

KONTROL DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI MASA PANDEMI COVID-19

Wahyu Putri Widiastuti¹ dan Sri Mulyani Nasution²
Fakultas Psikologi Universitas Jayabaya^{ab}
putriwahyu910@gmail.com^{1*}, nasution.srimulyani2@gmail.com²

ABSTRAK

Studi ini bermaksud untuk mengetahui apakah ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. studi ini dilakukan pada mahasiswa konsumen e-commerce shopee di era endemi covid-19. Populasi riset merupakan mahasiswa aktif fakultas Psikologi Universitas Jayabaya yang memakai e-commerce Shopee sepanjang pandemi covid-19. Sampel memakai Metode sampling jenuh, ditemukan sebesar 60 mahasiswa. Pengumpulan data memakai kuesioner dengan rasio Likert untuk mengukur kontrol diri serta perilaku konsumtif. Analisa statistik memakai metode korelasi Pearson Product Moment. Hasil analisis ditemukan angka korelasi sebesar 0,257 dengan pengujian dua arah (two-tailed) pada derajat signifikansi 5%. Hasil studi membuktikan adanya hubungan yang positif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa konsumen e-commerce Shopee. Dengan demikian, hipotesis awal penelitian ini ditolak.

Kata Kunci: *Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, E-commerce Shopee*

ABSTRACT

This study aims to determine the negative direction of the relationship between self-control and consumptive behavior in Shopee e-commerce users during the covid-19 pandemic. The research population is active students of the Psychology faculty at Jayabaya University who used the e-commerce Shopee during the covid-19 pandemic. Samples were taken from 60 students with a saturated sampling technique. Data was collected using a Likert scale questionnaire to measure self-control and consumptive behavior. Data analysis used the Pearson Product Moment correlation technique and obtained a correlation value of 0.257 with a two-tailed test at a significance level of 0.05 (5%). The results of the study show that there is a positive relationship between self-control and consumptive behavior in students using Shopee e-commerce. Therefore, this finding rejects the initial hypothesis.

Keywords: *Self Control, Consumptive Behavior, E-commerce Shopee*

*Corresponding Author: Wahyu Putri Widiastuti (putriwahyu910@gmail.com)

PENDAHULUAN

Mahasiswa adalah kelompok remaja yang mulai memasuki tahap awal masa dewasa. Mahasiswa sebaiknya meluangkan waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, serta keahlian dan mengisi aktivitas mereka dengan beraneka macam aktivitas positif sehingga dapat mempunyai harapan di masadepan menjadi individu yang berguna bagi masyarakat, namun hasil penelitian Gumulya & Widiastuti (Gumulya & Widiastuti, 2013) menunjukkan bahwa kehidupan kampus mampu membentuk pola hidup yang khas di kalangan mahasiswa. Menghadapi perubahan sosial budaya yang mereka temukan di kampus mampu mendorong mahasiswa untuk membangun pola perilaku konsumtif.

Keinginan untuk menaikkan rasa percaya diri dan diterima di lingkungan sosial mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara berlebihan, bahkan menunjukkan tanda-tanda perilaku membeli yang tidak wajar. Mereka melakukan hal tersebut supaya terlihat menarik dengan memakai aksesoris dan pakaian yang bisa membantu penampilan mereka. Para mahasiswa juga tidak ragu untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti tren saat ini, sebab bila tidak mereka akan disebut tidak modern. Hal tersebut mengakibatkan mahasiswa tidak mempertimbangkan kebutuhan saat membeli barang. Mereka cenderung membeli barang yang hanya diinginkan secara berlebihan dan tidak wajar, bukan karena memang dibutuhkan. Perilaku tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif (Lina & Rosyid, 1997).

Akhir tahun 2019, Pandemi Covid-19 melanda seluruh dunia, tidak terkecuali Indonesia. Dampak pandemi tersebut mengakibatkan berbagai kegiatan sehari-hari seperti bekerja, bersekolah, beribadah dan berbagai aktivitas lainnya harus dilakukan dari rumah untuk menjaga kesehatan dan keselamatan masyarakat. Perubahan kebiasaan tersebut berdampak pula pada perubahan perilaku pembelian (Laato et al., 2020). Aktivitas luar rumah mahasiswa menjadi terbatas bahkan kegiatan belanja hanya boleh dilakukan dari rumah saja. Situasi tersebut mengakibatkan munculnya kebiasaan baru dalam berbelanja, yaitu berbelanja secara *online* (Rakhmawati et al., 2021).

Dikutip dari Junita (dalam Keitaro, 2021), bersumber pada hasil survey BPS yang menyertakan 6. 285 responden di Indonesia serta diluncurkan Populix pada tahun 2020, golongan penduduk yang sangat banyak mengadakan berbelanja online ialah mereka yang berumur 18- 21 tahun serta 22- 28 tahun dengan masing- masing 35 persen serta 33 persen suara koresponden. Rentang umur tersebut diketahui sebagai usia produktif. Pada umumnya status warga yang terletak pada bentang umur di atas merupakan mahasiswa serta pegawai (orang yang telah bekerja serta mempunyai penghasilan). Kuatnya hubungan antara mahasiswa dengan teknologi menjadi salah satu alasan tingginya aktivitas mereka berbelanja *online*, disamping keamanan dan kemudahan yang ditawarkan.

Mahasiswa yang suka belanja online dari cara berpakaianya akan terlihat adanya persaingan sesama mereka. Mereka bersaing untuk memiliki sebagian produk berlabel terkenal dan lagi tren. Kadang mahasiswa lebih memerdulikan merk dari mutu benda itu sendiri. Sering-kali mereka bersedia mengeluarkan dana yang tidak sedikit supaya dapat mempunyai produk berlabel yang dianggap bergengsi atau berkelas. Ada rasa ingin disegani dan dianggap hebat ketika melakukan interaksi sosial. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa mahasiswa mengungkapkan dirinya melalui produk-produk yang digunakannya (Keitaro, 2021).

Aktivitas berbelanja online sepanjang masa pandemi covid- 19 yang sering dilakukan mahasiswa di antaranya melalui *E-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu aplikasi yang dijalankan pada aspek jual beli bagus berbentuk pelayanan atau pemasaran produk dengan cara online. *E-commerce* yang sering digunakan oleh sebagian kalangan ialah Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, serta lain- lain. Shopee merupakan salah satu E- commerce yang sangat banyak dipergunakan serta disukai. Hal tersebut

didukung berdasarkan data hasil survei pada kuartal II 2021 Shopee merupakan aplikasi *marketplace* yang paling banyak diunduh nomor #1 di *Appstore* dan *Playstore*, dengan pengunjung bulanan saat ini mencapai 100 juta lebih pelanggan (IPrice Insights, 2021). Aplikasi *E-commerce* Shopee merupakan mobile-platform awal di Asia Tenggara yang menawarkan bisnis jual beli online melalui handphone, seperti Negara Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam dan juga Taiwan (Shopee, 2022). *E-commerce* Shopee pertama kali dirilis pada tahun 2015 di Singapura (Wikipedia Ensiklopedia Bebas, 2021)

Diantara upaya yang dilakukan *E-commerce* Shopee di Indonesia adalah dengan membuat program web berbelanja dengan memberikan penawaran menarik pada pelanggan. Di antara penawaran yang dibagikan pada pelanggan ialah diadakan acara bulanan bertepatan pada tanggal kembar dengan membagikan penawaran gratis biaya pengiriman, flash sale, cashback, potongan harga, dan penurunan harga yang lebih ekonomis dari harga standar. Shopee pula menawarkan sebagian keringanan dalam tata cara pembayaran yang jadi salah satu poin berarti untuk mempermudah cara jual beli (Shopee, 2022).

Berbagai sarana yang difasilitasi oleh Shopee untuk pelanggan ini menyebabkan munculnya perilaku konsumtif pada publik khususnya mahasiswa. Mayoritas mahasiswa mempunyai kepribadian yang masih goyah serta gampang dipengaruhi yang berhubungan dengan style hidup mereka. Serupa dengan riset yang telah dilakukan oleh Nim (2016) yang melaporkan kalau mayoritas mahasiswa memimpikan untuk penuhi kebutuhan hidupnya dengan cara yang gampang tanpa membuang-buang waktu dan tenaga. Hal ini dilakukan bila harga jual sepadan dengan kemampuan finansial mahasiswa. Statement ini terus menjadi pendukung perilaku konsumtif mahasiswa yang bisa timbul sebab adanya tawaran-tawaran dari *E-commerce* Shopee.

Hasil survei selama masa pandemi covid-19 menunjukkan bahwa yang mendominasi jumlah pemasukan, jumlah pembelian, dan jumlah pengeluaran saldo belanja di Shopee berasal dari konsumen mayoritas perempuan yang berlatarbelakang mahasiswa dengan persentase 77%. Beberapa produk yang sering dibeli berupa barang fashion, kecantikan & kesehatan, serta gadget. Sedangkan persentase laki-laki sebanyak 23% (Zaid, 2021). Hal ini sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh “Marketers” bersama “Snapcart” yang menyatakan bahwa pada Juni 2020 sebanyak 77% perempuan mengaku memilih berbelanja di Shopee dibandingkan dengan laki-laki sebanyak 52%. Sedangkan riset yang berdasarkan kelompok umur paling banyak disukai oleh kelompok umur 19-24 tahun (72%), yang merupakan usia mahasiswa (Afrianto & Irwansyah, 2021).

Hasil penelitian Sukari dkk (Sukari et al., 2013) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif didominasi oleh 94,10% mahasiswa sebab mereka memercayakan penampilan serta sering mengikuti tren terbaru, mereka tidak bisa mengendalikan keinginan dan mengatur keuangan, masih mempunyai ego yang tinggi, selalu mengikuti tren hanya karena gengsi, serta mempunyai kegemaran untuk mencoba hal-hal yang baru. Hasil penelitian terhadap mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Jayabaya menunjukkan gambaran *self-compassion* yang cenderung rendah (Nasution et al., 2022); hal ini menunjukkan bahwa ketika terjadi kegagalan dalam beradaptasi maka mahasiswa cenderung berpikir negatif secara emosi. Kondisi ini dapat memfasilitasi menurunnya kesehatan mental dan ketidakpuasan terhadap kehidupan. Ketidakpuasan akan di

Berdasarkan penjelasan di atas, mahasiswa sebenarnya selalu sejajar dengan perilaku konsumtif sebab mereka masih pada fase memiliki keinginan membeli yang utamanya ditujukan untuk mendukung penampilan. Sementara mahasiswa tergolong pada kategori remaja akhir yaitu usia antara 18 sampai 21 tahun. Desmita (2012) mengungkapkan di mana dalam usia ini mereka sudah mulai stabil, selain itu dalam usia ini mereka juga sudah mulai

dituntut untuk mempunyai kontrol diri yang baik supaya bisa menelaah apa yang dibutuhkan oleh kelompok serta ingin membuat perilakunya supaya sesuai dengan harapan sosial dan bisa mengatasi banyak hal yang berasal dari luar, mahasiswa juga sudah cukup mengenal dirinya sendiri serta mempunyai harapan untuk hidup dengan pola yang ditetapkan sendiri menggunakan keyakinan baik serta keberanian dan mulai menetapkan tujuan hidupnya. Elizabeth Bergner Hurlock (Hurlock, 1999) menyatakan bahwa kuatnya pengaruh teman sebaya mengenai penampilan, membentuk mahasiswa memperlihatkan dirinya sebaik mungkin supaya tidak merasa ditolak oleh kelompoknya sendiri.

Dampak negatif perilaku konsumtif yaitu timbulnya pemborosan serta daya guna biaya yang kurang efisien. Secara psikologis perilaku konsumtif mengakibatkan mahasiswa mengalami kecemasan. Hal tersebut ditimbulkan mahasiswa selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya namun aktivitas pembelian tidak didukung finansial yang memadai maka munculnya rasa cemas sebab keinginannya tidak terpenuhi. Mahasiswa akan merasa rendah diri jika dia tidak mampu membeli apa yang diinginkannya (Fransisca & Suyasa, 2005).

Hasil penelitian Astuti (2013) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif secara berkelanjutan bisa menyebabkan masalah keuangan secara berlebihan dan terus-menerus. Selain itu, perilaku konsumtif yang dilakukan untuk memenuhi keinginan sesaat juga bisa mengakibatkan dampak negatif berupa pemborosan. Individu yang mempunyai perilaku konsumtif tinggi maka bisa menimbulkan banyak dampak negatif, tidak hanya pada diri sendiri tetapi juga pada orang tua. Hal tersebut dapat dilihat dari perilaku konsumtif individu yang berkelanjutan bisa menyebabkan masalah keuangan pada keluarga, karena masih banyak individu yang menggantungkan keuangannya pada orang tua.

Pada umumnya kontrol diri berperan dalam penyesuaian diri, sehingga ketika kontrol diri kurang baik maka perilaku yang dihasilkan cenderung menyimpang. Hal ini dikategorikan untuk mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah yaitu ketika mahasiswa tersebut tidak bisa mengatur dan mengendalikan perilaku utamanya, tidak bisa menginterpretasikan stimulus yang diperoleh ke dalam bentuk perilaku utama dan ketidakmampuan untuk menentukan tindakan yang tepat sehingga mengarah pada perilaku konsumtif (Marsela & Supriatna, 2019).

Hasil penelitian Anggreini & Mariyanti (2014) menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif. Individu yang mempunyai kontrol diri yang kuat mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya, sebaliknya individu yang mempunyai kontrol diri lemah mempunyai kecenderungan yang tinggi untuk berperilaku konsumtif. Di sisi lain, hasil penelitian yang dilakukan oleh Anjani & Astiti (2020) justru mengungkapkan bahwa kontrol diri tidak memiliki hubungan secara simultan dengan perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan karena kontrol diri tidak signifikan memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif, yang bisa dipengaruhi oleh alat ukur dalam menggali data yang kurang memadai sehingga membuat responden memilih hal-hal yang positif.

KAJIAN LITERATUR

Secara teoritis Mowen & Minor (2005) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli produk atau layanan tanpa mempertimbangkan secara rasional melainkan untuk memenuhi kesenangan atau emosi belaka. Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Mowen & Minor (2005) yaitu: (a) Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*), aspek ini menggambarkan bahwa mahasiswa berperilaku membeli hanya karena didasari oleh keinginan sesaat, melakukan tanpa pertimbangan dan tidak memikirkan akibat yang akan terjadi nanti serta umumnya bersifat emosional, (b) Pembelian Tidak Rasional (*Non rational buying*), aspek ini menggambarkan bahwa seseorang melakukan pembelian bukan karena kebutuhan, namun karena gengsi supaya bisa dianggap sebagai individu yang modern, (c)

Pemborosan (*Wasteful buying*), aspek ini menggambarkan bahwa pemborosan yang menunjuk pada perilaku konsumtif merupakan salah satu perilaku yang menghamburkan banyak uang tanpa berdasarkan kebutuhan yang jelas.

Perilaku konsumtif menurut Kotler & Keller (2009) dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: (1) Faktor Internal yang terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dimana terdapat adanya motivasi yang tinggi untuk membeli suatu barang atau produk maka individu biasanya akan membeli tanpa memakai pikiran rasionalnya dan faktor pribadi Kotler & Armstrong (2008) menunjukkan bahwa keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu jenis kelamin, usia, kepribadian dan keadaan ekonomi. (2) Faktor eksternal yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga.

Perilaku konsumtif mempunyai beberapa dampak, diantaranya dampak psikologis yaitu bisa mengakibatkan individu dengan pola hidup konsumtif merasakan *compulsive buying disorder* atau kecanduan belanja. Hal tersebut mengakibatkan individu dengan pola hidup konsumtif tidak menyadari jika dirinya tidak bisa membedakan antara keinginan dan kebutuhan, sehingga akan berdampak menjadi boros, dampak sosial yaitu bisa membentuk ketidakseimbangan antar sesama. Seseorang bisa menjauhkan diri serta tidak mau bergaul dengan teman sekelompoknya sebab merasa tidak bisa memenuhi gaya hidup seperti teman-temannya, dan dampak ekonomi bisa membuat masalah keuangan dalam keluarga. Bila seseorang berasal dari keluarga yang mampu, hal ini mungkin tidak akan dirasakan. Tetapi bisa menjadi masalah bila seseorang berasal dari keluarga biasa atau kurang mampu, ia bisa mengalami kesulitan dalam mengelola pengeluaran keuangan sehari-hari (Diana & Sarmini, 2016).

Averill (2012) menginterpretasikan kontrol diri adalah salah satu variabel psikologi yang di dalamnya meliputi tiga konsep yang berbeda mencakup kemampuan seseorang dalam memodifikasi perilaku, kemampuan seseorang tentang cara mengelola informasi melalui interpretasi terhadap informasi yang tidak sesuai, serta kemampuan seseorang untuk menetapkan perilaku dan tindakan sesuai dengan keyakinan dalam dirinya.

Kontrol diri menurut Averill (2012) mempunyai tiga aspek, yaitu: (a) Kontrol Perilaku, yaitu kecermatan atau timbulnya suatu respon yang bisa secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu kondisi yang tidak menyenangkan, (b) Kontrol Kognitif, yaitu kemampuan seseorang untuk mengolah informasi yang tidak diharapkan dengan cara menginterpretasi, menilai, serta menggabungkan suatu peristiwa ke dalam kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologi dan untuk mengurangi tekanan, (c) Kontrol Keputusan, yaitu kemampuan seseorang untuk menentukan hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu hal yang diyakini atau dikehendaki.

Menurut Ghufroon & Risnawita S (2017) secara garis besarnya faktor-faktor yang memengaruhi kontrol diri yaitu faktor internal yang memengaruhi kontrol diri individu adalah usia dan kematangan. Semakin bertambah usia individu, maka semakin baik kemampuan mengontrol dirinya, individu yang matang secara psikologis juga bisa mengontrol perilakunya sebab sudah bisa menentukan mana hal yang baik dan tidak baik bagi dirinya. Selain itu, faktor eksternal yang memengaruhi antara lain yaitu lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan sejauh mana kemampuan mengontrol diri individu. Jika orang tua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang dilakukan anak, maka sikap konsisten ini akan diinternalisasi oleh anak dan kemudian membentuk kontrol diri baginya.

Dari berbagai macam fenomena yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti ingin menguji kebenaran secara empirik mengenai “Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *E-commerce* Shopee di Masa Pandemi Covid-19”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara kontrol diri

dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa pengguna *E-commerce* Shopee di masa pandemi Covid-19. Manfaat penelitian secara teoritis diharapkan bisa menambah wawasan dalam pengetahuan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang Psikologi Sosial yang berkaitan dengan perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa dipakai untuk menambah referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Selain itu, manfaat praktisnya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kebermanfaatannya pada mahasiswa untuk lebih memahami perilaku konsumtif sehingga mereka mampu mengontrol dirinya dalam keinginan untuk belanja secara berlebihan khususnya di masa pandemi Covid-19. Dengan demikian hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H0: semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Dengan teknik korelasional peneliti dapat membuktikan hipotesa penelitian dari hubungan kedua variabel (Azwar, 2017). Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

Perilaku konsumtif sebagai variabel bebas didefinisikan sebagai perilaku individu ketika membeli suatu produk secara berlebihan untuk tujuan mendapatkan kepuasan tanpa mempertimbangkan secara rasional dan tidak berdasarkan kebutuhan namun hanya untuk memenuhi keinginan. Variabel perilaku konsumtif ini akan diukur melalui aspek perilaku konsumtif yang meliputi pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan pemborosan. Sedangkan, kontrol diri mencakup kemampuan individu dalam mengontrol dan memodifikasi perilaku, mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, serta menentukan suatu tindakan berdasarkan keyakinan diri. Variabel kontrol diri ini akan diukur melalui aspek kontrol diri yang meliputi kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Jayabaya, laki-laki atau perempuan berusia 18-21 tahun yang menggunakan *E-Commerce* Shopee untuk berbelanja selama masa pandemi Covid-19. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling* jenuh. Peneliti menggunakan semua jumlah populasi yaitu sebanyak 60 mahasiswa yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Alat ukur yang digunakan berupa kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan dari skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif yang disusun berdasarkan aspek kontrol diri dan aspek perilaku konsumtif. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini bersifat tertutup dalam bentuk skala *Likert*. Skala *Likert* menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentu skalanya dengan memakai dua model soal, yaitu *Favourable* dan *Unfavourable* dengan empat alternatif pilihan jawaban, yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju) (Azwar, 2012).

Uji validitas item kepada masing-masing skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif menggunakan rumus korelasi *Product Moment* dari Pearson (Azwar, 2015) dengan menggunakan program *Statistical Packages for Social Sciences (SPSS) Release 22.0 for Windows*. Untuk menguji reliabilitas aitem digunakan teknik pengukuran koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*. Perhitungan uji reliabilitas dibantu dengan program komputer pengolah data SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) 22.0 for Windows. Uji normalitas pada data penelitian dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 22.0 for Windows*.

Uji statistik *Pearson Product Moment* digunakan untuk menguji korelasi yaitu untuk mengetahui derajat keeratan hubungan dua variabel yang berskala interval atau rasio. Berdasarkan koefisien korelasi, melalui studi korelasional peneliti dapat memperoleh informasi mengenai ada atau tidaknya hubungan di antara dua variabel atau lebih (Azwar, 2017).

HASIL PENELITIAN

Alat ukur skala kontrol diri yang berbentuk kuesioner ini terdiri dari 50 item. Setelah dianalisis dengan melakukan uji validitas menggunakan rumus *Product Moment Pearson*, maka diperoleh 28 item yang valid dengan batas nilai r hitung > 0.254 dengan $N = 60$, dan 22 item masuk dalam kategori tidak valid/gugur dengan batas nilai r hitung < 0.254 . Adapun nilai koefisien korelasi (r) item yang valid 0.254. Alat ukur skala perilaku terdiri dari 52 item. Setelah dianalisis dengan melakukan uji validitas dengan menggunakan rumus *Product Moment Pearson*, maka diperoleh 33 item yang valid dengan batas nilai r hitung > 0.254 dengan $N = 60$, dan 19 item masuk dalam kategori tidak valid/gugur dengan batas nilai r hitung < 0.254 . Adapun nilai koefisien korelasi (r) item yang valid 0.254.

Dari hasil pengujian diperoleh koefisien reliabilitas untuk skala kontrol diri adalah sebesar 0.893 dan skala perilaku konsumtif sebesar 0.887. Hasil pengujian tersebut menunjukkan koefisien yang reliabel karena koefisien reliabilitas memiliki nilai lebih dari r tabel yaitu 0.254. Artinya alat ukur yang terdapat pada kedua skala tersebut sudah konsisten untuk dilanjutkan ke tahap penelitian. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi (p) pada uji *Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebesar 0.200 ($p > 0.05$), sehingga berdasarkan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dapat dinyatakan data terdistribusi normal.

Pada penelitian ini dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment pearson* untuk menguji apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa pengguna *E-commerce* Shopee di masa pandemi Covid-19.

Tabel 1. Korelasi Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

		Correlations	
		Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	.257*
	Sig. (2-tailed)		.048
	N	60	60
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.257*	1
	Sig. (2-tailed)	.048	
	N	60	60

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *E-Commerce* Shopee di Masa Pandemi Covid-19 dengan hasil korelasi sebesar 0.257 dengan pengujian 2 arah (*two-tailed*) dan tingkat keyakinan 0.05 (5%). Artinya ada hubungan yang signifikan yang arahnya positif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Dengan demikian, semakin tinggi kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikatakan hipotesis penelitian ditolak. Hipotesis awal bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif ternyata tidak terdukung. Hal ini menunjukkan juga bahwa mahasiswa fakultas psikologi Universitas Jayabaya memiliki kontrol diri yang baik, namun situasi pandemi Covid-19 yang mengharuskan melakukan aktivitas apapun dari rumah menyebabkan mereka melakukan berbagai kegiatan dari rumah, termasuk dalam perilaku berbelanja. Selama masa pandemi, seperti halnya sebagian besar masyarakat perkotaan kegiatan berbelanja secara *online* lebih sering dilakukan dan kemudahan berbelanja dari rumah menyebabkan terdorongnya mahasiswa untuk membeli produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Perilaku konsumtif mahasiswa selama pandemi yang cenderung meningkat merupakan salah satu gaya hidup baru yang berkembang saat ini.

Hal tersebut sesuai dengan hasil survei Jakpat (Karnadi, 2022) mengenai preferensi perilaku berbelanja masyarakat Indonesia yang mulai berubah. Selama pandemi Covid-19, masyarakat Indonesia lebih memilih belanja *online* daripada belanja konvensional. Terdapat sebesar 75% individu yang memilih untuk berbelanja *online* per semester I/2021. Persentase tersebut meningkat dibandingkan pada periode yang sama tahun sebelumnya sebesar 70%. Sementara, proporsi masyarakat Indonesia yang memilih berbelanja secara konvensional hanya 25%, angkanya turun dibandingkan pada semester I/2020 yang mencapai 30%. Tingginya preferensi belanja *online* salah satunya disebabkan situasi pandemi yang membuat individu khawatir untuk keluar berbelanja secara konvensional. Sebanyak 71% responden menilai belanja *online* dapat menghindari resiko penyebaran Covid-19. Belanja *online* atau *e-commerce* kini telah menjadi salah satu gaya hidup baru bagi masyarakat Indonesia. Alasannya karena pandemi telah membatasi mobilitas masyarakat, sehingga mereka mau tidak mau menjadi lebih sering berbelanja *online*.

Perilaku konsumtif mahasiswa bisa menjadi semakin tinggi juga dikarenakan adanya kemudahan proses berbelanja. Hal ini dilihat dari tingginya perilaku konsumtif mahasiswa yang menggunakan *E-commerce* Shopee. Fasilitas dan layanan pada *E-commerce* Shopee ini mengakibatkan banyak orang termasuk mahasiswa fakultas psikologi Universitas Jayabaya menjadi lebih sering dalam melakukan aktivitas berbelanja. Teknologi yang menawarkan berbagai kemudahan mendorong mahasiswa untuk membeli barang secara instan dan cepat, dimana hal ini bisa terpenuhi saat berbelanja menggunakan *E-commerce* Shopee.

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi bisa memberikan dampak yang positif pada diri mereka sendiri. Disamping itu, kontrol diri yang baik mampu membentuk kemampuan individu dalam menentukan, mengelola, mengendalikan dan memfokuskan bentuk perilaku ke arah hal-hal yang positif. Kontrol diri bisa dimanfaatkan dalam setiap proses kehidupan termasuk menghadapi kondisi di lingkungan sekitar. Kontrol diri bisa digunakan sebagai suatu pengendali tingkah laku, terutama pada perilaku konsumtif. Pengendalian perilaku yang dimaksud yaitu melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk bertindak. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anjani & Astiti (2020) yang menemukan bahwa kontrol diri tidak memiliki hubungan secara simultan dengan perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan karena kontrol diri tidak signifikan memiliki hubungan

dengan perilaku konsumtif, yang bisa dipengaruhi oleh alat ukur dalam menggali data yang kurang memadai sehingga membuat responden memilih hal-hal yang positif.

Mahasiswa yang mampu mengontrol perilaku akan mampu mengendalikan diri dalam berperilaku konsumtif, termasuk saat menggunakan *E-commerce* Shopee. Dari hasil analisis item ditemukan bahwa dalam mengontrol pengeluarannya mahasiswa mampu mengontrol keinginan atau dorongan untuk menggunakan uang secara berlebihan demi berbelanja atau tidak menggunakan uang untuk berbelanja atas dasar keinginan sesaat. Mahasiswa yang memiliki tingkat kontrol diri tinggi mampu melakukan menentukan prioritas dalam perilaku membeli, menentukan antara yang penting maupun tidak sebelum membuat keputusan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulannya ada hubungan yang signifikan yang arahnya positif antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *E-commerce* Shopee di Masa Pandemi Covid-19. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak meneliti perilaku konsumtif dan kontrol diri, dapat menggunakan subjek penelitian yang lebih luas atau lebih bervariasi serta memperbanya sample penelitian. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menghubungkan perilaku konsumtif dengan variabel yang tidak terbatas pada kontrol diri sebagai variabel *independent* yang diteliti. Peneliti juga dapat menggunakan lebih dari satu variabel *independent*. Disamping itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan metode yang berbeda seperti metode kualitatif untuk dapat memahami berbagai alasan dibalik perilaku konsumtif berbelanja melalui e-commerce.

DAFTAR RUJUKAN

- Afrianto, A. P., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat dalam Memilih Belanja Online melalui Shopee selama Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 10–29. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.181>
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12(1).
- Anjani, P. S., & Astiti, D. P. (2020). Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 144–155.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2). <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>
- Averill, J. R. (2012). *Anger and Aggression An Essay on Emotion*. Springer Science & Business Media.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Desmita. (2012). *Psikologi Perkembangan* (7th ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Diana, R. N., & Sarmini. (2016). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Unesa Akibat Adanya Online Shop Jilbab. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 2(4).
- Fransisca, & Suyasa, P. T. Y. S. (2005). Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan

- metode pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2).
- Ghufroon, M. N., & Risnawita S, R. (2017). *Teori-Teori Psikologi* (R. Kusumaningratri (ed.); 2nd ed.). Arruzz Media.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 50–65.
- Hurlock, E. B. (1999). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. In *Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga* (Vol. 5, Issue 2).
- IPrice Insights. (2021). *Peta E-Commerce Indonesia*. IPrice Group Sdn Bhd.
- Karnadi, A. (2022, April). *Beralihnya Tren Belanja Masyarakat Indonesia ke Ranah Daring*. DataIndonesia.Id.
- Keitaro, J. (2021, January). *Perilaku Belanja Online di Kalangan Mahasiswa*. Kompasiana.Com.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (I. Nurmawan & Y. Sumiharti (eds.); 8th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (B. Molan & B. Sarwiji (eds.); 4th ed., Vol. 1). Indeks.
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Farooq, A., & Dhir, A. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organism-response approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102224>
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4). <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2).
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2005). *Perilaku Konsumen* (L. Salim (ed.); 5th ed., Vol. 1). Penerbit Erlangga.
- Nasution, S. M., Mustopo, W. I., Lestari, A., & Widiastuti, W. P. (2022). Gambaran Self-Compassion Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Jayabaya dalam Menjalani Kebijakan MBKM. *Jurnal Intensi*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31479/intensi.v1i2.8>
- Nim, M. S. (2016). Perilaku Sosial: Jual-Beli Online Di Komunitas Mahasiswi Tinjauan Teori Pertukaran Sosial (Social Exchange Theory) Oleh George Homans. *Sociologique, Jurnal Sosiologi*, 3(4).
- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1). <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Shopee. (2022). *Shopee Indonesia - Jual Beli Online*. Shopee.
- Sukari, Th. Ani Larasati, Mudjiono, & Endah Susilantini. (2013). *Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta* (Pertama 2013). Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
- Wikipedia Ensiklopedia Bebas. (2021). *Shopee*. Wikipedia.
- Zaid, H. (2021, April). *Polarisasi E-Commerce Berdasarkan Gender di Indonesia*. Kumparan.