

Keterkaitan antara kontrol diri dengan kecenderungan shopaholic terhadap remaja

by Efa Laela Khotri .

Submission date: 09-Jan-2023 09:37AM (UTC+0700)

Submission ID: 1989970055

File name: FIX_JURNAL_EFA_LAELA_KHOTRI.docx (46.25K)

Word count: 2601

Character count: 17993

Keterkaitan antara kontrol diri dengan kecenderungan shopaholic terhadap remaja

Efa Laela Khotri¹, Niken Titi Pratitis², Isrida Yul Arfiana³,

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia

E-mail: nikenpratitis@untag-sby.ac.id

Submitted: Accepted: Published:	<p>Abstract</p> <p><i>The research attempts to analyze the correlation of self-control between shopaholic tendencies. The researcher will examine the problems: 1) Does self-control correlate with shopaholic tendencies in adolescents?. This research utilizes incidental sampling. Adolescents served as the study's participants aged 18-22 that actively shopped at malls or e-commerce. Data collection techniques in research use a scale that is spread via Google and processed using the product moment technique. Each variable in this study was calculated using with use of Windows' SPSS 16.0 (Statistical Product and Service Solution). This study used a scale with distribution via Google Forms and processed moment of utilizing the product technique. The findings of research on the product moment are -0.382 which means it is very significant so was belief that greater a person's self-control, the lower the shopaholic tendency.</i></p> <p>Keywords: Self-control, Shopaholic Tendencies, Teenagers.</p>
	<p>Abstrak</p> <p><i>Penelitian tersebut menganalisis implikasi pengendalian diri terhadap shopaholic. Peneliti akan mengkaji permasalahan: 1) Apakah pengendalian diri berkorelasi dengan kecenderungan shopaholic pada remaja?. Penelitian ini menggunakan sampling insidental. Subyek pada observasi ialah usia remaja 18-22 tahun cakap berbelanja di mall atau e-commerce. Teknik perolehan data berbasis melalui Google dan diolah menggunakan teknik product moment. Setiap variabel pada observasi tersebut dihitung memanfaatkan bantuan Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 16.0 for Windows. Memanfaatkan skala dengan distribusi melalui Google Forms dan diolah melalui metode product moment. Hasil penelitian terhadap product moment ialah -0,382 mendefinisikam sangat signifikan sehingga dapat diasumsikan apabila tingkat tinggi self control seseorang serta kecenderungan shopaholicnya cenderung rendah.</i></p> <p>Kata kunci: Kontrol diri, Kecenderungan Shopaholic, Remaja.</p>
Copyright © 2022. Efa Laela Khotri, Niken Titi Pratitis, Isrida Yul Arfiana,	

Pendahuluan

Di negara berkembang seperti Indonesia, kebiasaan gaya hidup masyarakat dengan mudah dapat berubah dan mengarah pada perilaku konsumtif. Terlebih dengan banyaknya bermunculan *shopping mall, cafe, supermarket dan minimarket*, serta toko-toko *online* yang menjadikan aktivitas-aktivitas berbelanja. Menjadi sangat mudah bagi semua orang hingga mengarah pada gaya hidup yang berlebihan. Termasuk ketika penggunaan berbagai media sosial, yang populer atau aplikasi-aplikasi berbelanja *online* dikalangan remaja baik pelajar atau mahasiswa, semakin memicu kemudahan berbelanja secara berlebihan. Seperti dikemukakan dalam survey media *online* bahwa 30% generasi Z (usia 15-24 tahun) menjadi pembelanja terbanyak di bidang *E-commerce*, bahkan dalam survey tersebut juga disebutkan mayoritas (65%) konsumen belanja *online* adalah wanita (Tashandra,2018).

Menurut Henrietta (2012), umumnya perilaku berbelanja berlebihan tersebut tidak hanya dilakukan oleh mereka yang berpenghasilan, sehingga anak muda dan remaja yang belum memiliki juga turut menjadi *shopaholic*, selain minat remaja yang besar untuk berbelanja dan kecenderungan remaja yang mudah terpengaruh bujukan dan iklan. Remaja juga kesulitan dalam mengendalikan keinginannya untuk membeli barang-barang yang akhirnya dibeli dengan pertimbangan yang minim bahkan tidak didasarkan pada pertimbangan matang. Masalah lainnya yang turut mengikuti perilaku *shopaholic* adalah tendensi untuk menyalurkan *impulse* yang muncul secara tiba-tiba untuk berbelanja sehingga terkadang diikuti dengan pembelian tidak terencana atau *impulsive buying* (Mundandar, 2001). Kegemaran berbelanja tanpa mempertimbangkan nilai guna dari barang yang dibeli melakukan hal yang tidak bermanfaat, hanya karena keinginan sesaat atau mengikuti *trend* (Ra'uf, 2009).

Menurut Gufron& Risnawati (2010) menyebutkan bahwa kontrol diri ialah kemampuan individu dalam mengubah perilaku, mengelola informasi yang individu inginkan dan yang tidak diinginkan dan kemampuan individu dalam memiliki tindakan yang akan dilakukan berdasarkan hal yakini. Ciri-ciri individu yang memiliki kontrol diri diantaranya adalah kemampuan mengontrol perilaku, kemampuan mengontrol stimulus, kemampuan mengantisipasi peristiwa, kemampuan menafsirkan peristiwa dan kemampuan mengambil keputusan. Menurut Rahayuningsih (2011) Kontrol diri dapat juga diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Maka pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak dan juga mengatakan bahwa kontrol diri kemampuan mengontrol dan mengelola perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi dalam melakukan sosialisasi untuk mengendalikan perilaku, menarik perhatian, mengubah perilaku sesuai dengan lingkungan sosial, menyenangkan orang lain dan menutupi perasaannya. Oleh karenanya, ketika remaja memiliki kemampuan mengendalikan perilakunya karena mampu mengontrol stimulus, dapat mengantisipasi keinginan sehingga ia dapat mempertimbangkan secara matang sebelum membeli barang.

Hasil wawancara dengan peneliti terhadap 4 remaja putri yang lebih suka menghabiskan waktu secara berlebihan, dimana responden dari kelompok menengah atas ingin tampil percaya diri saat nongkrong bersama Remaja tersebut juga mengaku senang berbelanja sebagai cara untuk menghabiskan waktu. pada waktu senggang atau pada hari libur dan untuk mengalihkan perhatiannya dari pikiran-pikiran yang memberatkan akibat pekerjaan dan tugas-tugas sekolahnya. Temuan dari wawancara ini konsisten dengan penelitian Nofalia (2017), yang menemukan bahwa remaja khususnya sering melakukan pembelian cepat barang-barang yang harganya terjangkau dan tidak terlalu mahal. Secara biologis hal ini wajar, menurut Aam (2018) karena otak mengeluarkan dopamin yang akan memberikan efek nyaman dan bahagia pada rangkaian seseorang, ketika mereka merasa puas setelah berbelanja mengikuti tren. Pada seorang remaja putri di SMA X Bandung juga menyebutkan masalah *shopaholic* pada remaja. 75% siswa yang berpartisipasi dalam penelitian cenderung menghabiskan uang sakunya untuk makanan, pakaian, dan kosmetik, serta

menonton film dan berkumpul dengan teman, menurut temuan penelitian tersebut. Bahkan peserta muda dalam studi tersebut siap untuk menghabiskan banyak uang untuk barang-barang ketika mereka memiliki keinginan yang singkat. Responden penelitian sangat ingin menghabiskan uang mereka untuk makanan mahal serta pakaian modis dan alas kaki. Semua aktivitas ini dilakukan untuk mengesankan orang lain dan menjunjung tinggi status seseorang di mata rekan-rekannya. Remaja dalam suatu kelompok biasanya berusaha untuk mengadopsi kebiasaan kelompok tersebut dalam hal pakaian, hobi, film, dan aktivitas lainnya. Menurut penelitian Tatik (2015), keinginan kuat remaja untuk diterima oleh teman sekelas atau kelompoknya menyebabkan mereka menyesuaikan diri. Remaja sering kali membeli produk berdasarkan rekomendasi dari teman sebayanya, terutama untuk barang-barang yang bergaya (Tatik, 2015). Keadaan ini menunjukkan betapa mudahnya teman mempengaruhi anak muda untuk melakukan pembelian impulsif yang mengubah mereka menjadi pecandu belanja. Hal ini sesuai dengan klaim yang dibuat oleh Schiffmann & Kanuk (2007) bahwa kelompok referensi adalah suatu setting dimana orang dapat membuat perbandingan, memberikan nilai informasi, dan memberikan arahan atau instruksi untuk konsumsi.

Metode

Desain Penelitian

Pada desain penelitian ialah memanfaatkan penelitian kuantitatif. Kajian didasarkan metode pengumpulan data serta ditunjukkan pada angka. Penyelidikan dilaksanakan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Azwar (2010), penelitian kuantitatif ialah menekankan dalam analisis data serta diakumulasikan melalui system statistik. Melalui teknik kuantitatif, dapat dipastikan signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi keterkaitan antar variabel penelitian. Ukuran sampel yang tinggi dimanfaatkan pada penelitian kuantitatif, sebuah teknik korelasional kuantitatif akan digunakan dalam penelitian ini. Penelitian korelasional berusaha memastikan implikasi perubahan satu variabel terhadap variabel lainnya.

Partisipan Penelitian

Penelitian dilaksanakan guna memperoleh data hubungan kontrol diri serta *shopaholic*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada tanggal 1 juli 2022 – 6 juli 2022 perhitungan diatas partisipan reponden disesuaikan 102 orang. Partisipan dan subyek ditentukan dengan memanfaatkan accidental sampling. Insidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2010). Sampel menggunakan remaja dengan umur 18-22 tahun dan yang aktif berbelanja di mall maupun media online shop.

Instrumen

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur skala keterkaitan kontrol diri dan kecenderungan *shopaholic*. Azwar (1997) mendefinisikan jawaban seseorang terhadap pernyataan sikap dapat dinilai melalui pemanfaatan instrumen penilaian psikologis berupa pernyataan. Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam observasi ialah memanfaatkan sistem kuantitatif sebagai perolehan evidensi upaya observasi tersebut. Parameter likert ialah mempunyai kegunaan pengukuran sikap, pemahaman serta pandangan individu serta sekelompok orang mengenai fenomena kordial. Parameter terhadap observasi tersebut ialah perilaku *shopaholic* serta kontrol individu pada remaja, pemberian skor menggunakan skala likert yang telah dimodifikasi modelnya dengan diberikan bentuk pertanyaan 1 sampai 4 Tanggapan yang dapat diterima termasuk Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), serta Sangat Tidak Setuju (STS)). Yang dimana berisi pernyataan afirmatif (*favorable*) dan perntanyaan negative (*unfavorable*) dimana responden harus memilih salah satu jawaban yang telah di sediakan.

Teknik Analisis Data

Menakar seberapa banyak ide penelitian biasa disebut hipotesis diuji. Uji hipotesis penelitian tersebut memanfaatkan sistem evidensi uji Pearson Korelasi Product Moments, memanfaatkan bantuan observasi ialah system *SPSS 16 Windows*. Karena terdapat dua variabel sebagai evaluasi observasi tersebut serta perbandingan terhadap evidensi analisa, maka memanfaatkan Pearson Product Moment Correlation pengetahuan ilmiah. Ujian analitik mengikuti aturan berikut; (1). implikasi tertera substansial apabila r_x mempunyai $p < 0,05$. Maka mengemukakan meyakinkan apabila asumsi tertera sesuai serta pada faktor investigasi berkaitan relevan; (2). Implikasi tertera belum substansial apabila r_{xy} mempunyai $p > 0,05$. Maka mengemukakan apabila kaitan tertera belum relevan dengan evidensi yang berbeda.

Hasil

Pengendalian diri merupakan variabel bebas penelitian, sedangkan variabel terikatnya adalah kecenderungan berbelanja secara berlebihan. Metode solusi produk dan layanan perangkat lunak statistik product moment atau SPSS versi 16 digunakan untuk analisis evidensi terhadap observasi tersebut. Karena distribusi evidensi bersirkulasi proposional serta hasil analisis linieritas menunjukkan hubungan yang linier, maka digunakan pendekatan product moment untuk menginterpretasikan temuan analisis data. Para peneliti menggunakan kaitan Product Moment SPSS upaya menentukan implikasi dua variable kecenderungan shopaholic dan kontrol diri.

Hasil uji product moment

Variable	rx_y	P	Keterangan
Kontrol diri-Kecenderungan <i>Shopaholic</i>	-0,382	0,000	Hubungan negative yang sangat signifikan

Sumber: Output Aitem SPSS Ver 16.00

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji product momet, diketahui bahwa hubungan kontrol diri dengan kecenderungan *shopaholic* memiliki koefisien korelasi sebesar -0,382 dengan signifikansi 0,00 artinya signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini benar adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan kecenderungan *shopaholic*. Sehingga hasil nilai korelasi diatas menunjukkan adanya hubungan kontrol diri dengan *shopaholic* yang atinya semakin tinggi kontrol diri seseorang maka semakin rendah kecenderungan *shopaholic*. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri semakin tinggi keenderungan *shopaholic*. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima

Pembahasan

Pada temuan penelitian tersebut, diketahui dalam uji korelasi Pearson's Product Moment menunjukkan terdapatnya keterkaitan yang tidak baik antara pengendalian diri bersamaan kecenderungan shopaholic remaja. Menjelaskan klaim teori bahwa pengendalian diri dan kecenderungan guna berbelanja sampai bangkrut ialah benar. Kecenderungan untuk menjadi seorang shopaholic berkurang dengan pengendalian diri yang lebih baik. Sebaliknya, kecenderungan menjadi seorang shopaholic meningkat seiring dengan menurunnya kontrol diri. Teori penelitian dikonfirmasi oleh temuan. Temuan penelitian menyebutkan shopaholic remaja serta pengendalian diri saling berhubungan. Bagi remaja, melatih pengendalian diri ialah utama pada bentuk sikap. Remaja mempengaruhi yang baik hingga khawatir tentang pendekatan bertanggung jawab pada berbagai konteks, tetapi apabila dengan kontrol diri yang rendah seringkali tidak dapat mengenali akibat dari perilaku mereka saat berbelanja (Chita, et al., 2015). Maka remaja lebih cenderung menghindari kecanduan belanja. Populasi responden memiliki kontrol diri yang kuat dibandingkan dengan populasi responden dengan kontrol diri yang rendah, hal ini dapat disimpulkan dari data yang tersedia. Hal ini

dimaksudkan agar remaja dapat mengambil keputusan sendiri pada era penemuan diri yang mungkin terjadi pada masa remaja akhir.

Dalam teori pengendalian diri, seiring bertambahnya usia, individu sesuai mental bisa mengatur sikapnya sebab mereka memiliki kesempatan untuk memikirkan apa yang baik dan apa belum saatnya sebagai individu. Berdasarkan hasil penelitian disebutkan apabila jika individu mempunyai jenjang pengendalian diri cenderung tinggi, yaitu kecenderungannya untuk menjadi seorang shopaholic akan berkurang. Korelasi yang cukup besar dan tidak menguntungkan antara pengendalian diri dengan kebiasaan berbelanja yang berlebihan. Kebiasaan membeli yang berlebihan pada individu mungkin memiliki efek yang merugikan. Karena pembelian sangat nyaman, kebiasaan berbelanja saat ini mungkin lebih tinggi. Capaian observasi tersebut menyatakan apabila remaja terhadap kontrol individu ideal bisa mencoba merancang serta mengepalai keinginan tersebut upaya mendapatkan benda sepadan terhadap urgensi, akibatnya sulit melaksanakan transaksi berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan kurang memiliki fungsi. Kesanggupan mahasiswi pada penanganan sikap bisa menolong remaja agar menghindari sikap shopaholic. Pada kaitan tersebut mendukung hasil data penelitian yang menunjukkan apabila cenderung mempunyai kontrol individu berlebih, dan berdampak pada berbelanja berlebihan (*shopaholic*) cenderung rendah

Kesimpulan

Pada penelitian mempunyai maksud menguji dan memahami terdapatkah implikasi diantara kontrol diri pada kecenderungan *shopaholic* terhadap remaja. Berdasarkan hasil uji statistic. Kajian evidensi dapat dilakukan pada menguji implikasi kontrol diri serta *shopaholic* yaitu uji kaitan *Product Moment*. Sesuai capaian kajian dimiliki reaksi substansial $-0,382$ temuan observasi mengemukakan apabila asumsi yang mengatakan terdapat implikasi negative terhadap *shopaholic* di kalangan remaja. Dapat disimpulkan dimana hasil dari keseluruhan observasi tersebut bisa diterima serta mempunyai evidensi relevan Sehingga terdapat korelasi negatif relevan pada variabel kontrol diri terhadap variabel *shopaholic* apabila tinggi kontrol individu dimiliki serta kecil pula kecenderungan *shopaholic* yang dimiliki remaja dengan kecenderungan shopaholic, begitupun cenderung kecil kontrol individu remaja juga besar pula kecenderungan *shopaholic* dipunyainya.

Reaksi bisa digunakan petunjuk pertimbangan remaja, sehingga diharapkan dapat menuntun serta mengembangkan kontrol individu supaya bisa mengarahkan tendensi *shopaholic*. Seperti berbelanja karena kebutuhan saja dan tidak membeli barang karena keinginan saja, Serta Dapat menjadikan observasi tersebut dimanfaatkan argument sebagai observsi berikutnya dalam tepat terhadap kontrol diri dengan *shopaholic*. Serta bisa menganalisis mengenai aspek yang berdampak remaja pada kecenderungan shopaholic serta fase kontrol dirinya. Dapat juga diteliti perbedaan antara responden laki-laki dan perempuan mengenai tingkat shopaholic dan kontrol dirinya. Saran (1) Bagi Remaja yaitu dari penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi bagi remaja, sehingga diharapkan dapat melatih dan meningkatkan kontrol dirinya agar dapat mengendalikan kecenderungan *shopaholic*. (2) Bagi Peneliti Selanjutnya yaitu dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang terkait dengan kontrol diri dan *shopaholic*. Serta dapat meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi remaja dalam kecenderungan shopaholic dan tingkat kontrol dirinya. Dapat juga diteliti perbedaan antara responden laki-laki dan perempuan mengenai tingkat shopaholic dan kontrol dirinya.

Referensi

- Abu, Ahmadi. (2007). Psikologi Sosial. Jakarta: Rineka Cipta.
Afandi, A., & Hartati, S. (2017). Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir ditinjau dari Kontrol Diri. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 123-130
Agus Santoso. (2010). Studi *Deskriptif Effect Size* Penelitian-Penelitian Di Fakultas Psikologi Universitas

- Sanata Dharma. Jurnal Penelitian. 14(1)
- Anwar Hidayat. 2017. "Penjelasan Teknik Sampling Dalam Penelitian". Statistikian. <https://www.statistikian.com/2017/06/teknik-sampling-dalam-penelitian.html>
- Anwar, Saifuddin, 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- A.S, Munandar (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI
- Alwisol (2009). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press
- Ahmad, Rauf (2009). *Journal Consumers*. New York: Mc.
- A'yun, A. Q. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Online shop (Studi pada Mahasiswa PGSD UNUSA). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 72–91.
- Andiani, J. D. (2020). *konsumtif produk korea pada komunitas kloss community di surabaya skripsi Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1)*.
- Anggreini, R., Mariyanti, S., Psikologi, F., & Esa, U. (n.d.). *hubungan antara kontrol diri pada perilaku konsumtif*.
- Antara, H., Diri, K., Putra, U., & Yptk, I. (2021). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*. 23(1), 185–194.
- Antonides, G. & Raaij, W. F. (1998). *Consumer behavior: A European perspective*. England: Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Arisandy, D., & Hurriyati, D. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang Yang Melakukan Belanja Online. *Prosiding SNaPP : Kesehatan (Kedokteran, Kebidanan, Keperawatan, Farmasi dan Psikologi)*, 3(1), 31-39.
- Arnawan, G. (2016). *Jurnal Sosialisasi Pendidikan Sosiologi-FIS UNM. Jurnal Sosialisasi Pendidikan Sosiologi-FIS UNM*, 3(2), 80–84
- Arnold, J.M., K.E. Reynolds. 2003. *Hedonic Shopping Motivation. Journal of Retailing*.
- Arnold P.W., Britles R.A. (1989). Soft-Sediment Marine Invertebrates of Southeast Asia and Australia.
- Averill, J.F. (1973). *Personal Control Over Aversive Stimuli and It's Relationship to Stress. Psychological Bulletin*, No. 80. P. 286-303.
- Awalia, H. (2017). *jurnal komunikasi profesional Hyperreality on Onlineshop: Shopaholic Generation in Indonesia*. 1(1), 73–92.
- Azwar. 1997. *Metode Penelitian Jilid I*. Yogyakarta: pustaka pelajar
- Borba, M. (2008). *Membangun kecerdasan moral, tujuh kebajikan utama agar anak bermoral tinggi*. Alih Bahasa: Lina Jusuf. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Brilianaza, E., & Sudrajat, A. (2022). Gaya Hidup Remaja Shopaholic dalam Trend Belanja Online di Shopee. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 6(1), 45.
- Calhoun, J.F and Accocella, J.R (1990), *Psychological of Adjusment and Human Relationship*. New York: Mc. Graw Hill Inc.
- Caplin, J.P. (2006). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Chita, R. C. M., Lydia, D., & Cicilia, P. 2015. "Hubungan Antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas SAM Ratulangi Angkatan 2011". *Jurnal e-Biomedik (eBm)*, Vol. 3, No. 1, Januari – April 2015

Keterkaitan antara kontrol diri dengan kecenderungan shopaholic terhadap remaja

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

jurnal.umk.ac.id

Internet Source

4%

2

buletin.k-pin.org

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%