

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mahasiswa adalah siswa yang belajar pada perguruan tinggi. Menurut Knopfemacher (Silvialorensa dkk., 2021) mahasiswa dipandang sebagai generasi muda yang tengah menempuh pendidikan tinggi dan memiliki peran strategis dalam masyarakat. Tidak hanya dibekali dengan pengetahuan akademis, tetapi juga diarahkan untuk menjadi individu yang cerdas, terpelajar, dan mampu beradaptasi serta memberikan kontribusi positif di tengah kehidupan sosial.

Menurut Alamanda (2018) mahasiswa berada dalam fase pembentukan perilaku, dimana mahasiswa terus mengeksplorasi dan membentuk jati diri untuk mencapai gambaran ideal tentang diri mereka. Dalam proses tersebut, muncul berbagai fenomena di kalangan mahasiswa, salah satunya adalah perilaku konsumtif yang berkembang sebagai bagian dari cara mereka mengekspresikan diri dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Perilaku konsumtif menjadi fenomena yang semakin mengemuka di kalangan mahasiswa seiring dengan berkembangnya teknologi, internet, dan media sosial. Mahasiswa sebagai kelompok usia muda yang berada dalam tahap transisi menuju kedewasaan sering kali menjadi sasaran empuk dari berbagai strategi pemasaran dan promosi.

Menurut Hariyono (Luas dkk., 2024) umumnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa yang diwujudkan dengan membeli barang secara

berlebihan dan melakukan pembelian diluar rencana, berupa pakaian, tas, aksesoris dan sejenisnya.

Hasil riset pasar oleh Kantar Worldpanel yang di jelaskan dalam CNBC Indonesia (2025) bahwa *platform online* menjadi salah satu saluran belanja dengan nilai transaksi yang tinggi. Pembelian secara *online* terus mengalami peningkatan, yang didorong oleh semakin banyaknya jumlah konsumen serta tingginya frekuensi pembelian. Penjualan melalui *platform online* tumbuh jauh lebih pesat dibandingkan dengan saluran *offline*, dengan tingkat pertumbuhan mencapai 43%. Hal ini juga ditopang oleh perilaku konsumen yang semakin aktif melakukan transaksi secara digital.

Menurut Nurjanah dkk., (2023) Biasanya, pembelian kebutuhan pokok menjadi prioritas utama bagi setiap individu, namun saat ini mahasiswa cenderung mengalokasikan uang mereka untuk memenuhi kebutuhan tambahan, bukan hanya untuk kebutuhan pokok. Rohmah dkk., (2024) menjelaskan perilaku konsumtif dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti terjerat hutang, masalah keuangan, dan risiko bangkrut. Selain itu, ketergantungan pada kepuasan instan bisa mengganggu kesehatan mental dan menurunkan kualitas hidup secara keseluruhan.

Fenomena terkait juga terjadi pada mahasiswa di Karawang. Hasil pra penelitian yang dilakukan pada tanggal 10 Oktober 2024 dalam bentuk *google form* berisi pertanyaan yang diambil dari aspek-aspek perilaku konsumtif Fromm dalam Paujiah & Ariani, (2023), dari 29 jumlah responden, didapatkan hasil sebesar 75,9% adanya promosi atau produk

menarik yang mendorong mahasiswa untuk membeli barang secara tiba-tiba. Sebesar 82,8% membeli barang secara tiba-tiba tanpa perencanaan sebelumnya. Lalu 55,2% membeli suatu barang karena hanya ingin mengikuti tren. Selanjutnya 79,3% media sosial atau lingkungan memengaruhi keputusan untuk membeli produk tertentu. Berikutnya 65,5% membeli barang dalam jumlah lebih banyak dari yang dibutuhkan. Dan 72,4% diskon besar dapat menjadi pendorong untuk membeli barang secara berlebihan.

Adapun wawancara semi terstruktur untuk mengetahui konsumsi mahasiswa di Karawang yang telah dilakukan pada 6 mahasiswa ditanggal 18 Januari 2025, hasilnya yaitu rata-rata responden menghabiskan Rp.500.000 sampai Rp.1.000.000 per-bulan, sebagian besar untuk kebutuhan utama seperti makanan, *skincare*, *body care*, *make up*, dan kebutuhan tidak terduga lainnya. Sebagian besar responden sering membeli barang di luar daftar belanja, terutama karena hadiah menarik, diskon, barang yang terlihat lucu dan menarik di *e-commerce* atau situs belanja *online*. Selain itu responden mengatakan pernah membeli barang karena pengaruh teman, gengsi, atau tren tertentu, meski tingkat pengaruhnya berbeda. Beberapa menyebutkan bahwa keputusan pembelian sering didorong oleh alasan "akan berguna nanti," meski akhirnya jarang digunakan. Pola belanja responden menunjukkan kecenderungan yang dipicu oleh promosi, adanya hadiah menarik, mengikuti tren, gengsi, dan

pengaruh dari lingkungan. Temuan ini menjelaskan adanya perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*.

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (2023) mengatakan bahwa perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Lalu menurut Lina dan Rasyid (1997) memberikan pengertian bahwa pola hidup manusia digerakkan oleh dorongan untuk memenuhi hasrat akan kesenangan. Dengan kata lain, perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan individu dalam memuaskan keinginannya secara berlebihan melalui pembelian barang atau jasa yang bernilai tinggi, semata-mata demi memperoleh kepuasan dan kesenangan pribadi.

Adapun indikator-indikator dari perilaku konsumtif menurut Sumartono (2023) terdapat delapan indikator-indikator perilaku konsumtif yaitu, (1) membeli produk karena iming-iming hadiah, (2) membeli produk karena kemasannya menarik, (3) membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, (4) membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), (5) membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, (6) memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, (7) munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, (8) mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda). Selain itu perilaku konsumtif memiliki beberapa faktor

yang dikemukakan oleh Athallah dkk., (2023) yaitu faktor internal yang terdiri dari motivasi, kepribadian, konsep diri, dan gaya hidup.

Menurut Mowen dan Minor (Myn, 2016) gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (Alamanda, 2018) gaya hidup adalah pola perilaku seseorang yang tercermin dari aktivitas, minat, dan pandangannya. Individu dengan latar belakang subkultur, kelas sosial, atau pekerjaan yang sama bisa saja memiliki gaya hidup yang berbeda. Adapun dampak dari gaya hidup memberikan pengaruh yang cukup signifikan di kalangan mahasiswa, mahasiswa umumnya masih berada dalam tahap pencarian identitas diri (Safitri & Husnaini, 2025). Dalam tahap ini, mahasiswa mulai belajar mengenali serta menyesuaikan diri dengan lingkungan di sekitarnya. Dengan kata lain, gaya hidup bisa berdampak positif maupun negatif, tergantung pada cara individu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (Islamiah, 2022). Gaya hidup menurut Mowen dan Minor (Khairat dkk, 2018) memiliki 3 aspek yaitu, (1) Kegiatan (*activities*) yaitu tindakan nyata yang dilakukan seseorang. (2) Minat (*interest*) adalah tingkat kesenangan yang timbul secara khusus. (3) Pendapat (*opinion*) merupakan tanggapan atau respon seseorang secara lisan atau tulisan terhadap stimulus yang muncul.

Sedangkan konsep diri menurut Goni., dkk (2011) bahwa, konsep diri mencakup referensi tentang bagaimana seseorang melihat dirinya

sendiri, tidak hanya secara fisik dan dari perspektif akademis/profesional dan sosial, tetapi juga dalam lingkup kehidupan yang paling pribadi dan personal. Selain itu menurut Rogers (Subaryana, 2015) menggunakan istilah konsep diri untuk menunjuk bagaimana seseorang memandang dan merasakan dirinya sendiri. Adapun dimensi konsep diri menurut Goni., dkk (2011) yaitu, (1) pemenuhan diri (*self-fulfillment*), (2) kejujuran (*honesty*), (3) otonomi (*autonomy*), dan (4) konsep diri emosional (*emotional Self-concept*). Konsep diri dapat menjadi dampak dalam perilaku konsumtif, semakin positif konsep diri maka kecenderungannya untuk berperilaku konsumtif akan semakin rendah. Sebaliknya, semakin negatif konsep diri yang dimiliki, maka dorongan untuk melakukan perilaku konsumtif cenderung meningkat (Andaryani & Indrawati, 2018).

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa gaya hidup dan konsep diri memiliki dampak terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan hubungan yang bersifat positif, di mana semakin tinggi gaya hidup dan konsep diri seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtifnya (Alamanda, 2018; Umami & Maryani, 2023; Alphala & Zakiroh 2021; Luas., dkk 2021).

Berdasarkan pemaparan fenomena dan uraian yang telah disampaikan, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yaitu mengungkap dampak gaya hidup dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah ada dampak gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam berbelanja *online*?
2. Apakah ada dampak konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam berbelanja *online*?
3. Apakah ada dampak gaya hidup dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam berbelanja *online*?

C. Tujuan Penelitian

Dari penjelasan diatas, tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dampak gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam berbelanja *online*.
2. Untuk mengetahui dampak konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam berbelanja *online*.
3. Untuk mengetahui dampak gaya hidup dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam berbelanja *online*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis. Rincian manfaat tersebut disajikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya yang membahas perilaku konsumtif secara lebih mendalam. Temuan ini bisa menjadi landasan bagi pengembangan teori atau model baru tentang perilaku konsumtif dalam era digital.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada mahasiswa mengenai dampak gaya hidup dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*. Dengan demikian, mahasiswa bisa lebih memahami dampak dari kebiasaan belanja mereka sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih bijak dalam pengelolaan keuangan.

b. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan studi lanjutan.

KARAWANG