerak selama pandemi. Hasil survei yang di rilis *Liputan6.com* kelompok yang berbelanja online yaitu kategori usia 18-21 dan 22-28 tahun dengan sebutan milenial memiliki angka paling tinggi dalam kegiatan belanja pakaian dengan masing-masing 35% - 33% koresponden (Junita, 2020).

Survei menyebut jumlah produk yang sangat sering dibeli konsumen di *e-commerce* yaitu pakaian yang menjadi produk paling laris dibeli oleh remaja mencapai 49% dari total responden. Menurut Loudon dan Bitta (Larasati & Budiani 2013) pembelian yang sering terjadi secara spontan, tidak direncanakan serta langsung dilakukan pembelian di aplikasi. Pola pembelian dimana terdapat keputusan untuk pembelian dari konsumen

Seketika melihat barang dan mengalami perasaan tiba-tiba, merasakan perasaan yang kuat dan berkeras hati terhadap dorongan emosional untuk membeli dengan segera.

Dari hasil wawancara peneliti terhadap mahasiswa psikologi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya pada Selasa, 9 November 2021 didapatkan hasil data dari 4 mahasiswa dengan kategori menyukai belanja pakaian, 1 mahasiswa diantaranya belum tertarik membeli pakaian. Hasil data yang didapatkan bahwa mahasiswa berbelanja pakaian menggunakan aplikasi online karena ingin membeli pakaian dan mengikuti kebutuhan gaya hidup yang berlebihan, melihat iklan serta barang yang lucu untuk mengikuti gaya hidup supaya terlihat oleh teman-temannya dan lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis terhadap mahasiswi M merupakan mahasiswi Fakultas Psikologi, mengatakan:

*“...orang tua saya memberikan uang untuk membayar uang kuliah akan tetapi digunakan untuk berbelanja pakaian yang diinginkan sehingga mengalami kendala atau kekurangan dalam membayar uang kuliah pada saat mengikuti UTS (Ujian Tengah Semester) atau UAS (Ujian Akhir Semester) dan saya pernah mengalami kekurangan uang saat ingin membeli pakaian yang disukai tetapi pada akhirnya mahasiswi tersebut menggunakan uang untuk membeli buku kuliah agar dapat membeli pakaian yang disukai”.*

Menurut Shiffman dan Kanuk (2000) perilaku konsumen adalah perilaku yang diperhatikan oleh konsumen untuk membeli, menggunakan dan mengevaluasi produk yang diharapkan sehingga dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Berdasarkan data wawancara yang didapatkan penulis dari berbagai sumber dan fenomena masalah bahwa mahasiswa yang sulit mengendalikan dorongan untuk membeli pakaian secara tidak terencana, baik yang berasal dari dalam diri maupun dari lingkungan sekitarnya, memiliki kecenderungan untuk melakukan proses konsumsi berbelanja pakaian secara berlebihan

tanpa bisa membedakan antara barang memenuhi kebutuhan dan barang untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Apabila perilaku berbelanja seperti ini terus berlanjut, hal ini dapat memberi dampak buruk pada kehidupan pribadi maupun kehidupan sosial individu. Dampak buruk pada kehidupan pribadi dapat berupa penyesalan, pengeluaran uang saku secara berlebihan (boros), berkurangnya kesempatan individu untuk menabung dan terlilit hutang. Sedangkan dampak buruk pada kehidupan sosialnya dapat menyebabkan hubungan yang buruk dengan orang-orang di sekitarnya, seperti berbohong kepada orang tua, hingga yang lebih berbahaya yaitu mencuri perhiasan teman untuk dijual sehingga dapat berbelanja yang disukai. Hal tersebut yang menyebabkan mahasiswa kurangnya kontrol diri.

Menurut Praptiani (2013) ada beberapa faktor permasalahan kontrol diri yaitu kontrol diri rendah dan kontrol diri tinggi. Mahasiswa fakultas psikologi yang lebih cenderung memiliki kontrol diri rendah yang berperilaku negatif mampu membeli pakaian yang berlebihan atau terus-menerus dengan tujuan memuaskan keinginan membeli tanpa mempertimbangkan konsekuensi. Mahasiswa fakultas psikologi yang kontrol diri tinggi akan lebih memiliki perilaku yang positif dalam mengontrol diri untuk tidak berbelanja pakaian yang berlebihan setiap harinya. Hal ini kontrol diri yang rendah tidak mampu mengarah atau mengatur perilaku dengan baik (negatif) dan kontrol diri tinggi mampu untuk mengatur perilaku yang positif.

Menurut Kotler (2002) seseorang yang berasal dari budaya, pekerjaan dan kelas sosial yang memiliki gaya hidup sosial yang berbeda. Hal ini dalam berbelanja pakaian hanya dipengaruhi oleh karakteristik individu. Karakter ini dapat meliputi keadaan ekonomi, gaya hidup, serta tahapan siklus hidup.

Chaplin (2002) mendefinisikan kontrol diri yaitu kemampuan seseorang yang menunjukkan tingkah lakunya sendiri serta untuk membatasi dorongan yang ada. Kontrol diri ialah salah satu kemampuan yang bisa dikembangkan oleh individu dalam proses kehidupan, dalam menghadapi suasana yang terdapat di area yang terletak di sekitar. Terdapat kontrol diri



bisa memusatkan serta mengendalikan sikap dengan mengarah pada konsekuensi yang positif. Membeli pakaian harus memiliki kontrol diri dengan membutuhkan kesabaran dalam memantapkan diri sendiri biar tetap terbiasa mematuhi perilaku kontrol diri.

Menurut Thompson (dalam Utami & Sumaryono, 2008) bahwa kontrol diri adalah keyakinan individu yang mencapai keinginan untuk mendapatkan cara mengendalikan emosi di dalam dirinya. Sehingga saat ini mereka melakukan pemantauan secara individu dengan adanya kontrol diri yang cenderung tinggi dalam memperhatikan situasi dalam berperilaku yang tepat. Mengendalikan sikap dan memiliki kontrol diri membutuhkan kesabaran dalam memantapkan diri untuk tetap terbiasa mematuhi perilaku kontrol diri.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut diatas, peneliti tertarik ingin mengetahui Gambaran Kontrol Diri Dalam Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Karena itulah peneliti memilih judul “Gambaran Kontrol Diri Dalam Membeli Pakaian Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Laqfan Falasifa Am arulloh dan Abdurrohman dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Dewasa Awal Petet Tuntang Kabupaten Semarang Jawa Tengah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negative yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif yang membedakan dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah variabel tunggal yaitu kontrol diri.

Penelitian lain oleh Desy Arisandy dan Dwi Hurriyati dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang Yang Melakukan Belanja Online”. Hasilnya adalah terdapat hubungan yang

signifikan antara kontrol diri dan *impulsive buying* pada mahasiswi fakultas psikologi perguruan tinggi wilayah Palembang yang melakukan belanja online.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yoseph Nirvana M Lubis dan Rilla Sovitriana berjudul “Gambaran Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pria Dewasa Awal Yang Gemar Berbelanja di Mall Kawasan Jakarta”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketiga subjek telah memiliki kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berkisar dari kurang sampai baiknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ririn Anggreini dan Sulis Mariyanti dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul”. Hasil penelitian terdapat hubungan negative antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul.

Penelitian dihasilkan oleh Rosari Tertierina dengan judul “Gambaran Kontrol Diri dan *Locus of Control* Dalam Berbelanja Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Padjajaran”. Hasil dari penelitian menunjukkan kontrol diri mahasiswa mayoritas dengan kategori tinggi, begitu pun aspek-aspek kontrol diri dengan kategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka, permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Gambaran kontrol diri dalam membeli pakaian pada mahasiswa psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui Gambaran kontrol diri dalam membeli pakaian pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu untuk dapat menambah bahan informasi mengenai gambaran kontrol diri dalam membeli pakaian.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu pemahaman kepada mahasiswa supaya tidak menimbulkan perilaku membeli yang berlebihan.

b. Bagi Peneliti

Penelitian dapat digunakan sebagai menambah wawasan yang luas dan memiliki pengetahuan tentang kontrol diri. Serta memiliki gambaran dari mahasiswa-mahasiswi yang belum memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan dalam kegiatan berbelanja.

