

BAB I

PENDAHULUAN

Pada uraian dibawah ini menjelaskan mengenai latar belakang dengan fenomena belanja *online* menggunakan aplikasi belanja *online* serta pada penjelasan dibawah ini di dapatkannya permasalahan perilaku berbelanja secara berulang-ulang khususnya terjadi pada mahasiswa, selain itu pada bagian ini dijelaskan juga mengenai rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian.

1.1 Latar Belakang

Belanja *online* atau *e-commerce* adalah sebuah proses transaksi yang dilakukan secara elektronik melalui media internet tanpa harus datang langsung ke toko yang bertujuan untuk mempermudah konsumen (Suyanto dalam Nurjanah et al., 2019). Dengan hal ini mempermudah konsumen untuk melihat barang-barang yang mereka sukai dalam gambar atau video yang disediakan oleh penjual di aplikasi belanja *online* yang mereka miliki. (Harahap, 2018), menjelaskan bahwa belanja *online* telah menjadi *trand* atau kebiasaan bagi setiap orang karena lebih mudah dilakukan dengan satu ‘klik’ kita bisa mendapatkan apa yang kita mau tanpa harus datang langsung ke toko dan juga adengan fitur pembayaran yang mudah yaitu melalui *via bank, m-banking, pay later, dompet digital*, ataupun COD (*Cash On Delivery*).

Berhubungan dengan belanja *online* mahasiswa adalah salah satu konsumen terbesar dalam belanja *online*, terbukti dari hasil survei yang dilakukan Case, Burns, & Dick terhadap mahasiswa di Amerika Serikat bahwa pengetahuan tentang digital, pendapatan, dan tingkat pendidikan ialah hal yang paling berpengaruh dalam pembelian *online* di kalangan mahasiswa (Utari et al., 2020). Hal itu terjadi karena mahasiswa memandang bahwa belanja *online* adalah bagian yang tidak bisa hilangkan dari aktivitasnya,

karena tingginya kebutuhan mahasiswa dalam berbelanja online. Fitur yang menarik dan mudah untuk dilakukan serta promo diskon yang berlebih yang tak sebanding dengan harga yang ada di toko yang berdampak negatif kepada konsumen belanja *online* (Komala & Sugilar, 2020).

Dikalangan Mahasiswa belanja *online* di nilai praktis dan mudah untuk memilih dan membeli barang yang diinginkan seperti pakaian, tas, sepatu, kosmetik, serta aksesoris lainnya, karena dengan praktisnya penggunaan belanja *online* membuat dampak negatif. Dalam hal ini mahasiswa menja lebih konsumtif dalam membeli dan mengkonsumsi barang (Aliakbari et al., 2015). Bagi sebagian mahasiswa susah dalam mengendalikan dirinya sehingga menimbulkan kecanduan dalam berbelanja serta membuat mahasiswa menjadi lebih boros, karena mahasiswa tidak lagi mementingkan barang yang ia butuhkan melainkan lebih mementingkan apa yang ia inginkan dalam melakukan belanja *online* (Nursita et al., 2017). Selain itu dampak negatif dari berbelanja juga adanya perilaku yang adiktif atau berlebihan yang mana dilakukana secara berulang-ulang dengan membeli barang yang tidak di perlukan melebihi kebutuhan yang di miliki, perilaku tersebut dinamakan perilaku Pembelian Kompulsif (Sari, 2016).

Menurut Elizabeth A. Edwarads (dalam Sari, 2016) Pembelian Kompulsif yaitu perilaku berbelanja yang bertujuan untuk menyibukan dirinya atau juga adanya dorongan yang tak bisa ditahan dalam berbelanja, tidak terkendali dan dilakukan secara berulang-ulang. Sedangkan menurut Muller, Mitchell, de Zwaan kesenangan dalam Pembelian Kompulsif buka berasal dari barang yang ia beli melainkan pada proses membelinya yang bisa mengurangi kecemasan serta ketegangan (dalam Anastasia & Renanita, 2018). Rahayuningsih (2016) berpendapat untuk membedakan perilaku kecenderungan Pembelian Kompulsif dengan Pembelian Kompulsif *Disorder* yaitu dilihat dari ciri Pembelian Kompulsif *disorder* sendiri berupa (obsesif) dimana kemauan yang tidak masuk akal dan kepanikan yang datang secara

tiba-tiba dalam melakukan pembelian. Menurut Solomon (2007) perilaku Pembelian Kompulsif dapat terjadi pada setiap manusia, baik pria maupun wanita tanpa melihat umur, pria dan wanita memiliki ketertarikannya sendiri dalam berbelanja dimana wanita lebih tertarik pada fasion, kosmetik, perhiasan, serta *Skin Care* untuk meningkatkan diri kepada orang lain, sedangkan pria lebih keperalatan seperti gadget, senjata, peralatan olahraga untuk mendapatkan sesansai kekuatan (dalam Lestari A & Kristiyanto, 2012). Menurut Jacobs (1986) Harga Diri yang rendah berkaitan dengan adanya perilaku Pembelian Kompulsif, karena dengan melakukan perilaku Pembelian Kompulsif bisa mengatasi perasan negatif dalam dirinya (dalam O'Guinn & Faber, 1989).

Menurut Branden Harga Diri ialah keyakinan yang ada dalam diri seseorang untuk berfikir dan cara untuk memenuhi kebutuhan hidup serta keinginan untuk hidup bahagia, berharga, layak, serta merasakan hasil dari kerja kerasnya (dalam Pratiwi, 2015). Sedangkan menurut Maslow Harga Diri yang tinggi membuat pribadi lebih percaya diri, lebih berharga, mampu, dan merasa berguna. Sebaliknya jika Harga Diri yang rendah akan merasa canggung, lemah, pasif, penakut, dan merasa rendah dalam pergaulan. Itulah sebabnya jika seseorang memiliki Harga Diri yang rendah ia akan mengira dirinya kurang percaya diri dan akan merasa malu, merasa agagal, serta merasakan penolakan di lingkungannya. Seseorang memiliki Harga Diri yang tinggi ia akan mengira dirinya percaya diri dan dapat melakukan hal yang berisiko serta ingin menjadi pusat perhatian di lingkungannya (dalam Lestari A & Kristiyanto, 2012). Menurut Sears berpendapat bahwa Harga Diri berpengaruh pada perilaku membeli. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki harga diri yang rendah akan lebih mudah di pengaruhi daripada mahasiswa yang memiliki harga diri yang cukup tinggi, sehingga ia bisa mengambil keputusan untuk dirinya dan tidak mudah di

pengaruhi oleh lingkungannya dan mahasiswa tidak melakukan belanja online secara berlebihan (Nurasaitma, 2017).

Studi yang dilakukan di *California* oleh, O'Guinn & Faber (1989). Pembelian Kompulsif yaitu motivasi utama mereka merupakan manfaat psikologis yang diperoleh dari proses pembelian itu sendiri bukan dari kepemilikan barang yang dibeli. Studi yang dilakukan di Cina, oleh He et al (2018). Mengidentifikasi pembeli kompulsif dari enam motivasi pembeli kompulsif untuk membeli secara online diidentifikasi dari perasaan positif langsung, menghindari interaksi sosial, membeli kapan saja atau di mana saja, melamun, pembelian yang diamati, dan respons emosional untuk menerima pembelian online. Studi yang dilakukan di Surabaya, oleh Anastasia & Renanita (2018). Mengidentifikasi adanya hubungan positif antara nilai materialistik dan nilai hedonistik bersama-sama dengan kecenderungan Pembelian Kompulsif secara *online*. Studi yang dilakukan di Universitas Muhammadiyah Malang, oleh Djudiyah (2019). Mengidentifikasi adanya keputusan berbelanja seringkali dimaksudkan untuk mendapatkan gengsi atau penghargaan dari orang lain dapat mendorong mereka melakukan Pembelian Kompulsif. Studi yang dilakukan di salah satu Universitas di Bandung, oleh Vilanty & Sumaryanti (2019). Mengidentifikasi adanya proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan dan dilakukan saat itu juga untuk menimbulkan rasa puas dan menghilangkan ketegangan yang bersifat sementara, kemudian pada diri individu akan timbul rasa bersalah dan penyesalan disebut juga dengan Pembelian Kompulsif. Hasil lima penelitian diatas belum melibatkan subjek yang memiliki dan menggunakan aplikasi belanja *online*. Padahal menurut hasil survei yang dilakukan SIRCHLO mengungkap bahwa penelitian mengenai belanja *online* perlu merujuk kepada orang-orang yang memiliki dan menggunakan aplikasai belanja *online* (Hamdani, 2019). Oleh karna itu penelitian ini melibatkan responden yang menggunakan dan memiliki aplikasi belanja *online* di *SmartPhone* nya.

Pada penelitian ini melibatkan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai responden. Adapun alasannya, dikarenakan fenomena belanja *online* banyak terjadi di lingkungan rekan mahasiswa, dan dari hasil wawancara kepada lima subjek juga didapatkannya fenomena belanja *online*. Hasil wawancara yang diperoleh dari lapangan penelitian bahwa adanya mendapatkan adanya gambaran fakta perilaku Pembelian Kompulsif yaitu adanya perilaku belanja *online* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya secara berulang-ulang dan juga adanya gambaran Harga Diri yaitu mahasiswa merasakan nilai dari barang yang ia gunakan untuk kebutuhan harga dirinya di lingkungannya. Sesuai dengan apa yang di jelaskan oleh (Sears dalam Nuraitma, 2017) bahwa Harga Diri berkaitan dengan perilaku membeli berlebih atau Pembelian Kompulsif.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah di jelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut; Bagaimanakah hubungan Harga Diri dengan Pembelian Kompulsif pada mahasiswa UBJ yang melakukan belanja *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini ialah; Mengetahui hubungan Harga Diri dengan Pembelian Kompulsif pada mahasiswa UBJ yang melakukan belanja *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah di harapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu Psikologi Sosial didalam perilaku konsumen terkait dengan hubungan Harga Diri pada pelaku Pembelian Kompulsif belanja *online*. Penelitian ini juga sebagai

pengetahuan untuk masyarakat atau mahasiswa yang membutuhkan terutama untuk orang yang melakukan belanja *online* agar lebih memperhatikan dalam proses pembelian, dan juga sebagai sarana untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai gambaran Harga Diri dan Pembelian Kompulsif yang terjadi pada mahasiswa yang melakukan proses belanja *online*. Pelaku belanja *online* terutama mahasiswa, dapat memahami kondisi dirinya terutama tentang Pembelian Kompulsif, selain itu juga agar mahasiswa yang melakukan belanja *online* dapat mengetahui dirinya melakukan belanja *online* termasuk perilaku Pembelian Kompulsif atau tidaknya, agar segera meninggalkan perilaku tersebut.

1.5 Uraian Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian memiliki tujuan yaitu agar dapat melihat serta membandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Kemudian dengan melihatnya penelitian sebelumnya, dapat terlihat apakah adanya perbedaan atau tidaknya dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini, perbedaannya dapat dilihat dari segi responden, hasil penelitiannya bagaimana, lalu lokasi penelitian, serta variabel penelitian ataupun teknik analisisnya. Kemudian keaslian penelitian ini bertujuan untuk mengurangi plagiarisme dengan penelitian saat ini. Selanjutnya akan disertakan beberapa penelitian tentang Harga Diri dan Pembelian Kompulsif ataupun dari fenomenanya ialah belanja *online* sebagai berikut:

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian

Kajian keaslian penelitian dilakukan untuk menggali kebaruan yang dapat dilakukan pada penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu terdapat pada tabel dibawah ini:

| No | Nama Peneliti, Tahun, Judul | Hasil Penelitian | Perbedaan Peneliti Sebelumnya dan Penelitian yang Akan dilakukan |
|-----------|--|--|--|
| 1 | (Sari, 2016) Dengan judul “Kecenderungan Perilaku Pembelian Kompulsif Pada Remaja Akhir di Semarang” | Hasil penelitian ketiga subjek menunjukkan latar belakang perilaku Pembelian Kompulsif berupa faktor internal yaitu kepercayaan diri, pengendalian diri, dan ketidak stabilan emosi, sedangkan faktor eksternal berupa keluarga, teman, media masa, dan lingkungan sekitar | Penelitian sebelumnya menggunakan teknik penelitian kualitatif, dan lokasi penelitian berada di kota samarinda, dengan sampel remaja akhir. Selanjutnya penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik penelitian kuantitatif, dan lokasi berada di kota Bekasi dengan responden Mahasiswa Univ.Bhayangkara Jakarta Raya. |
| 2 | (Nursita et al., 2017) Dengan judul penelitian “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap | hasil analisis data tersebut, diperoleh tiga kesimpulan hasil penelitian | Penelitian sebelumnya menggunakan teknik kualitatif, dan lokasi penelitian berada di |

| No | Nama Peneliti, Tahun, Hasil Penelitian | Judul | Perbedaan Peneliti |
|----|---|---|--|
| | | | Sebelumnya dan Penelitian yang Akan dilakukan |
| | Keputusan Berbelanja sebagai berikut. Pertama, Online Pada Mahasiswa Di Era Pandemi C0vid-19” | faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap belanja online karena harganya, kualitasnya, foto asli barang dari review pembeli, praktis, dan mudah melakukan transaksi. | bojonegoro, dengan subjek Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Sedangkan Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif, dan lokasi berada di kota Bekasi, dengan subjek Mahasiswa di Univ. Bhayangkara Jakarta Raya. |
| 3 | (Anastasia & Renanita, 2018) | Hasil uji korelasi menunjukkan adanya penelitian “Nilai hubungan positif antara Materialistik dan Nilai Hedonistik Pembentuk Kecenderungan Pembelian Kompulsif Online” | Penelitian sebelumnya: subjeknya ialah mahasiswa S1 di Kota Surabaya. Sedangkan penelitian selanjutnya mengambil subjek Mahasiswa Univ. Bhayangkara Jakarta Raya di kota Bekasi. |
| | | menunjukkan adanya penelitian “Nilai hubungan positif antara Materialistik dan Nilai Hedonistik Pembentuk Kecenderungan Pembelian Kompulsif Online” | sebelumnya: subjeknya ialah mahasiswa S1 di Kota Surabaya. Sedangkan penelitian selanjutnya mengambil subjek Mahasiswa Univ. Bhayangkara Jakarta Raya di kota Bekasi. |
| | | nilai materialistik dan nilai hedonistik bersama-sama dengan kecenderungan Pembelian Kompulsif online (r = 0.789; p = 0.000). | |

| No | Nama Peneliti, Tahun, Hasil Penelitian Judul | Perbedaan Peneliti | Sebelumnya dan Penelitian yang Akan dilakukan |
|----|--|---|--|
| 4 | (Djudiyah, 2019) Hasil penelitian ini Dengan judul mendukung hasil riset “Avoidance Coping, Mangestuti (2014) yang Contingent Harga Diri menemukan bahwa Dan Belanja Kompulsif” mahasiswa dengan Harga | Diri rendah cenderung melakukan belanja secara kompulsif. Mahasiswi dengan contingent Harga Diri tinggi memiliki keinginan atau dorongan yang sangat kuat untuk mendapatkan penghargaan dari orang-orang sekitarnya, karena perasaan berharganya sangat ditentukan oleh reaksi positif orang lain terhadap dirinya, khususnya penampilannya (appearance). | Penelitian sebelumnya: mengambil subjek di Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2018 di Kota Malang. Sedangkan selanjutnya peneliti akan mengambil subjek pada Mahasiswa di Univ. Bhayangkara Jakarta Raya di Kota Bekasi. |
| 5 | (Sofiana & Indrawati, 2020) dengan judul menunjukkan | penelitian adanya | Penelitian sebelumnya: subjek |

| No | Nama Peneliti, Tahun, Hasil Penelitian | Perbedaan Peneliti |
|--|--|--|
| Judul | | Sebelumnya dan Penelitian yang Akan dilakukan |
| <p>“Hubungan Antara hubungan negatif yang merupakan mahasiswi Harga Diri Dengan signifikan antara harga Jurusan Manajemen Perilaku Konsumtif diri dengan perilaku Universitas X Membeli Kosmetik Pada konsumtif membeli Semarang, lokasi nya Mahasiswi Jurusan kosmetik pada mahasiswi berada di kota Manajemen Fakultas Jurusan Manajemen semarang. Ekonomika Dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Penelitian yang akan Universitas X Bisnis Universitas X (rxy dilakukan lokasi Semarang” =-0,540 p=0,000).</p> | | <p>merupakan mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas X Semarang, lokasi nya berada di kota semarang. Penelitian yang akan dilakukan lokasi penelitian berada di Bekasi, dengan subjek penelitian Mahasiswa Univ. Bhayangkara Jakarta Raya.</p> |