

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia saat ini tengah waspada dengan penyebaran sebuah virus yang dikenal dengan virus corona. *Coronaviruses (CoV)* merupakan bagian dari keluarga virus yang menyebabkan penyakit mulai dari flu hingga penyakit yang lebih berat seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS-CoV)* and *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS-CoV)*. Penyakit yang disebabkan virus corona, atau dikenal dengan covid-19, adalah jenis baru yang ditemukan pada tahun 2019 dan belum pernah diidentifikasi menyerang manusia sebelumnya (*World Health Organization, 2019*).

Karena penularan virus corona yang sangat cepat inilah Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan virus corona sebagai pandemi pada 11 Maret 2020. Status pandemi atau epidemi global menandakan bahwa penyebaran covid-19 berlangsung sangat cepat hingga hampir tak ada negara di dunia yang dapat memastikan diri terhindar dari virus corona (Widiyani, 2020).

Virus corona merupakan pandemi yang mudah menyebar secara *contagious*. Karena itu, banyak pemimpin yang menghimbau warganya untuk melakukan *social distancing* dan isolasi untuk mencegah penularan virus penyakit ini. Dalam jaringan sosial, banyak hal dapat menyebar secara *contagious*, termasuk

virus. Dan cara untuk mencegah penyebaran makin luas adalah dengan menjalani peran sebagai isolate dalam jaringan sosial (Mona, 2020).

Peningkatan jumlah kasus corona terjadi dalam waktu singkat dan membutuhkan penanganan segera. Virus corona dapat dengan mudah menyebar dan menginfeksi siapapun tanpa pandang usia. Virus ini dapat menular secara mudah melalui kontak dengan penderita. Sayangnya hingga kini belum ada obat spesifik untuk menangani kasus infeksi virus corona atau covid-19. Karena alasan inilah pemerintah di beberapa negara memutuskan untuk menerapkan *lockdown* atau isolasi total atau karantina. Karantina menurut UU Republik Indonesia Nomor 6 tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan adalah pembatasan kegiatan dan/atau pemisahan seseorang yang terpapar penyakit menular sebagaimana ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan meskipun belum menunjukkan gejala apapun untuk mencegah kemungkinan penyebaran ke orang di sekitarnya (UU No 6 tahun 2018). Beberapa negara yang telah menerapkan *lockdown* untuk mencegah penyebaran virus corona adalah China, Spanyol, Italia, dan Malaysia. Pemerintah negara tersebut memutuskan *lockdown*, dengan menutup semua akses fasilitas publik dan transportasi. Warga dihimbau untuk tetap di dalam rumah dan mengisolasi diri, dengan harapan virus tidak menyebar lebih luas dan upaya penyembuhan dapat berjalan maksimal (Pertana , 2020).

Berkurangnya mobilitas gerak manusia pada situasi pandemi Corona dipengaruhi perasaan takut tertular, perasaan ini yang sekarang banyak dirasakan semua manusia di dunia. Virus covid-19 yang pertama kali muncul di kota Wuhan Negara Cina pada bulan desember tahun 2019, bergerak sangat cepat ke berbagai

negara, sehingga merupakan suatu pandemi. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) makna pandemi tidak ada hubungannya dengan tingkat keparahan penyakit, jumlah korban atau infeksi, lebih bermakna pada penyebaran virus yang menyebar secara cepat dan melanda seluruh negara-negara yang ada di dunia (Sitorus & Hidayat, 2020).

Pada masa pandemi covid-19 saat ini, membuat sejumlah masyarakat untuk tetap berada di rumah atau menghindari berpergian yang tidak perlu guna mencegah penularan covid-19, namun yang terjadi berkegiatan di rumah ternyata menimbulkan fenomena perilaku konsumtif atau membeli barang dengan tidak terkontrol. Semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang terus mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa yang ada (Sumarwan, 2011).

Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan kecenderungan belanja, karena berbelanja dapat dijadikan alternative untuk melepas penat dan stress akibat aktivitas sehari-hari. Manusia yang konsumtif akan rela melakukan dan pengorbankan berbagai hal agar dapat memilikinya. (Suminar & Meiyuntari, 2015) Menemukan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, prestige, kekayaan dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan.

Teori perilaku konsumen dalam penelitian ini mengaplikasikan bahwa mahasiswa dalam memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa harus berdasarkan kebutuhannya bukan berdasarkan pada keinginan. Hal ini jika diterapkan akan mencegah mahasiswa berperilaku konsumtif. Kebanyakan teori awal mengenai perilaku konsumen didasarkan pada teori ekonomi, dengan pendapat bahwa individu bertindak secara rasional untuk memaksimalkan keuntungan (kepuasan) mereka dalam membeli barang dan jasa. (Kotler & Keller, 2009). Mengatakan bahwa Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan Faktor psikologi. Keempat faktor tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam perilaku membeli atau dalam melakukan keputusan pembelian, tetapi ada sub faktor yang mempunyai peran penting dalam perilaku konsumen yaitu sub faktor social yaitu dari lingkungan keluarga dan teman sebaya, sub faktor pribadi yaitu pengendalian diri dan subfaktor psikologis dari literasi keuangan.

Penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumtif pernah dilakukan (Khairunas, 2020) dengan judul “ Bahaya *impulse buying* pada pelanggan online shop saat pandemi covid-19” Dalam karyanya yang dimuat ini menjelaskan Perilaku pembeli *impulsive* cenderung melakukan transaksi secara spontan atau mendadak. Mereka melakukan pembelian tidak dengan sesuai kebutuhan melainkan sesuai keinginan. Pada kondisi sekarang ini, belanja di rumah lebih dianjurkan karena keterbatasan yang tidak bisa bertransaksi di luar rumah.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan pada bulan November 2020 dengan beberapa mahasiswa didapatkan informasi sebagai berikut: perilaku

konsumtif terjadi karena adanya kebutuhan dan ketertarikan terhadap barang yang ingin dibeli, kemudian saat masa pandemi covid-19 ini beberapa mahasiswa masih sering melakukan pembelanjaan karena adanya hasrat dan keinginan dalam suatu barang yang diinginkan. Perilaku *consumptive buying* yang terjadi pada beberapa mahasiswa kebanyakan mengenai *fashion* atau gaya hidup yang dimulai dari sepatu, pakaian, topi, dan aksesoris lainnya sebagai pelengkap kebutuhannya. Informasi seputar *fashion* didapatkan karena adanya promosi iklan yang biasa dilihat di sosial media seperti aplikasi Instagram, Shopee, Lazada dan tiktok. Terdapat diskon besar-besaran dalam setiap minggunya di toko *online* maupun *offline* juga menjadi alasan mahasiswa dalam melakukan perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan belanja dilakukan karena adanya keinginan serta ketertarikan pada suatu barang, dan pada masa pandemi seringkali para responden masih melakukan kegiatan berbelanja salah satunya didorong karena adanya promosi serta diskon yang telah diterapkan oleh pedagang, serta beberapa responden masih selalu tergiur dengan iklan yang terpasang di sosial media. Hal ini menyebabkan bahwa perilaku konsumtif belanja pada mahasiswa di masa pandemi covid-19 ini masih terjadi.

Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup mahasiswa. Dalam perkembangannya, mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai. Mahasiswa mempresentasikan diri melalui penampilan dengan segala kondisi apapun, oleh karena itu produk *fashion* adalah hal yang paling penting. Hal ini didukung dengan penelitian sebelumnya (Anin,

Rasimin, & Atamini, 2008) menyatakan bahwa mahasiswa menggunakan produk fashion berdasarkan perasaan yang ingin diterima dalam kelompok dengan mempresentasikan diri melalui penampilan mereka. Banyaknya produk fashion dalam berbagai atribut atau pakaian yang sedang tren dengan model-model terbaru menyebabkan remaja berusaha mengikutinya karena adanya kebutuhan untuk diterima menjadi seperti orang lain yang sebaya. Penelitian ini lebih berfokus terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa pada masa pandemi covid-19, bahwa saat masa pandemi yang terbatas ini daya belanja pada mahasiswa masih tetap meningkat tidak hanya belanja *fashion* saja, tetapi produk yang seharusnya tidak dibeli menjadi terbeli karena adanya ketertarikan dan kesenangan mahasiswa pada suatu barang tersebut, serta beberapa mahasiswa tetap berbelanja di masa pandemi ini salah satunya untuk menghilangkan rasa bosan dan stress karena terlalu lama berdiam diri dirumah, hal ini sesuai dengan data yang telah didapatkan peneliti melalui hasil wawancara awal.

Terdapatnya beberapa data penelitian terkait penurunan ekonomi pada masa pandemi covid-19 saat ini salah satunya karena adanya peraturan pemerintah mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang bertujuan untuk menghimbau masyarakat agar tetap berada dirumah yang secara tidak langsung peraturan serta kondisi yang terjadi saat ini dapat mempengaruhi tinggi dan rendahnya kegiatan jual beli yang dilakukan oleh masyarakat. Selanjutnya, peneliti memilih penelitian kualitatif karena peneliti memerlukan data yang jelas dan mendalam tentang perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan mahasiswa di masa pandemi seperti saat ini, oleh karena itu peneliti harus terjun langsung ke lapangan

untuk melakukan eksplorasi terhadap objek penelitian. (Sofaer, 1999) Menyatakan bahwa penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran atau penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam. Dari permasalahan yang telah di dapatkan oleh peneliti, serta berdasarkan pemaparan di atas peneliti mengajukan rumusan masalah yaitu bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa pada masa pandemi covid-19.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa pada masa pandemi covid-19

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dilihat secara teoritis maupun praktis. berikut manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

a. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis, dimana Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi sumbangan bagi ilmuwan psikologi atau penulis, sehingga dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di bidang psikologi konsumen maupun psikologi sosial, Psikologi klinis, dan psikologi industri organisasi khususnya mengenai perilaku konsumtif pada masa pandemi khususnya bagi mahasiswa.

b. Manfaat praktis

Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, masukan, dan pemikiran mengenai gambaran perilaku konsumtif pada pihak orang tua maupun universitas, terutama pada mahasiswa yang menjadi subjek penelitian, agar dapat membuka pola berpikir dan dapat menelaah dampak positif dan negatif dari perilaku konsumtif, sehingga timbul pemikiran untuk tidak membelanjakan uangnya saat pandemi padahal-hal yang kurang penting dan hanya untuk keinginan sesaat.