

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Berbelanja untuk membeli suatu barang kebutuhan sehari-hari adalah hal yang wajar. Namun kegiatan berbelanja menjadi tidak wajar saat seseorang melakukan pembelian hanya untuk memenuhi keinginannya dan dilakukan secara impulsif atau tanpa perencanaan. Hal itu cenderung merugikan individu, karena biasanya produk yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Individu yang melakukan pembelian secara impulsif akan membeli barang atau Impulse buying adalah suatu proses pembelian yang dilakukan dengan cara tiba-tiba, cepat, dan tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu. Modern market seperti supermarket, hipermarket, atau minimarket merupakan lahan subur tumbuhnya pembelian impulsif. Saat ini individu juga menemukan tempat baru untuk melepaskan keinginan belanja di situs belanja online.

Belanja adalah salah satu kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Namun, di zaman *modern*, belanja bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi sudah menjadi trend dan kebiasaan. Kebanyakan orang biasanya melakukan belanja untuk rekreasi, menghilangkan stres, atau karena alasan pribadi. (Widiyawati et al., 2022)

Seiring berjalannya waktu, internet menjadi sangat mudah diakses oleh semua orang, mulai dari remaja hingga dewasa. Akibatnya, tidak jarang banyak orang yang beralih ke internet untuk membuka beberapa situs web, salah satunya adalah situs belanja *online*. Dengan munculnya belanja *online*, banyak orang yang lebih memilih melakukan belanja online daripada belanja langsung di toko, pasar, atau pusat perbel. (Widiyawati et al., 2022)

Menurut KBBI (kamus Besar Bahasa Indonesia), mahasiswa adalah seseorang yang belajar di perguruan tinggi dan memegang status tertinggi diantara yang lain pada struktur pendidikan di Indonesia. Sebagai mahasiswa di era *modern*, sudah tidak asing dengan gaya hidup, *trend*, dan mode yang berlaku. Bagi siswa, mode, penampilan, dan kecantikan adalah hal penting yang harus mendapatkan perhatian khusus. Di kampus, mahasiswa mengembangkan hubungan psikososial mereka sebagai manusia sosial. Ini termasuk hubungan berkelompok, pertemanan, pasangan, dan berbagai jenis hubungan lainnya. Namun, karena keanekaragaman karakter dan status sosial yang ada di lingkungan kampus, banyak mahasiswa yang melupakan kewajiban mereka untuk belajar. Kampus seharusnya menjadi tempat di mana

mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan, terkadang malah dijadikan tempat berlomba-lomba untuk menunjukkan apa yang mereka miliki (Simangunsong et al., 2021). Keadaan seperti inilah secara tidak langsung akan membentuk kecenderungan perilaku konsumtif seseorang.

Menurut Faber & O'Guinn tahun 1992, menyatakan bahwa, Kompulsif *buying* dapat didefinisikan sebagai bentuk abnormal dalam berbelanja, Kompulsif *buying* atau disebut juga dengan oniomania kemungkinan besar dipengaruhi oleh impulsivitas dan kompulsivitas, menggambarkan pelaku yang terlibat dalam kegiatan kompulsif *buying* sebagai individu yang membeli sesuatu namun tidak dengan tujuan untuk memperoleh fungsi utama dari yang dibeli, melainkan untuk mencapai kepuasan melalui proses pembelian itu sendiri (Faber & O'Guinn, 1992).

Perilaku kompulsif mengacu pada perilaku yang bertentangan dengan keinginan sadar seseorang. kemudian perilaku tersebut didorong oleh dorongan yang tidak dapat ditolak dan menimbulkan dampak yang merugikan bagi individu. Kompulsif *buying* juga didorong oleh faktor psikologis seperti rendahnya tingkat *self-esteem*, dan emosi negatif, namun juga dapat menyebabkan masalah finansial yang juga dapat berkaitan dengan tekanan psikologis pelakunya (Helen, 2019). Ada dua kriteria yang harus dipenuhi sebelum mengklasifikasikan perilaku sebagai perilaku kompulsif, yaitu perilaku yang harus diulang dan harus dilakukan memberikan masalah kompulsif bagi individu, pembeli kompulsif pada awalnya tampak memberikan kelegaan instan dari kecemasan atau stres emosional yang dialami tetapi kepuasan yang diperoleh. Hal instan itu membawa konsekuensi yang panjang. Pembeli negatif dalam pelarian secara kompulsif melakukan pembelian hanya untuk mengurangi ketegangan, kecemasan, kurang percaya diri muncul pada diri konsumen, namun setelah melakukan pembelian sebagian besar konsumen akan merasakan menyesal (“No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” 2021). Kurangnya pengendalian diri individu ketika melakukan pembelian tertentu dapat menyebabkan individu memiliki kecenderungan pembelian impulsif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aprilia & Nio, 2019)

Konsumen yang termotivasi secara akurat cenderung akan mengarah pada perilaku kompulsif. Ketika konsumen termotivasi untuk membeli suatu produk, konsumen tidak hanya menekankan manfaat dari produk tersebut, namun fokusnya juga pada kenikmatan konsumen terhadap suatu produk dan secara intrinsik atau emosi. konsumen akan membeli produk secara berulang pada produk yang disukainya tetapi tidak diperlukan.

Kita hidup dalam budaya materialistik, yang merupakan faktor utama yang sering dikaitkan dengan peningkatan jumlah pelaku kompulsif pembelian. Individu dalam budaya ini memiliki keinginan untuk mengonsumsi barang atau jasa yang memberikan status dan kekuasaan, kemudian menunjukkannya kepada masyarakat sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan diri berupa kesenangan. Secara medis, gangguan pembelian impulsif didefinisikan sebagai gangguan kontrol impuls, gangguan mental yang ditandai oleh impuls yang tidak dapat menahan keinginan untuk melakukan perilaku berbahaya atau tidak berperasaan untuk menghindari emosi negatif seperti depresi, kecemasan, dan kesepian. (Hikmah et al., 2020)

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan Kompulsif *buying* dengan belanja *online* pada mahasiswa FK UNPRI.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Apakah terdapat hubungan antara Kompulsif dan Impulsif *buying* dengan belanja *online* pada mahasiswa FK UNPRI Angkatan 2023?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

### **1.3.1. Tujuan Umum**

Untuk mengetahui hubungan antara Kompulsif *buying* dengan belanja *online* pada mahasiswa FK UNPRI Angkatan 2023.

### **1.3.2. Tujuan Khusus**

1. Bagaimana Demografi mahasiswa terhadap belanja *online*?
2. Mengetahui tingkat *impulsif buying* belanja *online* pada mahasiswa
3. Mengetahui tingkat kompulsif *buying* belanja *online* pada mahasiswa
4. Mengetahui hubungan antara *impulsif* dan kompulsif *buying* terhadap belanja *online*

## **1.4. Manfaat Penelitian**

- a. Bagi Peneliti

Mendapatkan ilmu tambahan dan memperoleh pengalaman nyata dalam melakukan penelitian khususnya mengenai hubungan Kompulsif dan Impulsif *buying* terhadap mahasiswa Kedokteran UNPRI Angkatan 2023.

b. Bagi Akademik

Dapat digunakan sebagai salah satu acuan untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan keilmuan serta meningkatkan pemahaman kita tentang kompulsif dan Impulsif *buying* di Indonesia dan membantu merancang tindakan pencegahan terjadinya kompulsif dan Impulsif *buying*.