

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi membawa perubahan baru bagi dunia berbelanja saat ini, apalagi di zaman yang serba canggih seperti sekarang berbelanja dapat dilakukan dengan mudah pada situs belanja *online* hanya dengan menggunakan *smartphone*. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021-2022 belanja *online* menduduki peringkat ketiga jenis konten internet terpopuler yang dilihat oleh masyarakat Indonesia dengan jumlah 21,26%. Berbelanja *online* digemari oleh sebagian orang karena selain mudah, juga efisien waktu.

Dittmar (dalam Irwan, 2022) mendefinisikan berbelanja merupakan kegiatan yang dilakukan setiap orang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Herabadi dkk. (dalam Utami dkk., 2019) mengemukakan bahwa saat ini berbelanja tidak hanya membeli barang yang dibutuhkan atau untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi berbelanja telah menjadi aktivitas gaya hidup, kesenangan dan pemenuhan kebutuhan psikologis seseorang. Gaya konsumtif yang saat ini sering ditemukan adalah pembelian secara kompulsif. Pada saat ini di Indonesia tidak ada data yang menunjukkan perilaku pembelian kompulsif. Namun, tidak menutup kemungkinan di Indonesia terdapat perilaku pembelian kompulsif. Karena dengan adanya situs belanja *online* produksi barang dan jasa menjadi semakin meningkat, yang menyebabkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia juga menjadi meningkat.

Perekonomian Indonesia tumbuh sebesar 5,03% pada triwulan pertama tahun 2023, atas dasar harga konstan (ADHK) menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS). Ahdiat (2023) mengungkapkan bahwa perekonomian Indonesia didominasi oleh industri manufaktur sebesar 18,57%; diikuti oleh pedagang dan bengkel sebesar 12,95%; pertambangan dan penggalian 11,85%; pertanian, kehutanan dan perikanan 11,77%; dan konstruksi 9,88%.

Indonesia terdiri dari beberapa pulau salah satu diantaranya yaitu pulau Jawa. Pulau Jawa terdiri dari 6 Provinsi yang didalamnya terdapat 119 Kabupaten, salah satunya adalah Kabupaten Karawang. Dzulfaroh (2022) mengemukakan bahwa Kabupaten Karawang menempati posisi pertama menjadi daerah dengan UMK 2023 tertinggi di Pulau Jawa, bahkan mengalahkan ibu kota DKI Jakarta yang berada pada posisi ke empat UMK 2023 tertinggi di Pulau Jawa. Dittmar (Alqurianisha dkk., 2020) orang dengan penghasilan yang tinggi memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak terkendali yang menyebabkan perilaku pembelian kompulsif.

Menurut O'Guinn & Faber (Ekapaksi, 2016) perilaku pembelian kompulsif adalah perilaku pembelian berulang dan intens yang merupakan reaksi utama ketika menghadapi peristiwa atau perasaan yang tidak menyenangkan seperti kesedihan, depresi, frustrasi dan salah satu tujuan utamanya yaitu untuk perbaikan suasana hati. Dittmar (dalam Djudiah, 2019) menjelaskan bahwa pembelian kompulsif adalah dorongan yang sangat kuat untuk membeli yang tidak terkendali yang menyebabkan hilangnya kendali atas perilaku berbelanja dan terus melakukan pembelian meskipun merugikan dengan kehidupan personal, sosial dan

menyebabkan hutang finansial. Sementara itu, menurut Edward (dalam Irwan dkk., 2022) pembelian kompulsif mengacu pada perilaku yang melebihi batas pembelian normal, dimana konsumen tidak mampu mengendalikan diri dan terus berbelanja berulang kali.

Studi oleh Christensen dkk. (dalam Ikhsantoro & Mujiasih, 2023) menemukan bahwa belanja yang berlebihan menyebabkan hutang besar (58%), rasa bersalah (46%), ketidakmampuan membayar tagihan (42%), menimbulkan kritik dari teman (33%) dan masalah hukum (8%). Dampak negatif ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian kompulsif merupakan masalah serius yang berdampak negatif pada individu yang melakukan pembelian secara berlebihan. Mangestuti (dalam Rahmat & Suryanto, 2020) mengemukakan dampak-dampak perilaku pembelian kompulsif, terdapat dampak positif (bersifat jangka pendek) seperti: mengurangi stres, mengurangi ketegangan dan meningkatkan konsep diri. Adapun dampak negatifnya (bersifat jangka panjang) yaitu seperti : tunggakan kredit tinggi, utang pribadi tinggi, tabungan rendah dan munculnya rasa bersalah. Sementara itu, menurut Benson (dalam Ardiansyah & Budiani, 2021) mengemukakan efek negatif dari pembelian kompulsif mengarah pada perilaku ilegal, pembelian kompulsif yang ekstrim akan menggunakan berbagai cara untuk memuaskan hasrat belanja mereka, termasuk melakukan tindakan kriminal seperti korupsi dan penipuan.

Untuk mengetahui perilaku kompulsif yang ada di Karawang peneliti melakukan survei pra-penelitian dengan menyebarkan kuesioner menggunakan google form kepada 35 konsumen belanja online di Karawang. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pra-penelitian pada Maret 2023 yang telah dilakukan penulis,

dari 35 responden terlihat adanya indikasi perilaku pembelian kompulsif yang terlihat dari 35 orang dengan persentase sebanyak 100% merasa tertarik untuk melakukan aktivitas berbelanja, dari aspek dorongan untuk mengeluarkan uang (*drive to spend*) terdapat 19 orang dengan persentase sebanyak 54,3% tidak memikirkan biaya pengeluaran saat berbelanja *online*, dari aspek perasaan senang Ketika berbelanja (*feelings joy about shopping and spending*) terdapat 29 orang dengan persentase sebanyak 82,9% merasa bahagia menghabiskan waktu untuk berbelanja *online*, dari aspek pengeluaran yang tidak berfungsi (*dysfunctional spending*) terdapat 23 orang dengan persentase sebanyak 68,6% sering membeli produk yang tidak dibutuhkan, dan dari aspek perasaan cemas (*post-purchased guilt*) terdapat 25 orang dengan persentase sebanyak 71,4% menyesal setelah membeli suatu produk hanya karena tertarik pada iklan yang sebenarnya produk tersebut tidak dibutuhkan.

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi pembelian kompulsif menurut Desarbo dan Edwards (dalam Felicia dkk., 2014) adalah: harga diri, kecemasan, perfeksionisme, fantasi, impulsivitas, kompulsivitas umum, ketergantungan, mencari persetujuan, penyangkalan, isolasi dan materialisme. Selain itu Desarbo dan Edwards (dalam Felicia dkk., 2014) mengemukakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembelian kompulsif adalah materialisme. Dalam psikologi, materialisme didefinisikan sebagai keyakinan akan pentingnya memperoleh dan memiliki sesuatu dalam hidup. Menurut Bagus (dalam Alqurianisha dkk., 2020), materialisme adalah paham filsafat yang pada hakekatnya segala sesuatu terdiri dari materi dan segala fenomena merupakan hasil

interaksi material. Selain itu, Kasser (dalam Wulandari & Budiani, 2020) mendefinisikan bahwa materialisme terdiri dari nilai dan tujuan hidup yang berfokus pada kekayaan, harta benda dan juga status sosial.

Menurut Ditasari (dalam Alqurianisha dkk., 2020), orang dengan materialisme yang tinggi percaya bahwa membeli barang akan langsung memuaskan hidupnya. Dittmar dkk. (dalam Wardani & Sumaryanti, 2019) menemukan bahwa orang dengan nilai materialistis yang tinggi memiliki keinginan yang kuat untuk mengkonsumsi lebih banyak barang dan meningkatkan perilaku pembelian kompulsif yang memicu nilai materialistis. Hal ini didukung pula oleh penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Alqurianisha dkk. (2020) menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara materialisme dan pembelian kompulsif pada remaja di wilayah Kecamatan Bulak Surabaya. Lalu didukung dengan penelitian Wardani dan Sumaryanti (2019) bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara materialisme dengan pembelian kompulsif pada mahasiswa di Kota Bandung.

Selanjutnya Richins dan Dawson (dalam Wardani & Sumaryanti, 2019) menyatakan bahwa nilai materialisme adalah pencapaian kesejahteraan dan pemenuhan hidup atas kepemilikan harta benda. Nilai materialisme dapat berperan dalam menentukan pilihan dan perilaku individu dalam berbagai situasi, termasuk dalam perilaku konsumsi.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Materialisme terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada Konsumen Belanja *Online* di Karawang”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “apakah ada pengaruh materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen belanja *online* di Karawang?”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen belanja *online* di Karawang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi perkembangan teori-teori dalam bidang psikologi khususnya psikologi industri dan organisasi yang berkaitan dengan pengaruh materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif.

2. Manfaat Praktis

- a. Pembaca dapat menggunakan penelitian ini sebagai informasi tambahan tentang pengaruh materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan minat peneliti selanjutnya untuk melanjutkan dan memperdalam penelitian atau melakukan penelitian baru yang berkaitan dengan materialisme dan perilaku pembelian kompulsif.