

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang

Dengan adanya perkembangan teknologi kegiatan berbelanja tidak hanya dapat dilakukan secara offline saja melainkan dapat dilakukan secara *online*. Kegiatan berbelanja paling banyak digunakan adalah melalui *marketplace*. Dengan adanya *marketplace* segala sesuatu menjadi lebih mudah. Kemudahan yang didapatkan selama menggunakan *marketplace* adalah dapat mengakses toko *online* shop dalam waktu 24 jam sehari, dapat diakses dimanapun, menghemat waktu dan dapat melakukan kegiatan berbelanja tanpa harus berinteraksi langsung dengan penjual. Menurut Kotler (2011), pembelian secara *online* ini dilakukan dengan nyaman, para konsumen dapat melakukan pemesanan barang selama 24 jam sehari melalui *online*, yakni para pembeli juga dapat berinteraksi secara langsung dengan penjual guna mencari informasi dan kemudahan melakukan pembelian di tempat. Perkembangan teknologi tersebut membuat konsumen lebih sering berbelanja melalui online dibandingkan melalui offline.

Perkembangan teknologi dan informasi yang memudahkan konsumen telah memberikan perubahan signifikan terhadap perilaku individu khususnya pada kalangan mahasiswa. Apalagi dalam masa pandemi ini mengharuskan mahasiswa belajar secara *online* dan adanya anjuran pemerintah untuk menerapkan *sosial distancing* dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sebagai upaya untuk mencegah bertambahnya resiko penularan virus COVID-19. Adanya pandemi COVID-19 dan dengan diterapkannya *Sosial distancing* di Indonesia membuat pengguna aplikasi belanja *online* mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebesar 300% (*Analytic Data Advertising, 2020*).

Perubahan tersebut dapat dilihat dari keaktifan mahasiswa, dari yang sebelumnya hanya menggunakan internet sebagai komunikasi pemasaran dan pencitraan. Sebelum pandemi mahasiswa lebih cenderung memilih berbelanja di mall dan pasar daripada melalui *Marketplace* dengan alasan lebih baik melihat barang secara langsung daripada hanya melihat barang melalui hasil foto karena hal tersebut dinilai memiliki kepuasan tersendiri dalam berbelanja. Kini mahasiswa lebih memilih menggunakan *Marketplace* dikarenakan banyak kelebihan dan kemudahan yang dihasilkan.

Kelebihan dan kemudahan yang ditimbulkan dalam transaksi jual beli secara *online* melalui *marketplace* merupakan hal yang banyak dicari oleh mahasiswa. Akan tetapi dengan adanya kemudahan yang diberikan, mahasiswa dapat melakukan kegiatan pembelian secara tiba tiba atau tidak direncanakan dan juga dilakukan tanpa melakukan pertimbangan yang matang dan dengan adanya iklan - iklan menarik yang ditawarkan. Selain itu, marketplace juga menawarkan berbagai diskon yang menimbulkan keinginan mahasiswa untuk melakukan berbelanja *online* menjadi meningkat. Menurut Mouton dalam kutipan Wathani (2009) telah menemukan fakta menarik di Perancis bahwa sebanyak 4% penduduknya telah mengalami suatu peristiwa pembelian yang dilakukan secara tiba tiba dan tanpa direncanakan. Hal tersebut dapat didukung dengan pernyataan Fitri dalam kutipan Wathani (2009) bahwa sebagian masyarakat telah melakukan pembelian bukan hanya berdasarkan kebutuhannya lagi, melainkan melakukan pembelian karena ingin memenuhi hasrat yang telah timbul dalam dirinya. Kemudahan dalam langkah penggunaan marketplace baik dalam melakukan transaksi maupun cara penggunaannya sangat mendukung hal tersebut.

Keinginan yang muncul didukung dengan adanya *Marketplace* yang menawarkan langkah langkah yang mudah membuat mahasiswa lebih mudah melakukan proses pembelian barang yang diinginkan. Proses yang ditawarkan oleh marketplace yaitu memilih barang, membeli, bayar dan menerima barang.

Pada saat pelanggan akan membeli suatu barang, pelanggan harus memilih salah satu toko terpercaya dan pelanggan harus teliti saat melihat penilaian barang yang akan dibeli karena tidak semua gambar yang dipasang dalam toko tersebut sesuai dengan barang yang dijual. Selanjutnya setelah pelanggan memasukkan barang ke dalam keranjang pelanggan harus memilih salah satu metode pembayaran yang akan digunakan, metode pembayaran yang ditawarkan juga bermacam-macam diantaranya adalah bisa dilakukan melalui ATM, *M-Banking*, toko ritel, dan untuk pelanggan yang tidak ingin melakukan transaksi melalui itu semua bisa melakukan pembayaran melalui metode pembayaran bayar ditempat atau bisa disebut COD. Hanya perlu terhubung dengan koneksi internet untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*, kegiatan berbelanja sudah bisa dilakukan sehingga jadi lebih mudah dan menghemat waktu. Aspek kepraktisan dan kelebihan ini membuat konsumen menjadi tertarik untuk berbelanja melalui marketplace, khususnya dalam kalangan mahasiswa.

Sebagian mahasiswa memiliki karakteristik yang lebih labil dan mudah terpengaruh dengan gaya hidup yang semakin berkembang. Gaya hidup merupakan pola hidup individu yang diekspresikan dalam minat, opini, dan aktivitas. Selain itu gaya hidup individu secara umum dapat dilihat dari aktivitas sehari-hari yang mereka lakukan, apa yang mereka pikirkan segala hal di lingkungan di sekitarnya dan seberapa tinggi tingkat kepedulian terhadap lingkungan sekitar mereka dan juga apa saja yang mereka pikirkan terhadap dirinya sendiri dan dunia luar. Gaya hidup mahasiswa yang semakin berkembang contohnya adalah dalam hal berpakaian, *make up*, skincare, model hijab, sepatu, model rambut, dan beberapa kebutuhan lain. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nim (2016) yang menyatakan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang dapat dilakukan secara praktis tanpa membuang banyak waktu dan tenaga, dan dengan harga jual yang sesuai dengan kantong mahasiswa atau

bisa disebut murah. Dengan adanya kelebihan yang diberikan oleh *marketplace* menjadikan munculnya perilaku konsumtif pada beberapa mahasiswa dan merubah gaya hidup mahasiswa.

Disamping kelebihan pasti ada kekurangan, menurut Turban et al. (2015) berbelanja *online* juga memiliki banyak risiko bagi para pembeli kemudian menambahkan lima risiko yang dapat dihadapi oleh pembelian secara *online*. Risiko pertama adalah ketidaksamaan produk yang datang dengan gambar produk yang ditampilkan, hal ini sudah menjadi hal umum karena gambar yang ditampilkan pasti sudah direkayasa dengan tampilan warna yang lebih menggoda. Risiko kedua adalah rusaknya barang yang telah diterima, kemungkinan kerusakan dapat terjadi karena adanya cacat produksi maupun kesalahan saat pengiriman. Risiko ketiga adalah kesalahan dalam pengepakan yang dapat menjadikan barang yang dipesan berbeda dengan barang yang datang baik berupa warna, jumlah maupun tipe. Risiko keempat adalah tidak terkirimnya barang dengan alasan terlambat atau barang hilang. Risiko kelima adalah munculnya penipuan. Untuk meminimalisir terjadinya risiko tersebut maka pihak penjual maupun pembeli harus berhati hati lagi dalam membeli secara *online*, misalnya mengecek sekuritas bisnis *online* yang ada (Widiyanto & Prasilowati, 2013).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan hal penting yang harus dikembangkan dalam setiap diri individu. Dengan adanya kontrol diri maka dapat membantu individu dalam mengendalikan perilakunya saat mengambil keputusan pembelian, salah satunya adalah mempertimbangkan barang yang akan dibeli. Menurut (Chita et al., 2015) Jika individu memiliki tingkat kontrol diri yang rendah maka sering kali akan mengalami kesulitan dalam menentukan konsekuensi atas tindakan yang telah mereka lakukan, sedangkan jika individu memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi akan lebih memperhatikan tingkah laku yang tepat untuk mereka lakukan dalam berbagai situasi atau kondisi. Pengendalian diri (*self*

*control*) akan membawa pengaruh positif, salah satunya adalah mahasiswa akan mampu menata keuangan yang mereka miliki dengan membelanjakan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan akan lebih memiliki percaya diri terhadap penampilan apa adanya yang mereka miliki (Anggraini, 2019).

Untuk mencegah terjadinya resiko yang ada mahasiswa diperlukan memiliki kontrol diri yang baik dalam menggunakan marketplace. Menurut Syamsul bachri (2010) Individu yang mempunyai kemampuan kontrol diri akan mengambil keputusan dan membuat tindakan yang efektif untuk menghasilkan hal yang mereka inginkan dan menghindari akibat yang tidak mereka inginkan.

Mahasiswa cenderung memiliki gaya hidup yang mudah terpedaya hasrat belanja yang berlebihan sehingga dapat menimbulkan peningkatan penggunaan marketplace yang berlebihan. Pada akhirnya akan membuat mereka jauh dari pencapaian keuangan yang sehat sesuai harapan. Menurut Indrianawati & Soesatyo (2015) mengatakan bahwa kebutuhan penggunaan marketplace dapat diminimalisir dengan adanya kontrol diri. Hal ini dikarenakan kontrol diri dapat mengatur gaya hidup dengan keinginan belanja yang berlebih. sehingga mahasiswa dapat memenuhi kebutuhannya namun tetap menjaga keuangannya agar tetap stabil dan mengatur kebutuhan penggunaan marketplace yang berlebihan.

## **1.2. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup mahasiswa (Mahasiswa STIE Malangkecewara Angkatan 2018 Prodi Manajemen dan Akuntansi) berpengaruh terhadap penggunaan *marketplace* ?

2. Apakah keterlibatan kontrol diri memperkuat pengaruh gaya hidup mahasiswa (Mahasiswa STIE Malangkecewara Angkatan 2018 Prodi Manajemen dan Akuntansi) terhadap penggunaan *marketplace* ?

### **1.3. Tujuan penelitian**

Dengan adanya beberapa perumusan masalah diatas dapat disebutkan bahwa tujuan penelilan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup mahasiswa (Mahasiswa STIE Malangkecewara Angkatan 2018 Prodi Manajemen dan Akuntansi) terhadap penggunaan *marketplace*.
2. Untuk mengetahui keterlibatan kontrol diri memperkuat pengaruh gaya hidup mahasiswa (Mahasiswa STIE Malangkecewara Angkatan 2018 Prodi Manajemen dan Akuntansi) terhadap penggunaan *marketplace*.

### **1.4. Manfaat penelitian**

a. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dan pemahaman supaya mahasiswa dapat mengetahui keterlibatan kontrol diri memperkuat pengaruh gaya hidup mahasiswa (Mahasiswa STIE Malangkecewara Angkatan 2018 Prodi Manajemen dan Akuntansi) terhadap penggunaan *marketplace*.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dengan mengkaji topik yang sama, akan tetapi dengan pengembangan variabel atau penyajian variabel yang berbeda.

c. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak universitas dan pihak pihak terkait dalam membuat program yang bertujuan untuk mengetahui

keterlibatan kontrol diri memperkuat pengaruh gaya hidup mahasiswa terhadap penggunaan *marketplace*.