

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, kebanyakan manusia mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan untuk mengikuti *trend* yang ada dimasa kini. Keinginan yang dimiliki setiap manusia berbeda-beda, mulai dari *fashion*, *make up*, otomotif, makanan dan lain sebagainya. Fadila (dalam Trimpambudi dan Indrawati, 2018) menjelaskan bahwa pada era globalisasi seperti ini perubahan persepsi mengenai penggunaan pakaian sudah sering terjadi.

Pakaian yang dahulunya hanya dianggap sebagai kebutuhan primer saja, akan tetapi saat ini kebanyakan manusia menganggap pakaian adalah sebuah *trend* yang harus diperhatikan agar terlihat menarik. Apalagi dengan tidak diberikannya seragam di tempat kerja, itu menjadi salah satu acuan untuk mengikuti *trend* berpakaian, karena dengan mengikuti *trend* akan lebih percaya diri, seperti menurut Pranoto dan Mahardayani (dalam Renaldy, dkk, 2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan diri seseorang akan meningkat apabila menggunakan suatu barang yang sedang *trend*. Menurut Sipunga (dalam Renaldy, dkk, 2018) pesatnya perkembangan *trend* akan membuat aktivitas berbelanja sering digunakan sebagai alat untuk memuaskan emosional, tidak jarang didapati seseorang yang akhirnya juga membeli barang yang tidak begitu dibutuhkan.

Pada saat ini membeli pakaian tidak hanya bisa dilakukan di tempat perbelanjaan secara langsung, namun bisa juga membelinya melalui *online shop*,

sehingga dapat memudahkan untuk berbelanja. Apalagi di dalam *online shop* terdapat fitur yang mempermudah konsumen ketika tidak memiliki uang. Salah satunya adalah *shopee paylater* yang terdapat di aplikasi *shopee*.

Menurut Hadjah (dalam Prastiwi dan Fitria, 2021) *shopee paylater* adalah aplikasi yang memudahkan karena bisa bayar ‘nanti’ berbagai macam transaksi mulai dari kebutuhan sehari-hari, sudah banyak yang mengetahui kalau *shopee paylater* memiliki fungsi dan manfaat seperti kartu kredit, konsep utama dari fitur pembayaran kekinian ini adalah “Beli sekarang bayar nanti”.

Dari hasil survei *Research Institute of Socio-Economic Development* (dalam Lidwina, 2021) konsumen paling banyak menggunakan fitur *shopee paylater* dibandingkan dengan *paylater* lainnya. Jumlah pengguna *shopee paylater* mencapai 54,3 persen, 50,5 persen menggunakan fitur *paylater* dari *Gojek*, 18 persen menggunakan fitur *paylater* di *Tokopedia*, kemudian 11,3 persen menggunakan *paylater* di *Traveloka*. Sementara 11 persen menggunakan fitur *paylater* di aplikasi lainnya. Permasalahan yang terjadi ketika adanya fitur tersebut adalah konsumen itu sendiri. Konsumen bisa melakukan proses berbelanja tanpa memikirkan uang terlebih dahulu. Dengan mengaktifkan fitur tersebut kita sudah dapat membeli barang dengan limit saldo yang sudah ditentukan oleh aplikasi *shopee*, sehingga mendorong konsumen untuk berperilaku konsumtif.

Pembelian pakaian terkadang bukan berdasarkan pemikiran yang rasional. Seseorang akan berbelanja karena bagusny suatu model serta nyamannya ketika berbelanja, hal itu membuat timbulnya rasa ingin membeli suatu barang yang bukan merupakan kebutuhan. Perkembangan model pakaian akan selalu memengaruhi

tampilan, apalagi dalam membangun rasa percaya diri. Suyasa dan Fransisca (dalam Lestarina, dkk, 2017) berpendapat bahwa perilaku konsumtif ini merupakan perilaku membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, sehingga ketika dilakukan dapat menyebabkan pemborosan.

Menurut Regina (dalam Kumalasari dan Seisilo, 2019) perilaku konsumtif merupakan aktivitas konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana yang dilakukan manusia. Sedangkan menurut Sumartono (dalam Heryani dan Hermanto, 2015) perilaku konsumtif artinya memakai barang yang belum habis dipakai atau telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari *merek* yang berbeda, hal itu dapat disebut sebagai suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia melakukan tindakan membeli barang untuk memenuhi keinginan secara berlebihan. Menurut Lubis (dalam Wardani & Anggadita, 2021) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sedangkan menurut Ancok (dalam Wardani & Anggadita, 2021) menerangkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Jadi perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan dimasa yang akan datang, sehingga berdampak negatif untuk seseorang yang melakukan hal tersebut.

Berdasarkan studi pendahuluan yang peneliti lakukan pada 35 karyawan PT Hijau Elektronika Indonesia pada tanggal 24 Oktober 2021 didapatkan 55 persen sudah menghabiskan dana atau upah mereka untuk membayar cicilan di *shopee paylater*, mereka bisa 10-15 kali melakukan pembelian pakaian dalam satu bulan dan 80 persen mereka merasa puas dengan pakaian yang mereka beli. Alasan mereka membeli pakaian tersebut berbagai macam, 35 persen merasa tidak ingin ketinggalan zaman dan 45 persen merasa ingin terlihat menarik di mata orang lain dan 20 persen mengatakan kualitas pakaian yang mereka beli selalu bagus. Hal ini mengarah pada perilaku konsumtif karena mereka rela menghabiskan dana atau upah mereka untuk membayar cicilan *shopee paylater*, merasa tidak ingin ketinggalan zaman, dan merasa ingin terlihat menarik di mata orang lain. Berikut terdapat beberapa alasan yang membuat hasrat membeli mereka tidak terkontrol sebab di PT Hijau Elektronika Indonesia selalu mengenakan pakaian bebas ketika bekerja oleh karena itu kebanyakan dari mereka selalu membeli pakaian. Walaupun mereka sedang tidak memiliki uang yang cukup, menurutnya itu bukan permasalahan karena sudah ada solusinya ialah *shopee paylater* yang sangat membantu sehingga sangat percaya terhadap *shopee paylater* itu, yang membuat mereka enggan untuk menggunakan aplikasi yang lain selain *shopee*. tidak hanya itu menurut mereka *shopee paylater* juga banyak menawarkan *cashback* dan bunga yang rendah dibandingkan dengan aplikasi lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 2 orang responden pengguna *shopee paylater* pada tanggal 6 November 2021, menyatakan bahwa mereka tidak masalah menghabiskan banyak uang yang mereka dapatkan setelah berkerja setiap

bulannya, yang terpenting mereka dapat mengikuti *trend* dan keinginannya. Sehingga mereka merasa puas dan senang ketika membeli pakaian di aplikasi *shopee* dengan menggunakan fitur *paylater*. Walaupun harus membayar cicilan dengan jumlah yang sangat tinggi itu bukanlah suatu masalah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Paramita dan Rita (2016) mengenai “*Money attitude, kontrol diri dan perilaku konsumtif karyawan*”. *Money attitude* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada karyawan. Nazdir dan Ingarianti (dalam Paramita dan Rita, 2017) uang secara universal adalah sama, namun perilaku seseorang terhadap uang yang membuatnya berbeda sehingga *money attitude* adalah sikap seseorang terhadap uang, psikologi telah memanfaatkan uang dan perilaku uang sebagai alat ukur dalam penyelidikan fenomena psikologis. *Money attitude* atau sikap terhadap uang dapat didefinisikan sebagai persepsi individu terhadap uang dimana persepsi tersebut dapat menggambarkan perilaku individu terkait uang (dalam Shella, 2021). Selain itu *money attitude* juga didefinisikan sebagai sikap seorang individu terhadap uang yang diwujudkan dalam perilaku yang timbul dari pemahaman kepemilikan uang, kegunaan, dan makna uang yang memengaruhi perilaku konsumtif (dalam Imanda, 2017). Moschis (dalam Paramita dan Rita, 2016) *money attitude* adalah konsekuensi dari seseorang dalam pengamatan dari orang lain dan kesepakatan diri sendiri dengan situasi yang dibutuhkan dalam keputusan mengenai uang. *Money attitude* merupakan suatu sikap sebagai kecenderungan untuk memandang uang dan mengevaluasi hal-hal tertentu berdasarkan uang. Dengan adanya *money attitude* maka seorang individu dapat secara konsisten mengatur pengeluarannya dengan baik dan benar (dalam

Silooy, 2020). Oleh karena itu *money attitude* dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif sebab *money attitude* merupakan penilaian individu terhadap uang dan barang.

Selain *money attitude*, kontrol diri juga menjadi faktor internal yang memengaruhi perilaku konsumtif. Munandar (dalam Renaldy, dkk, 2018) berpendapat bahwa kontrol diri ialah kemampuan individu mengontrol dan mengendalikan tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang memengaruhi seseorang dalam membeli pakaian. Menurut Gufron dan Rini (dalam Kumalasari dan Seisilo, 2019) kontrol diri merupakan kemampuan manusia untuk membimbing, menyusun, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang membawa ke arah konsekuensi positif. Menurut Rahayuningsih (dalam Trimpambudi dan Indrawati, 2018) kontrol diri dapat diartikan aktivitas pengendalian tingkah laku, melakukan pertimbangan – pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak merupakan makna pengendalian tingkah laku. Selain itu, kontrol diri adalah kemampuan untuk mengatur dan mengendalikan perilaku sesuai situasi dan kondisi, menampilkan diri secara sosial untuk mengontrol perilaku, menarik perhatian, mengubah perilaku sesuai dengan keadaan sosial, menyenangkan orang lain, dan menutupi perasaan sendiri (dalam Candra, dkk, 2021). Kontrol diri sangat penting bagi seorang individu, sebagai makhluk sosial yang kehidupannya saling bergantung, setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda untuk mewujudkan kehidupannya sendiri, mulai dari kebutuhan yang paling mendasar hingga kebutuhan puncak manusia yang ingin dicapainya sesuai yang diharapkan. Oleh karena itu, kontrol

diri merupakan hal penting yang harus dimiliki setiap orang (dalam Marsela dan Supriatna, 2019). Jadi dapat disederhanakan bahwa kontrol diri dapat dijadikan pengendali tingkah laku sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak, sehingga semakin tinggi kontrol diri semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku dalam berkonsumsi agar tidak konsumtif.

Menurut hasil penelitian Tripambudi dan Indrawati (2018) mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro, semakin kuat kontrol diri seseorang semakin rendah perilaku konsumtif yang ditimbulkan begitu pula sebaliknya semakin rendah kontrol diri seseorang semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditimbulkan.

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *money attitude* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pembelian pakaian pada pengguna *shopee paylater* di PT Hijau Elektronika Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini didasarkan pada konteks yang telah diberikan sebelumnya:

1. Apakah ada pengaruh *money attitude* terhadap perilaku konsumtif pembelian pakaian pada pengguna *shopee paylater* di PT Hijau Elektronika Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pembelian pakaian pada pengguna *shopee paylater* di PT Hijau Elektronika Indonesia?
3. Apakah ada pengaruh *money attitude* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pembelian pakaian pada pengguna *shopee paylater* di PT Hijau

Elektronika Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *money attitude* terhadap perilaku konsumtif pembelian pakaian pada pengguna *shopee paylater* di PT Hijau Elektronika Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pembelian pakaian pada pengguna *shopee paylater* di PT Hijau Elektronika Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *money attitude* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pembelian pakaian pada pengguna *shopee paylater* di PT Hijau Elektronika Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis dan praktis, penelitian ini kemungkinan besar akan berdampak positif. Penelitian ini memiliki beberapa manfaat:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sumbangan penelitian terhadap penelitian mengenai *money attitude*, kontrol diri dan perilaku konsumtif. Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan berkontribusi pada kemajuan psikologi pada umumnya, dan psikologi konsumen pada khususnya, dengan menambah informasi mengenai *money attitude* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif individu.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan gambaran mengenai *money attitude*, kontrol diri, dan perilaku konsumtif para pengguna *shopee paylater*.
- b. Meningkatkan kesadaran bahwa dampak yang diberikan dari perilaku konsumtif akan merugikan diri sendiri maupun orang lain.
- c. Hasil dari penelitian dapat menjadi acuan bahwa kemampuan *money attitude* dan kontrol diri dapat memengaruhi perilaku konsumtif yang ditimbulkan.