**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN GADGET PADA MAHASISWA TEKNIK INDUSTRI UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**Bagas Tripambudi, Endang Sri Indrawati**

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro,

Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

bagas.tripambudi23@gmail.com , esi\_iin@yahoo,com

# Abstrak

 Penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa jurusan teknik industri Universitas Diponegoro. Perilaku konsumtif pembelian gadget adalah tindakan individu dalam menggunakan gadget yang bukan lagi berdasarkan kebutuhan melainkan hasrat keinginan yang didominasi oleh faktor emosi yang sifatnya berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesenangan dalam menggunakan gadget sehingga menimbulkan pemborosan. Kontrol diri adalah Kemampuan individu dalam mengendalikan tingkah laku, menahaan godaan yang muncul baik dalam diri sendiri ataupun dari luar sehingga dapat mengambil tindakan nyata terhadap suatu permasalahan yang terjadi, berpikir positif, melakukan antisipasi terhadap peristiwa yang akan terjadi, serta menentukan keputusan atau sikap dari alternatif yang ada sehingga memberikan dampak yang positif bagi diri sendiri maupun lingkungan. Populasi penelitian yaitu mahasiswa jurusan teknik industri Universitas Diponegoro, mahasiswa aktif angkatan 2014, 2015, 2016, berjenis kelamin laki – laki dan perempuan, mahasiswa jurusan teknik industri berusia berkisar 18 – 21 tahun. Sampel penelitian ini berjumlah 207 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Pengumpulan data menggunakan skala kontrol diri (26 aitem valid dengan koefisien reliabilitas 0.935) dan skala perilaku konsumtif pembelian gadget (26 aitem valid dengan koefisien reliablitas 0.895). Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget (rᵪᵧ= -0,207; p=0,003). Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pembeli gadget, dan semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pembelian gadget. Kontrol diri memberikan sumbangan efektif sebesar 4,3% terhadap perilaku konsumtif pembelian gadget.

Kata Kunci : Kontrol diri, perilaku konsumtif, mahasiswa

**Abstract**

 The purpose of this research is to know the relationship between self control and the consumptive behaviour of gadget buying on Industrial Engineering students Diponegoro University. The consumptive behaviour of gadget buying is the individual action in using the gadget that is not based on needs but based on desire that is dominated by excessive emotional factor to achieve maximum pleasure in using gadgets which causes overspending. Self control is the individual ability in controlling behaviour, avoiding temptations that appear from inside themselves or from external factor so that the person can take actual action towards a problem, think positively, have an anticipation towards the problems that is going going to arise, and make a decision or decide an action from the alternative options so that it can give a positive impact for themselves and also for the environment. The population of this research is the students of Industrial Engineering Department of Diponegoro University, active students of batch 2014, 2015, and 2016, male and female, the Industrial Engineering students are 18-21 years old. The amount of the sample of this research are 207 people. The sampling technique that is used in this research is convenience sampling. The data collecting is done by self control scale (26 valid items with the reliability coefficient of 0.935) and consumptive behaviour of gadget buying scale (26 valid items with the reliability coefficient of 0.895). The analysis result of simple regresion shows a significant negative relationship between self control and consumptive behaviour of gudget buyers, (rᵪᵧ= -0,207; p=0,003). The higher the self control, the lower the consumptive behaviour of gadget buyers, and the lower the self control, the higher the consumptive behaviour of gadget buyers. Self control give the effective effect as much as 4,3% towards the consumptive behaviour of gadget buying.

Keywords : self control, consumptive behaviour, college student.

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

 Kotler (dalam Kotler & Susanto, 2001) menyatakan setiap hari manusia melakukan kegiatan konsumsi pada masa hidupnya. Kegiatan konsumsi adalah pekerjaan atau kegiatan memakai atau menggunakan suatu produk barang dan jasa faktor yang diproduksi oleh produsen untuk memperoleh kepuasan maksimal. Pada umumnya proses konsumsi diawali dengan proses pembelian. Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa.

 Syukur (2004) menyatakan bahwa pada umumnya fenomena yang terjadi di masyarakat perkotaan adalah budaya konsumtif yang tinggi, hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat kebutuhan sehari – hari yang dibutuhkan oleh manusia baik itu dari kalangan atas maupun dari kalangan bawah yang akan lebih selektif pada produk yang di konsumsi. Produk – produk baru ditawarkan dan di informasikan dengan cepat yang nantinya akan mempengaruhi penawaran dan permintaan pasar. Selain itu, Perkembangan teknologi yang pesat akan menciptakan sebuah ide pokok baru yang dapat mempengaruhi budaya, gaya hidup, dan pola konsumsi individu tersebut (Mowen & Minor, 2002).

 Peneliti dari Ohio State University, Buente dan Robbin (2008) mengungkapkan bahwa internet dapat membuat nilai mahasiswa menurun. Studi menunjukkan, pelajar yang menghabiskan waktunya untuk mengakses internet

 akan berdampak pada lebih sedikit waktu belajar yang dihasilkan. Para mahasiswa menghabiskan waktu setiap hari menggunakan internet dengan *gadget* yang dimiliki, individu akan kehilangan waktu efektif dalam urusan akademik, minimal satu jam seminggu. Waktu yang dihabiskan mahasiswa untuk menggunakan internet bervariasi, mulai dari beberapa menit hingga lebih dari 1 jam. Dampak dari hal tersebut ialah nilai akademis mahasiswa menurun sangat drastis.

 Schiffman dan Kanuk (2010) mengatakan bahwa kalangan muda khususnya mahasiswa seringkali dikatergorikan sebagai kelompok konsumen yang cenderung terbuka terhadap produk terbaru yang muncul di pasaran. Kelompok ini diyakini selalu ingin mengikuti perkembangan zaman dan sesungguhnya mereka benar – benar membutuhkan produk tersebut dan mendapat manfaat dari produk yang digunakan. Featherstone (2008) individu mencintrakan nilai – nilai cukup banyak melalui produk *gadget* yang digunakan dan menjadikan proses menggunakan produk *gadget* sebagai aktivitas kehidupan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa sebenarnya merupakan tipe mahasiswa yang sengaja diciptakan oleh kelompok kapitalisme melalui sebuah mekanisme rekayasa kebutuhan. Motifnya sangat jelas semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, semakin cepat pula laju perputaran uang dan barang dalam pasar, berarti semakin maksimal keuntungan yang diperoleh.

 Semakin ramai permintaan maka akan semakin ramai pula penawaran, sebagian mahasiswa terkadang membeli barang tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan yang nantinya akan mempengaruhi tingkat konsumtif dari mahasiswa tersebut. Menurut Kotler & Susanto (2001) mahasiswa yang memiliki kecendrungan perilaku konsumtif biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosialnya, melalui perilaku yang tercermin dengan perkembangan zaman. Salah satu contoh bila seorang mahasiswa kurang puas terhadap suatu merk *gadget*, tentu ia masih akan tetap memakai *gadget* tersebut dengan beralih ke merk lain. Masing – masing individu memiliki banyak pilihan sebelum akhirnya seseorang mampu untuk menentukan apa yang ia butuhkan. Tapi, dengan kemampuan manajemen dan pendekatan sosial ekonomi, suatu produk pasti diminati oleh pasar karena masyarakat memiliki keinginan untuk mencoba produk *gadget* terbaru yang berarti kebutuhan belanja masyarakat sendiri akan meningkat.

 Salah satu bentuk teknologi yang berkembang saat ini adalah internet yang memiliki kegunaan untuk menunjang penggunaan *gadget* di masyarakat dan menciptakan karakter yang terbuka dimana internet dapat diakses dimana pun seseorang berada. (McQuail, 2011) Internet disebut juga *new media* atau bisa juga disebut sebagai media baru karena bentuk digital memiliki karakteristik interaktif. Dengan adanya internet seharusnya masyarakat lebih cerdas untuk memilih atau menggunakan sebuah produk. Produk dikemas secara menarik dan ditawarkan kepada masyakarat melalui internet baik itu media sosial atau aplikasi *messanger* yang paling populer yang banyak digunakan oleh masyakarat. Perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat harga paket data internet semakin terjangkau dan membuat pengguna media sosial meningkat tajam. Lembaga survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2016) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 132,7 juta orang di tahun 2016 atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk di Indonesia , dimana 95% di antaranya menggunakan internet untuk mengakses media sosial dan *online shop*. Angka tersebut berlaku ke setiap individu yang menggunakan internet pada setiap bulan dan itu mendudukan Indonesia di peringkat ke – 6 terbesar di dunia dalam hal pengguna internet. Peart (dalam, A.P.J.I.I 2016) mengatakan bahwa *gadget* dan koneksi *broadband mobile* terjangkau mendorong pertumbuhan akses internet di negara yang tidak bisa mengandalkan *fixed line* karena masalah infrastruktur atau biaya. Negara berkembang seperti Indonesia memiliki ruang pertumbuhan jumlah pengguna internet yang besarnya mencapai dua digit setiap tahun. Sehingga perilaku konsumtif menggunakan *gadget* dengan internet akan meningkat dan akan mempengaruhi daya beli mahasiswa.

 Santrock (2011) menyatakan bahwa remaja yang hidup di zaman sekarang dihadapkan pada penawaran barang yang ditawarkan melalui media. Banyak sekali media *online* yang menawarkan produk – produk *gadget* seperti laptop dan handphone sehingga mendorong remaja untuk berprilaku konsumtif pembelian *gadget*. Perilaku konsumtif pembelian *gadget* berpengaruh cepat di antara masyarakat di jaman modern seperti ini. Hal ini sesuai dengan dikemukakan oleh Albarry (dalam Hotpascaman, 2010) bahwa arti kata konsumtif *(consumtive)* adalah boros atau perilaku yang boros dengan cara membeli *gadget* secara berlebihan. Pengertian konsumtif secara luas adalah menggunakan barang atau jasa dengan cara berperilaku boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dalam segi prioritas atau dapat juga dikatakan gaya hidup berlebihan.

 *Online shop* merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang – barang melalui jasa internet sehingga pengunjung online shop dapat melihat barang di *online shop* (Loekamto dalam Fitriani, 2016). Dengan adanya *online shopping* Mahasiswa akan cenderung melakukan perilaku konsumtif pembelian *gadget*. Di samping itu, Mahasiswa dalam memenuhi tuntutan sosialnya akan lebih cenderung mudah dipengaruhi, tidak realistis dan cenderung boros dalam hal menggunakan uangnya (Tambunan dalam Sukari dkk, 2013).

 Perubahan gaya hidup dikalangan remaja saat ini ialah perubahan kehidupan masyarakat modern hal itu disebabkan oleh adanya proses perkembangan di dalam diri remaja tersebut (Desmita, 2010). Remaja mulai berpikir dan menginterpretasikan kepribadian dengan cara – cara yang unik. Seiring dengan perkembangan zaman, pengungkapan informasi diri tidak hanya terbatas melalui komunikasi tatap muka saja, tetapi sudah melalui jejaring sosial sehingga penggunaan *gadget* intensitas menggunakan *gadget* bagi mahasiswa akan bertambah seiring dengan perkembangan media sosial (Paramithasari & Dewi, 2013). Hasil penelitian yang dilakukan kompas pada tahun 2012 menunjukkan mahasiswa memiliki minat untuk berbelanja online dengan angka sebesar 19,9 %. Hasugian (2009) menjelaskan bahwa umumnya mahasiswa melakukan belanja online bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikneal dengan istilah perilaku konsumtif atau perilaku konsumerisme.

 Mahasiswa merupakan bagian dari umat manusia yang sering berperilaku konsumtif karena pada usianya berada dalam tahap transisi menuju dewasa yang biasanya mempunyai keinginan membeli yang tinggi (Monks, dalam Anggreini & Mariyanti 2014). Pada umumnya mahasiswa mempunyai keinginan membeli yang tinggi, disebabkan oleh gaya hidup individu. Selain itu, mahasiswa yang mengikuti perkembangan teknologi cenderung menggunakan *gadget* dengan series yang terbaru, yang seharusnya kebutuhan tersebut dapat diaplikasikan ke hal yang lebih bermanfaat untuk membantu kegiatan perkuliahan (Anggreini & Mariyanti 2014). Fadila (2015) menjelaskan bahwa pada zaman globalisasi seperti ini sudah terjadi perubahan persepsi mengenai kegunaan *gadget*, *gadget* yang dulunya sebagai alat komunikasi saat ini mahasiswa mempersepsikan *gadget* sebagai daya tarik masa kini dimana mahasiswa sangat menggantungkan hidupnya pada *gadget*. Pemilihan pembelian *gadget* bukan lagi didasari oleh fungsi melainkan bentuk yang dapat diperlihatkan oleh orang lain agar tampil lebih mewah.

 Mahasiswa yang mengikuti perkembangan akan cenderung mengikuti lingkungan sosialnya terlebih dari teman – teman sepermainanya, sehingga akan mudah terpengaruh oleh teman – temanya. Seseorang akan cenderung menyesuaikan diri seseorang hanya untuk memperoleh pengakuan secara sosial. Mahasiswa bisa berperilaku konsumtif, yaitu membeli *gadget* bukan karena kebutuhan melainkan hanya untuk memenuhi rasa puas dan gaya hidup mewah. Yustisi (2009) mengatakan bahwa remaja mudah terbujuk rayuan media, mengikuti gaya hidup teman, kurang realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.

 Dapat disimpulkan remaja yang memiliki kontrol diri yang negatif akan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dan para remaja melakukan perilaku konsumtif cenderung boros dan kurang realistis dalam pembelian gadget. Hal ini diperkuat dengan data penelitian bahwa sejak tahun 1997 diperkirakan bahwa perilaku para remaja untuk menghabiskan uang untuk berbelanja teknologi sekitar $84 milyar selama setahun (Harnum dalam, Anggreini & Mariyanti, 2014). Munandar (2001) juga mengatakan hal yang serupa berdasarkan jenis kelamin bahwa ada perbedaan antara pria dan wanita dalam berbelanja. Para pria kurang berminat untuk berbelanja dibandingkan para wanita. Para wanita lebih tetarik berbelanja karena dunia mode, mementingkan status sosial dari lingkungan, dan kurang tertarik pada hal – hal yang teknik dari barang yang akan dibelinya sedangkan para pria akan berkecendrungan berbelanja berdasarkan hobi atau keinginan mengikuti perkembangan teknologi. (dalam Fransisca & Suyasa, 2005).

 Reynold, scott, dan Warshaw (dalam Lina & Rosyid, 1997) juga mengatakan bahwa remaja putri berusia antara 16 tahun sampai 19 tahun membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan menunjang penampilan diri seperti *gadget*, pakaian, dan alat – alat yang mampu membantu rasa percaya diri seseorang dalam membantu penampilan seseorang agar terlihat menarik orang yang berada disekitarnya. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Jatman (Yustisi, 2009) yang mengatakan bahwa mahasiswa sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, yang tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif , sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan. Perusahaan *gadget* akan memanfaatkan hal tersebut dengan cara mempengaruhi mahasiswa melalui iklan – iklan yang disajikan.

 As – Suhaim dan Al – Qasim (2009) seseorang dapat menjadi konsumtif karena tidak dapat mengendalikan jiwa, sehingga tidak semua yang diingkan mesti dibeli. Umar radhiyallahu’anhu pernah berkata “Apakah semua yang kamu inginkan, akan kamu beli? Di dalam Al – Quran yang berisi “ *Kamu telah menghabiskan rezekimu yang baik dalam kehidupan duniawimu (saja)... ‘*(Al Ahqaf [46]:20).” Bagi seseorang yang mengagungkan tindakan berlebih – lebihan dan bermewah – mewahan dalam mengkonsumsi sesuatu hanya mendapat kesenangan sementara. Seseorang agar dapat menghindari tindakan ini perlu adanya kontrol diri dalam individu konsumtif. Dengan cara menumbuhkan perilaku mengendalikan diri perasaan kekuasaan, kepercayaan, kenyamanan, dan kemandirian dalam hal kemampuan untuk mengarahkan kehidupan sendiri. Seberapa besar tingkat kontrol diri dalam diri seseorang tergantung masing – masing konsumen.

 Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pembelian gadget adalah budaya, nilai, kelas sosial, kelompok sosial dan kelompok acuan, keluarga, kepribadian, motivasi dan emosi. Salah satu faktor yang menentukan kecendrungan perilaku konsumtif pembelian *gadget* adalah kepribadian. Munandar (2001) bahwa kontrol diri yaitu kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan *gadget*. Kepribadian merupakan karakteristik berpikir, prasangka dan cara perilaku, untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan dalam menghadapi situasi. Cara berpikir, prasangka dan tingkah laku yang diperlihatkan seseorang merupakan gambaran kepribadian yang dimiliki individu tersebut (O’Keefe 2005).

 Pengertian kontrol diri yang dikemukakan oleh Averill (dalam Ghufron dan Risnawita, 2011) kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu untuk mengelola informasi yang tidak penting atau penting dalam kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan yang diyakininya. Kontrol diri merupakan hal yang dapat digunakan individu selama proses dalam kehidupan , termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat di lingkungan sekitarnya. Para ahli berpendapat bahwa kontrol diri dapat digunakan sebagai suatu intervensi yang bersifat preventif dan dapat mereduksi efek – efek negatif dari lingkungan sekitar.

 Goldfried & Merbaum (dalam Lazarus, 1976) Adanya kontrol diri menjadikan individu dapat memandu, mengarahkan dan mengatur perilku dengan cara yang positif sehingga dapat mengantisipasi konsekuensi. Prosesnya adalah kontrol diri menolak respon dan menggantinya dengan yang lain. Respon penggantinya sendiri berdasarkan dari penggunaan pemikiran, pengubahan emosi, pengaturan dorongan dan pengubahan tingkah laku.

 Kontrol diri dapat juga diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan – pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Selain itu, kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengontrol dan mengelola perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi untuk mengendalikan perilaku, menarik perhatian, mengubah perilaku sesuai dengan lingkungan sosial, menyenangkan orang lain dan menutupi perasaanya (Rahayuningsih, 2011)

 Berdasarkan beberapa penelitian dan kasus yang telah dipaparkan diatas menunjukan bahwa kontrol diri merupakan hal yang sangat penting dimiliki oleh individu untuk dapat menahan godaan dan nafsu dari dalam diri. Kemampuan individu dalam menahan godaan dan nafsu dari dalam diri ini dapat membantu individu dalam melakukan tindakan bermoral yang sesuai dengan lingkungan sosial. Kontrol diri menyebabkan individu mampu menahan diri dari hawa nafsu sehingga dapat berperilaku sesuai dengan hati dan pikiran. Borba (dalam Haryani & Herwanto, 2015) berpendapat bahwa kontrol diri menyadarkan individu terhadap konsekuensi bahaya atas tindakan yang dilakukan sehingga dapat mengontrol emosinya. Pernyataan ini didukung dengan pendapat Santrock (2011) yang mengemukakan bahwa individu yang dapat mengontrol diri akan dapat menyesuaikan dirinya dengan lingkungan sosial. Gottfredson dan Hirschi (dalam Sabir, 2007) juga menyatakan bahwa individu yang memiliki kontrol diri yang rendah cenderung bersifat implusif, tidak peka, bahkan bisa terlibat dalam tindakan kriminal.

1. **Rumusan Masalah**

 Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini yaitu : “Apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *gadget* pada mahasiswa?” Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara empirik dengan mengadakan penelitian berjudul :

**Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pembelian *gadget* pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro**

1. **Tujuan**

 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *gadget* pada mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro.

1. **Manfaat Penelitian**
2. **Manfaat Teoritis**

 Dari segi teoritis, diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah terhadap pengembangan ilmu psikologi, terutama psikologi industri yang terkait mengenai hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *gadget* pada mahasiswa Universitas Diponegoro

1. **Manfaat Praktis**
2. **Subjek Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *gadget*, sehingga dapat dijadikan pertimbangan ketika membeli gadget dalam kebutuhan sehari – hari.

1. **Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refrensi pengembangan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *gadget*.