

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF PENGGUNA *E-MONEY* PADA MAHASISWA FAKULTAS  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**Syifa Ulayya  
1501011513122**

**Fakultas Psikologi  
Universitas Diponegoro**

**ABSTRAK**

Penelitian ini ditujukan untuk memahami hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengatur serta mengendalikan perilaku dari dalam diri yang tidak diinginkan sehingga mampu menahan tingkah laku impulsif dan mengarahkan kepada konsekuensi positif. Perilaku konsumtif merupakan dorongan membeli suatu barang secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional dan hanya berdasarkan pada keinginan sesaat. Populasi penelitian ini berjumlah 860 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro dengan sampel 221 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah Skala Kontrol Diri (29 aitem,  $\alpha = 0,93$ ) dan Skala Perilaku Konsumtif (33 aitem  $\alpha = 0,94$ ). Analisis data menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan nilai  $r_{xy} = -0,869$  dan  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Hasil penelitian terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Kontrol Diri memberikan sumbangan efektif sebesar 75,3% dalam memprediksi perilaku konsumtif, sisanya sebesar 24,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri, Mahasiswa

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada awal kemunculan sistem pembayaran hanya sebatas pada pembayaran melalui perantara uang secara langsung. Perkembangan sistem pembayaran dimulai dengan perubahan perantara dari uang kertas menjadi *paper based payment* seperti cek, giro, dan deposito. Sistem pembayaran dimana pembayar dan penerima bertemu serta bertransaksi secara langsung dengan cara manual disebut dengan *paper based payment*. Bentuk pembayaran ini hanya bisa ditukarkan menjadi bentuk uang di bank yang tertera pada kertas (Bank Indonesia, 2014).

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.888/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus menghadirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology (fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggara pemrosesan transaksi pembayaran (Bank Indonesia, 2016). Industri *financial technology (fintech)* merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan di era digital sekarang ini. Sistem pembayaran yang paling berkembang di Indonesia berada di sektor berbasis teknologi.

Industri fintech menghadirkan sistem pembayaran uang elektronik dalam berbagai bentuk. Uang elektronik dapat berbentuk *smartcards* dengan *chip* ataupun *application based* (Usman, 2017). Uang elektronik dapat digunakan sebagai alat pembayaran pada merchant-merchant tertentu yang mengadakan kerjasama dengan penerbit uang elektronik. *E-money* pada hakikatnya merupakan uang tunai yang dikonversi menjadi data elektronik yang disimpan pada media penyimpanan pada kartu yang berbentuk *chip* atau *server*. Fungsi *e-money* tidak jauh berbeda dengan fungsi uang tunai. Penggunaan uang elektronik (*e-money*) dilakukan dengan pemindahan dana secara elektronik pada merchant dengan mengurangi secara langsung nilai uang elektronik pada media yang dikelola oleh pemegang uang elektronik (Usman, 2017).

Dewasa ini telah bermunculan perusahaan yang menggunakan *fintech* di Indonesia. Sektor inilah yang paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan serta meningkatkan efisiensi layanan keuangan (Schueffel, 2016). Berdasarkan data statistik Bank Indonesia (BI), volume dan nilai transaksi *e-money* (uang elektronik) menunjukkan pertumbuhan yang signifikan hingga akhir November 2018, dengan total nominal transaksi Rp. 5,9 triliun atau naik 216,46% dibandingkan November 2017 (Sari, 2019). Data ini menunjukkan bahwa *e-money* (uang elektronik) sudah banyak digunakan di Indonesia. Hal ini diperkuat dengan hasil survey yang berjudul *Consumer expect cashless*

*society by 2030* menyatakan 42% responden merasakan bahwa kemunculan *e-money* sangat memudahkan hidup mereka (RBS Worldplay, 2009).

Semakin mudahnya transaksi jual-beli saat ini dengan keberadaan *e-money* membuat masyarakat rentan dengan berperilaku konsumtif khususnya remaja. Remaja perlu mengontrol diri dengan budaya konsumtif yang semakin berkembang. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2016) yang berjudul pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan penggunaan uang elektronik terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh kemudahan serta kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh alat pembayaran *e-money*. Secara psikologis seseorang akan lebih mudah mengeluarkan uang dalam bentuk non tunai dibanding tunai. Fakta hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang cenderung konsumtif (Ramadani, 2016).

Mahasiswa merupakan kelompok konsumen remaja (Lisma & Haryono, 2016). Remaja adalah periode transisi perkembangan antara masa anak-anak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan kognitif, biologis, serta sosio-emosional (Santrock, 2010). Remaja dibagi menjadi tiga tahap yaitu, remaja awal 12-15 tahun, remaja tengah 15-18 tahun, dan remaja akhir 18-21 tahun. Remaja merupakan fase usia dimana individu menjadi terintegrasi dengan masyarakat dewasa. Remaja merasa bahwa

dirinya setingkat dan sejajar dengan orang dewasa (Monks, F.J., Knoers, A.M. P. & Haditono, 2006). Pada masa remaja, individu mulai mencari identitas diri sehingga sangat mudah dipengaruhi oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu positif maupun yang negatif.

Remaja tidak terlepas dari karakteristik individu yang mudah terbujuk oleh hal-hal yang menyenangkan dan memiliki tingkat konformitas yang tinggi, alasan tersebut menjadi pelaku utama dalam gaya hidup konsumtif. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Loudon dan Bitta (dalam Suminar dan Meiyuntari, 2016), remaja merupakan individu yang mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan serta tidak berpikir hemat. Tambunan (2001) menyatakan bahwa pola konsumsi individu terbentuk pada usia remaja. Remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena individu dalam fase ini suka mencoba hal – hal baru yang sedang berkembang di sekitarnya (Sitorus, 2013). Remaja memiliki kemampuan berkonsumsi yang irasional dan cenderung berperilaku konsumtif (Kanserina, 2015). Fakta ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa remaja merupakan usia yang konsumtif (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013). Menurut Monks, F.J., Knoers, A.M. P. & Haditono (2006) remaja mempunyai kemampuan membeli yang cukup tinggi, karena remaja umumnya berpakaian berdandan, bertingkah laku, mempunyai karakteristik tersendiri dan mereka membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Tidak jarang remaja mengatakan

bahwa pola hidup konsumtif yang sudah melekat dalam kehidupan sehari-hari.

Perilaku konsumtif yang tinggi dapat menimbulkan dampak merugikan. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Nina dan Koentjoro (dalam Astuti, 2013) perilaku konsumtif yang berlebihan menimbulkan masalah keuangan yang berkepanjangan. Perilaku konsumtif yang hanya didasari keinginan sesaat bukan kebutuhan menimbulkan dampak negatif yaitu pemborosan. (Fransisca & Suyasa, 2005). Perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam jangka panjang akan menyebabkan keuangan yang tidak terkontrol dan dapat merugikan orang tua, karena sebagian besar mahasiswa secara finansial bergantung pada orang tua (Muliana, 2018). Survey dari Sitohang (dalam Fitriyani, Widodo & Fauziah, 2013) terhadap 1.074 pelajar di Jakarta dan Surabaya ditemukan 20.9% pelajar sangat menyukai kegiatan berbelanja dan membeli barang-barang yang mereka inginkan dan digunakan hanya untuk bersenang-senang atau memenuhi kepuasannya dengan menggunakan uang spp yang seharusnya tidak digunakan.

Prelec dan Loewenstein (dalam Runnemark et al., 2015) mengemukakan konsep "*the pain of paying*" yaitu, individu akan menghabiskan lebih banyak uang dengan sistem *e-money* dibandingkan uang tunai. Individu akan lebih merasakan kehilangan uang saat memilah secara langsung uang tunai. Semakin tidak transparan suatu pembayaran (berkurangnya individu merasakan arus keluarnya uang), semakin tidak

terasa individu untuk mengeluarkan uang. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Citibank India yang berjudul *Digital wallet will empty faster*, menyatakan bahwa penggunaan transaksi non-tunai atau *e-money* akan meningkatkan pengeluaran rata-rata 230 cent lebih banyak dibandingkan dengan penggunaan uang cash (Johnson, 2011).

Individu akan cenderung menghabiskan lebih banyak uang jika bertransaksi menggunakan *e-money* dibandingkan dengan uang cash. Oleh karena itu, pengeluaran dengan uang cash dianggap lebih bisa dikontrol dibanding dengan *e-money*. Keinginan individu untuk melakukan pembelian dengan *e-money* meningkat 22-54% dibandingkan dengan uang cash. Hal ini menyebabkan, banyak individu yang lebih memilih untuk tetap menggunakan uang cash untuk mengontrol pengeluaran mereka. *E-money* dianggap dapat meningkatkan resiko hilang kontrol dalam mengeluarkan uang serta menyebabkan *impulsive buying*. (Runnemark et al., 2015).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana (Ardhanari, 2013). Lina & Rosyid (1997) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan dorongan untuk membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional. Fitri (Lestari & Budiani, 2014) menyatakan bahwa sebagian masyarakat melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhannya lagi, namun hanya ingin memenuhi hasrat yang timbul dari dalam diri. Hasil Penelitian sebelumnya mengenai makna dari perilaku konsumtif, termanifestasi dalam bentuk kegemarannya

berbelanja, berbelanja bukan hanya sekedar membeli barang, memakai atau menghabiskan barang tersebut. Namun, belanja adalah cara untuk dapat dihargai dan diakui keberadaanya di lingkungan sosial (Umami & Nurcahyati, 2013).

Salah satu aspek dalam perilaku konsumtif yaitu *impulsive buying*. Rook (dalam Verplanken, 2001) mendefinisikan *impulsive buying* (pembelian impulsif) sebagai pembelian yang tidak rasional dan pembelian yang cepat serta tidak direncanakan. Menurut Rook & Fisher (dalam Solomon, 2009) *Impulsive buying* merupakan dorongan emosional untuk membeli secara spontan dan merasa bahwa tindakan tersebut adalah wajar. Menurut Kharis (2011) menyebutkan bahwa *impulsive buying* atau biasa disebut dengan *unplanned purchase*, adalah perilaku orang dimana orang tersebut tidak merencanakan sesuatu dalam berbelanja. Dapat disimpulkan bahwa pembelian impulsif merupakan tindakan pembelian tak terduga yang didasarkan pada perasaan yang kuat dan terjadi secara tiba tiba tanpa direncanakan sebelumnya (Hoyer & Macinnis, 2008).

Menurut Rodin (dalam Larasati & Budiani, 2014) kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif dapat dikurangi apabila mahasiswa memiliki sistem pengendalian yang berasal dari dalam diri. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Larasati dan Budiani (2014) bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif membeli pakaian diskon pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara online.

Perilaku belanja konsumen di Indonesia juga tidak hanya berfokus pada satu jenis produk saja, namun juga pada jenis produk lainnya seperti pakaian, buku, barang elektronik, keperluan hobi, kosmetik, hingga aksesoris. (Techinasia, 2018). Salah satu faktor yang menentukan kecenderungan perilaku konsumtif pada pengguna *e-money* adalah kepribadian (Dharmmesta dan Handoko, 2013). Kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian (Munandar, 2001). Menurut penelitian Antonides (dalam Fitriana & Koenjoro, 2009) kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu. Thompson (Lestari & Budiani, 2014) menyatakan bahwa unsur utama dalam kontrol diri adalah keyakinan individu terhadap dirinya dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan cara mengendalikan emosi dan dorongan dalam diri. Menurut O'Keefe (2005) kepribadian merupakan karakteristik berpikir, prasangka, dan cara perilaku untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan dalam menghadapi situasi.

Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro termasuk pengguna aktif *e-money*. Berdasarkan penggalan data awal yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro dengan metode survey, diperoleh data bahwa presentase intensitas penggunaan *e-money* terbesar yaitu 7 kali atau lebih dalam sebulan sebesar 62,4%, presentase intensitas penggunaan kedua terbesar sebanyak 5 kali dalam sebulan

sebanyak 17,6%, posisi ketiga presentase intensitas penggunaan sebanyak 3 kali sebesar 14,9%, dan posisi terakhir intensitas penggunaan 1 kali perbulan sebanyak 4,9%.

Berdasarkan penggalan data awal yang dilakukan dalam bentuk wawancara kepada 10 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, sebagian besar menyatakan bahwa mereka pengguna aktif *e-money* dan memiliki beberapa aplikasi serta kartu elektronik sebagai alat pembayaran utama. Dalam hasil wawancara didapatkan bahwa mahasiswa sangat terbantu dengan adanya *e-money* karena sangat praktis serta memudahkan untuk melakukan pembayaran dimana saja dan kapan saja. Selain itu, promo dan *cashback* yang diberikan oleh penyedia jasa layanan *e-money* cukup berpengaruh dalam keputusan pembelian karena mahasiswa merasa lebih menguntungkan. Kemudahan serta promosi yang diberikan penyedia jasa *e-money* menyebabkan sebagian besar mahasiswa kurang dapat mengontrol pengeluaran, menurut hasil wawancara beberapa mahasiswa setelah melihat promosi atau *cashback* yang diberikan cenderung akan langsung membeli tanpa berpikir panjang tentang kegunaan produk tersebut serta kebutuhan lain.

Menurut Averill (dalam Ghufro dan Risnawati, 2016) kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam memodifikasi perilaku, kemampuan untuk mengelola informasi, serta kemampuan individu dalam memilih suatu tindakan. Menurut Goldfried dan Marbaummuhi (dalam Muhid, 2009) kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengatur dan

mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif. Individu dengan kontrol diri yang rendah sangat impulsif, cepat menanggapi, rangsangan lingkungan, cepat mencari kepuasan kerja, dan lebih memilih tugas tugas yang sederhana (Kim, Hong, Lee, & Hyun, 2017). Secara umum, orang yang mempunyai kontrol diri yang tinggi mampu mengatur tindakannya agar tidak konsumtif. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Sultan, Joireman dan Sprott (2012) untuk menguji efek latihan kontrol diri mendapatkan bahwa latihan dalam meningkatkan kontrol diri mengurangi tindakan *impulsive buying* (membeli sesuatu secara spontan).

Berdasarkan uraian fenomena dan kasus yang telah dipaparkan diatas, penelitian mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* menjadi menarik karena kontrol diri diperlukan dan diharapkan mampu mengatasi perilaku konsumtif pada pengguna *e-money*, khususnya pada remaja. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti serta menguji secara empiris hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka tujuan dari penelitian kuantitatif mengenai “Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada Mahasiswa Psikologi adalah untuk menguji secara empirik hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada Mahasiswa Psikologi.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, penulis berharap penelitian kuantitatif ini dapat memberikan sumbangan pada :

#### 1. Manfaat Teoritik

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu psikologi, khususnya Psikologi Industri Organisasi serta kajian ilmu yang terkait mengenai hubungan kontrol diri dan *consumptive behavior*.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Subjek penelitian agar mampu meningkatkan kontrol diri untuk menekan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *e-money*
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut dan dapat menjadi referensi terhadap penelitian yang sejenis.