

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PADA
MAHASISWA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan



Oleh
SOVIANITA
14006105

**JURUSAN BIMBINGAN DAN KONSELING
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

PERSETUJUAN SKRIPSI

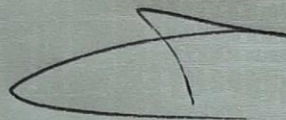
**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA**

Nama : Sovianita
NIM/BP : 14006105/2014
Jurusan : Bimbingan dan Konseling
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Padang, 03 Juni 2021

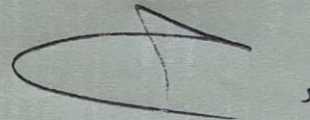
Disetujui Oleh

Ketua Jurusan BK,



Prof. Dr. Firman, M.S., Kons.
NIP. 19610225 198602 1 001

Pembimbing I,



Prof. Dr. Firman, M.S., Kons.
NIP. 19610225 198602 1 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dinyatakan Lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Padang

Judul : Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Belanja
Online pada Mahasiswa
Nama : Sovianita
NIM/BP : 14006105/2014
Jurusan : Bimbingan dan Konseling
Fakultas : Ilmu Pendidikan

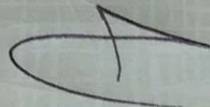
Padang, 03 Juni 2021

Tim
Penguji,

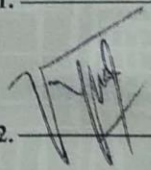
Nama

Tanda Tangan

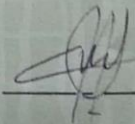
1. Ketua : Prof. Dr. Firman, M.S., Kons.

1. 

2. Anggota : Verlanda Yuca, S.Pd., M.Pd., Kons.

2. 

3. Anggota : Lisa Putriani, S.Pd., M.Pd., Kons.

3. 

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Sovianita
NIM/BP : 14006105/2014
Jurusan : Bimbingan dan Konseling
Fakultas : Ilmu Pendidikan
Judul : Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Belanja
Online pada Mahasiswa

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata benar dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia bertanggung jawab, sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Padang, 03 Juni 2021

Saya yang Menyatakan,



SOVIANITA
NIM. 14006105

ABSTRAK

Sovianita. 2021. “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa”. Skripsi. Jurusan Bimbingan dan Konseling Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

Maraknya fenomena belanja *online* dikalangan mahasiswa menjadikan mahasiswa sebagai sasaran utama pada bisnis jual beli yang dilakukan secara *online* ini. Seiring berjalannya waktu tujuan mahasiswa mulai berubah dalam melakukan belanja *online*. Mahasiswa tidak hanya melakukan belanja *online* untuk memenuhi kebutuhan tetapi hanya untuk memenuhi keinginan dan kesenangan semata. Adapun tujuan pada penelitian ini adalah untuk 1) mendeskripsikan tingkat kontrol diri mahasiswa dalam melakukan belanja *online*, 2) mendeskripsikan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan belanja *online*, dan 3) mendeskripsikan hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif korelasional. Populasi pada penelitian ini berjumlah 804 orang mahasiswa. Jumlah sampel yang didapat adalah sebanyak 267 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Proportional Random Sampling*. Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik analisis persentase untuk mengetahui tingkat kontrol diri dan perilaku konsumtif. Selanjutnya untuk mengetahui hubungan antara keduanya digunakan teknik analisis data *Pearson Product Moment Correlation*.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasinya yaitu -0,750 dan taraf signifikansi 0.000. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtif. Begitu pula sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*. Implikasinya dalam bimbingan dan konseling adalah memberikan pelayanan BK kepada mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif dalam belanja *online*. Tujuan pelayanan adalah untuk meningkatkan dan atau mempertahankan tingkat kontrol diri dikategori tinggi. Hal ini dilakukan agar perilaku konsumtif berkurang atau bahkan dihilangkan.

Kata Kunci: Kontrol diri, belanja *online*, perilaku konsumtif.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT. Atas berkah dan hidayah-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa**”. Sholawat kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan nikmat iman dan Islam kepada seluruh umat.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program studi Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang. Dalam pembuatan dan penyusunan skripsi ini peneliti telah banyak diberi motivasi, arahan dan nasehat oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Firman, M.S., Kons. Selaku Ketua Jurusan sekaligus Pembimbing. Berkat bimbingan dan arahan Beliau peneliti dapat melanjutkan perjuangan hingga sejauh ini. Sosok yang mengajarkan tentang perjuangan dalam hidup dengan kesabaran dan ketulusan.
2. Bapak Verlanda Yuca, S.Pd., M.Pd., Kons., dan Ibu Lisa Putriani, S.Pd., M.Pd., Kons. Selaku dosen penguji yang senantiasa memberikan masukan dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini.

3. Bapak Dr. Afdal, M.Pd., Kons. Sekretaris Jurusan Bimbingan dan Konseling Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang yang telah memberikan izin pada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen sebagai staf pengajar yang telah memberikan banyak ilmu kepada peneliti selama kuliah di Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Ramadi selaku staf administrasi Jurusan Bimbingan dan Konseling yang telah membantu peneliti dalam proses administrasi.
6. Teristimewa kepada orangtua, Ayahanda (Yusri) dan Ibunda (Syamsudinar), terimakasih karena telah berjuang luar biasa hebat untuk masa depan penulis yang lebih baik, terimakasih untuk segala do'a dan restu yang tiada henti di berikan kepada penulis hingga peneliti dapat berada di titik ini.
7. Teman-teman Mahasiswa S1 Bimbingan dan Konseling Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang untuk dukungan, perhatian, semangat serta ide-ide yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Untuk semua sahabat (Yulita, Dini, Ratna, Ayu, Intan dan Vera) Terimakasih untuk semua waktu dan kesempatan yang telah kita lewati bersama. Teruntuk Yola terimakasih atas dukungan dan motivasinya peneliti bisa melanjutkan penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan Imbalan yang setimpal untuk segala bantuan yang diberikan kepada peneliti berupa pahala dan kemuliaan di sisi-Nya. Peneliti sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan kritikan dan saran yang

bersifat membangun demi perbaikan untuk penulisan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang Bimbingan dan Konseling.

Padang, Juni 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Perilaku Konsumtif.....	14
1. Definisi Perilaku Konsumtif.....	14
2. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif.....	15
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	17
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	19
5. Dampak Perilaku Konsumtif	23
B. Kontrol Diri	24
1. Definisi Kontrol Diri	24
2. Aspek-aspek Kontrol Diri	26
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri.....	28
C. Belanja <i>Online</i>	29
1. Definisi Belanja <i>Online</i>	29
2. Aspek-aspek Belanja <i>Online</i>	30
3. Proses Transaksi Belanja <i>Online</i>	30
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Belanja <i>Online</i>	32

D. Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online</i> pada Mahasiswa.....	33
E. Implikasi dalam Layanan Bimbingan dan Konseling	34
F. Penelitian Relevan	36
G. Kerangka Konseptual	37
H. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	38
B. Populasi dan Sampel.....	38
C. Jenis dan Sumber Data	42
D. Definisi Operasional.....	42
E. Instrumen Penelitian	44
F. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Hasil Penelitian	52
B. Uji Hipotesis	57
C. Analisis Deskripsi Data	58
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	70
REFERENSI.....	72
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Populasi Penelitian	39
Tabel 2. Sampel Penelitian	42
Tabel 3. Penskoran Model Likert Kontrol Diri	45
Tabel 4. Penskoran Model Perilaku Konsumtif.....	45
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Perilaku Konsumtif.....	46
Tabel 6. Kategori Penskoran Kontrol Diri.....	50
Tabel 7. Kategori Penskoran Perilaku Konsumtif	50
Tabel 8. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	51
Tabel 9. Distribusi Frekuensi dan Persentase Kontrol Diri Belanja <i>Online</i>	50
Tabel 10. Rekapitulasi Kontrol Diri dalam Belanja <i>Online</i> Mahasiswa	53
Tabel 11. Distribusi Frekuensi dan Persentase Perilaku Konsumtif dalam Belanja <i>Online</i> Mahasiswa	54
Tabel 12. Rekapitulasi Perilaku Konsumtif dalam Belanja <i>Online</i> Mahasiswa..	55
Tabel 13. Korelasi Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online</i> pada Mahasiswa	56
Tabel 14. Korelasi Kontrol Diri (X) dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Rekapitulasi Hasil <i>Judge</i> Instrumen Penelitian.....	78
Lampiran 2. Instrumen Validitas Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Belanja <i>Online</i>	85
Lampiran 3. Tabulasi Data Hasil Validitas Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Belanja <i>Online</i>	91
Lampiran 4. Hasil Validitas dan Reliabilitas Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Belanja <i>Online</i>	92
Lampiran 5. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	96
Lampiran 6. Instrumen Penelitian.....	98
Lampiran 7. Tabulasi Data Hasil Penelitian Kontrol Diri Mahasiswa dalam Belanja <i>Online</i>	106
Lampiran 8. Tabulasi Data Hasil Penelitian Sub Variabel Kontrol Diri Mahasiswa dalam Belanja <i>Online</i>	109
Lampiran 9. Tabulasi Data Hasil Penelitian Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Belanja <i>Online</i>	114
Lampiran 10. Tabulasi Data Hasil Penelitian Sub Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Belanja <i>Online</i>	117
Lampiran 11. Surat Izin Menggunakan Instrumen Kontrol Diri	120
Lampiran 12. Surat Izin Penelitian	121

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era sekarang ini terjadi sangat pesat. Hal ini ditandai dengan hadirnya internet yang semakin meluas dikalangan masyarakat (Setiawan, 2018; Talika, 2016). Manfaat utama dari internet adalah dapat membantu memudahkan aktivitas manusia (Yusminanda, 2019). Pada tahun 2020 tercatat sekitar 64% masyarakat Indonesia sudah bisa mengakses internet (Haryanto, 2020). Aktivitas-aktivitas yang sebelumnya terasa sulit dilakukan dapat dipermudah dengan adanya teknologi. Karena teknologi menyediakan fitur-fitur yang menarik sekaligus canggih dalam penggunaannya. Sehingga manusia dapat menggunakan waktu lebih efektif dan efisien.

Hal ini dapat dilihat dari aktivitas jual beli. Jual beli dulunya dilakukan secara terbatas di pasar ataupun di toko-toko tertentu yang hanya bisa dijangkau sesekali saja dan membutuhkan waktu yang banyak. Sekarang berkat perkembangan teknologi tempat jual beli pun semakin berinovasi, yaitu dengan hadirnya bisnis *e-commerce* sebagai tempat jual beli yang sangat luas jangkauannya atau belanja yang dilakukan secara *online* (Irmawati, 2011; Romindo et al., 2019).

Belanja *online* semakin populer di tahun 2016 hingga sekarang 2021. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah kemudahan akses, jangkauan yang luas, tampilan *website*, dan aplikasi yang menarik serta strategi pemasaran yang beragam (D. C. Sari et al., 2020). Lebih lanjut

faktor kemudahan akses dapat dilihat dari pelayanan yang disediakan. Pelayanan tersebut dapat berupa mudah dan aman dalam melakukan transaksi. Kemudian jangkauan yang luas dapat dilihat dari banyak daerah yang bisa melakukan transaksi jual beli *online* dari sabang sampai merauke. Selanjutnya tampilan *website* dan aplikasi yang menarik dapat dilihat dari bentuk logo, fitur-fitur yang disediakan, desain foto produk dan desain halaman. Sedangkan strategi pemasaran yang beragam dapat dilihat dari jenis strategi yang digunakan.

Adapun toko *online* yang paling banyak dikunjungi oleh konsumen dari tahun 2018-2020 adalah toko *online* yang berada di sosial media instagram dan facebook serta *marketplace* yang terdiri dari *Shopee*, *Tokopedia*, *Bukalapak*, *Lazada*, *JD.ID*, *BliBli*, *Mataharimall* dan *Zalora*. Data dari *iprice.co.id* menunjukkan bahwa angka pengunjung di setiap *marketplace* semakin tinggi. Contohnya *Shopee* di tahun 2020 mencapai 96 juta orang konsumen yang berkunjung per bulannya (*iprice.co.id*). Konsumen yang mengunjungi toko-toko *online* di *marketplace* ini berasal dari semua kalangan termasuk mahasiswa.

Mahasiswa merupakan individu yang sedang berada direntang umur 18-22 tahun. Mahasiswa yang berada di usia ini berada pada tahap kehidupan remaja akhir sampai dewasa awal. Yaitu berada pada fase transisi dari masa remaja akhir ke dewasa awal (Priyambodo & Setyawan, 2019). Pada fase ini menurut Anggreini dan Mariyanti (2014) mahasiswa akan memiliki keinginan yang tinggi untuk menunjukkan diri dan mendapatkan pengakuan

dari lingkungan sosial mereka. Hal ini membuat mahasiswa memiliki keinginan untuk mencapai standar gaya hidup tertentu.

Salah satu cara yang digunakan oleh mahasiswa untuk mendapat pengakuan dari orang lain adalah dengan memakai atau memiliki barang-barang yang sedang *trend* di masyarakat (Manjasari, 2016). Belanja *online* menjadi *trend* dikalangan mahasiswa karena mengikuti gaya hidup yang *modern* atau modis, itu dapat dilihat dari cara mahasiswa memakai barang yang selalu mengikuti perkembangan zaman (Agiska, 2017). Semua itu sangat mudah diikuti dan tersedia pada belanja *online*. Banyak toko-toko *online* menyediakan beraneka ragam barang yang susah didapatkan jika dibeli secara langsung, dan juga menyediakan barang-barang terbaru yang bahkan belum beredar dipasaran (Jamaludin, 2015). Hal inilah yang membuat mahasiswa lebih tertarik untuk berbelanja secara *online*.

Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, saat ini tujuan mahasiswa melakukan belanja *online* mulai berubah. Mahasiswa tidak hanya melakukan belanja *online* untuk memenuhi kebutuhan tetapi hanya untuk memenuhi keinginan dan kesenangan semata. Ada lebih 43.6% mahasiswa melakukan belanja *online* karena “keinginan” semata (Ridwan, 2019). Banyak mahasiswa yang melakukan belanja *online* awalnya hanya sekedar untuk melihat-lihat barang yang ada ditoko-toko *online*, tetapi karena barang yang dilihatnya menarik dan unik membuatnya tertarik untuk membeli barang tersebut tanpa memikirkan apa kegunaan dan apakah menjadi kebutuhannya saat ini (Sanggara & Christantyawati, 2017).

Selain itu, mahasiswa juga membeli barang secara *online* karena harganya lebih murah atau banyak diskon yang disediakan (Rossa, 2020). Dalam hal ini mahasiswa melakukan belanja *online* karena tergiur dengan harga barang yang murah, tanpa mempertimbangkan nilai guna dari barang tersebut.

Kegiatan-kegiatan belanja *online* yang didasarkan pada keinginan dan kesenangan hati semata ini disebut dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku menggunakan barang/jasa secara boros dan berlebihan (Astuti, 2013; Firman & Awaru, 2019; Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013). Pernyataan ini didukung oleh Astuti (2013) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat berupa kegiatan membeli barang tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari barang tersebut. Artinya perilaku konsumtif adalah kegiatan memperoleh/membeli suatu barang dilakukan hanya untuk memuaskan kesenangan sesaat saja (Mitra, 2019). Dalam hal ini perilaku konsumtif dilakukan mahasiswa saat berbelanja *online*.

Ciri-ciri dari perilaku konsumtif dalam belanja *online* adalah: 1) mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, 2) mudah terbujuk iklan, 3) tidak berpikir untuk hemat, 4) kurang realistis dan impulsif (Astarsari & Sahrah, 2006). Misalnya karena warnanya bagus, motifnya lucu, dan karena orang lain sudah memilikinya, bahkan karena suatu barang tersebut sedang banyak digunakan saat itu. Hal ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa ada

pengaruh yang signifikan antara intensitas melihat iklan produk kosmetik di instagram dengan perilaku konsumtif (Apriliana & Utomo, 2019).

Perilaku konsumtif jelas dapat memberikan dampak yang negatif bagi individu yang melakukannya. Perilaku ini tidak hanya merugikan diri sendiri tetapi juga dapat berdampak buruk pada orang lain (Fitriyani, et al., 2013). Tidak hanya itu, dari segi materi dan waktu juga sangat merugikan bagi individu yang berperilaku konsumtif (Solihat & Arnasik, 2018).

Belanja *online* akan menjadi positif dan bermanfaat apabila membeli barang memang untuk memenuhi kebutuhan (Pratiwi, 2013). Untuk itu, perilaku konsumtif dalam belanja *online* ini harus diminimalisir atau dikurangi, agar mahasiswa dapat mengelola keuangannya dengan baik dan manajemen waktu yang lebih produktif (Palupi, 2018).

Agar dapat meminimalisir atau mengurangi perilaku konsumtif dalam belanja *online*, maka diperlukan pengendalian diri yang baik bagi individu yang akan berbelanja *online* (Amalia, 2018). Dengan demikian, mahasiswa harus memiliki kemampuan mengendalikan diri yang tinggi saat berbelanja *online*.

Bertitik tolak dari fenomena-fenomena tersebut salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online* adalah kontrol diri yang rendah saat belanja *online* (Nisa, 2017). Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang rendah akan sulit mengatur skala kebutuhan dalam belanja *online*. Sehingga cenderung melakukan belanja *online* untuk memuaskan keinginan-keinginan impulsif semata.

Kontrol diri adalah kemampuan untuk menyusun, membimbing, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu ke arah konsekuensi positif (Anggreini & Mariyanti, 2014; Aviyah & Farid, 2014; Firman, 2018; Sentana & Kumala, 2017). Dengan adanya kontrol diri yang baik saat berbelanja *online* maka perilaku konsumtif dapat diminimalisir bahkan dihilangkan.

Menurut Averill (1973) kontrol diri memiliki tiga aspek, yaitu :

- 1) Kontrol perilaku (*behavior control*), yaitu kesiapan seorang dalam merespon suatu stimulus yang secara langsung dapat memodifikasi keadaan tidak menyenangkan dan dapat langsung mengantisipasinya.
- 2) Kontrol kognitif (*cognitive control*), yaitu kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menghubungkan suatu kejadian dan mengurangi tekanan yang ada.
- 3) Kontrol keputusan (*decisional control*), kemampuan individu untuk memilih hasil atau tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini.

Kontrol diri yang tinggi dapat membantu individu untuk mengendalikan diri dalam menentukan perilaku atau tindakan saat berbelanja *online* (Pratama, 2018). Dengan tingkat kontrol diri yang tinggi individu dapat berpikir logis akan manfaat dan dampak dari belanja *online* yang berlebihan. Sehingga individu tersebut akan mempertimbangkan kebutuhannya saat melakukan belanja *online*. Selanjutnya kontrol yang tinggi dapat membuat individu menjadi bijak dalam mengambil keputusan saat

belanja *online*. Hal ini akan membantu individu dalam menentukan barang apa yang akan di beli sesuai dengan kebutuhannya.

Idealnya mahasiswa dapat mengontrol diri dengan baik dalam belanja *online*. Individu yang mampu mengontrol diri dengan baik, tidak akan mudah terpengaruh terhadap segala perubahan yang terjadi dan juga dapat terhindar dari tingkah laku menyimpang (Firman, 2018). Salah-satu tingkah laku menyimpang dalam belanja *online* adalah berperilaku konsumtif. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang baik dalam belanja *online* akan terhindar dari perilaku konsumtif.

Hal ini dapat ditandai dengan berkurangnya perilaku impulsif mahasiswa saat melihat iklan suatu barang. Kemudian adanya skala kebutuhan yang dibuat mahasiswa sebelum membeli suatu barang. Dalam hal ini mahasiswa mulai mengendalikan perilakunya saat berbelanja *online*, mengendalikan pikirannya saat melihat suatu hal yang berkaitan dengan *online shopping*.

Namun kenyataanya masih ada mahasiswa yang tidak mampu mengontrol diri dalam kegiatan belanja *online*. Artinya mahasiswa tidak punya kendali penuh atas dirinya. Mahasiswa tersebut tidak dapat mengendalikan perilaku, pikiran dan keputusan yang diambilnya secara matang saat belanja *online*. Mahasiswa juga tidak dapat menentukan skala prioritas kebutuhan mereka. Hanya melakukan apa yang diinginkan tanpa mempertimbangkan manfaat dan dampak dari perilaku yang dilakukan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tresna (2013), menunjukkan bahwa dampak dari perilaku konsumtif adalah mahasiswa menjadi ketergantungan, boros, lebih mudah terbujuk rayuan iklan dan tidak pernah merasa puas dengan hasil yang dicapai. Selanjutnya yang dilakukan oleh Firman dan Awaru (2019) memaparkan tentang jenis perilaku konsumtif yang dilakukan remaja. Diantaranya yaitu : 1) pembelian tidak terencana, 2) pembelian berlebihan, 3) mencari kesenangan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Munazzah (2016), menunjukkan terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif . Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Tri Rochani dan Pratisi (2018), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* di *instagram* pada remaja .

Selanjutnya kenyataanya ini didukung oleh hasil observasi pada mahasiswa Bimbingan dan Konseling UNP yang dilakukan peneliti pada bulan September-Desember 2019. Didapatkan hasil bahwa setiap mahasiswa bimbingan dan konseling yang memakai *gadget* sekurang-kurangnya ada satu aplikasi *marketplace* didalam *gadgetnya*. Bahkan ada yang mempunyai dua aplikasi dan lebih. Tujuannya adalah untuk mendapat jangkauan pemilihan barang yang lebih beragam dan peluang untuk mendapat *discount* yang banyak. Adapun aplikasi tersebut adalah *Lazada*, *Shopee*, *Bukalapak*, *Blibli* dan *Tokopedia*.

Selain itu, hasil wawancara yang peneliti lakukan pada 30 November 2019 pada mahasiswa Bimbingan dan Konseling UNP. Pada wawancara tersebut narasumber mengungkapkan bahwa barang-barang yang dibelinya secara *online* itu tidak semua menjadi kebutuhannya. Beberapa dari narasumber mengungkapkan bahwa ada beberapa barang yang dibeli hanya untuk memuaskan keinginan untuk memilikinya. Dan alasan lainnya adalah diajak oleh temannya agar ongkos kirim barang tersebut lebih murah.

Sebagian lain narasumber juga mengungkapkan bahwa alasan mereka membeli suatu barang adalah karena barang tersebut adalah barang keluaran baru. Ada mahasiswa yang menghabiskan waktu lama di internet untuk mengakses *online shop* untuk melihat dan mencari barang yang dirasa bagus dan sedang *trend*, bahkan membeli barang dalam kapasitas kegunaan yang sama sehingga akan menjadi penumpukan barang nantinya. Artinya mahasiswa mengesampingkan kewajibannya sebagai mahasiswa dengan menghabiskan banyak waktunya untuk mengakses aplikasi belanja *online*, dibandingkan untuk membuat tugas-tugas perkuliahan.

Sabagai mahasiswa Bimbingan dan Konseling yang memahami tentang bagaimana seseorang seharusnya bisa mengendalikan diri saat melakukan belanja *online* maka seharusnya mahasiswa tersebut dapat menahan dirinya, dengan mempertimbangkan apakah barang yang akan dibeli menjadi kebutuhannya atau tidak. Dengan adanya penelitian terhadap mahasiswa Jurusan Bimbingan dan Konseling di Universitas Negeri Padang, nantinya

akan menggambarkan bagaimana tingkat perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa pada jurusan lainnya.

Bimbingan dan Konseling adalah proses bantuan yang diberikan kepada individu (klien) oleh konselor sebagai profesional (Luddin, 2010). Konselor dapat memberikan layanan bimbingan dan konseling kepada siapapun baik kepada masyarakat umum, lembaga masyarakat dan lembaga pendidikan mulai dari jenjang sekolah dasar sampai perguruan tinggi yaitu kepada mahasiswa. Masalah yang dihadapi oleh mahasiswa dapat diselesaikan apabila mahasiswa menyadari bahwa dirinya sedang bermasalah dan dengan kesadaran dan potensi yang dimiliki maka masalah tersebut dapat diselesaikan. Salah-satu masalah yang dihadapi mahasiswa adalah perilaku konsumtif saat berbelanja *online*. Maka dibutuhkan peran konselor dengan berbagai layanan bimbingan dan konseling yang diberikan dapat membantu mahasiswa agar bisa meningkatkan kontrol diri supaya tidak berperilaku konsumtif dalam belanja *online*.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti “**Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Terdapat mahasiswa yang menghabiskan waktu lama di internet untuk mengakses *website* atau aplikasi belanja *online*.

2. Terdapat mahasiswa yang menghabiskan uang untuk belanja *online* dengan tujuan memuaskan keinginan dalam dirinya.
3. Terdapat mahasiswa yang belanja *online* untuk mendapatkan barang terbaru untuk mengikuti *trend*.
4. Terdapat mahasiswa yang menumpuk barangnya dirumah, tetapi masih ingin membeli sesuatu barang lagi.
5. Terdapat mahasiswa yang melalaikan tugas kuliahnya karena lebih tertarik untuk mengakses aplikasi *online shop*.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada Mahasiswa Jurusan Bimbingan dan Konseling di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*?
2. Bagaimana *kontrol diri* mahasiswa dalam belanja *online*?
3. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *kontrol diri* dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, batasan masalah, dan rumusan masalah, maka penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan:

1. Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan belanja *online*.
2. Tingkat kontrol diri mahasiswa dalam melakukan belanja *online*.
3. Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan belanja *online*.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan ranah keilmuan Bimbingan dan Konseling. Khususnya terkait dengan bidang pendidikan untuk mengkaji lebih mendalam tentang bagaimana hubungan kontrol diri mahasiswa dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan belanja *online*.

2. Manfaat Praktis

Berikut adalah manfaat praktis dari penelitian ini.

- a. Bagi petugas UPBK. Petugas UPBK dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk menganalisis permasalahan siswa. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi data untuk merancang program pelayanan Bimbingan dan Konseling di Perguruan Tinggi. Yaitu merancang program dengan materi yang berkaitan dengan kontrol diri mahasiswa

dalam melakukan belanja *online* dan perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online* serta hubungan di antara keduanya.

- b. Bagi Mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk menyadari bahwa perilaku konsumtif rentan terjadi. Oleh karena itu mahasiswa sebagai individu yang berpendidikan dapat mengambil langkah bijak untuk menjauhi, mengurangi, bahkan meninggalkan perilaku tersebut.
- c. Bagi Peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai data awal untuk melanjutkan penelitian lebih lanjut mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif dalam belanja.
- d. Bagi Masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi masyarakat tentang perilaku *maladaptive* yang terjadi di masyarakat. Salah satunya adalah perilaku konsumtif. Masyarakat diharapkan juga menyadari bahaya dampak dari perilaku ini. Sehingga masyarakat dapat meninggalkan perilaku tersebut