

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini semakin pesat dan terus menerus mengalami kemajuan. Kreativitas manusia semakin berkembang sehingga mendorong diperolehnya temuan-temuan baru dalam teknologi yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana peningkatan kesejahteraan manusia. Salah satu produk tersebut adalah teknologi internet. Semua usia dapat menikmati internet, mulai dari anak-anak, remaja, sampai dewasa. Salah satu manfaat teknologi internet adalah sebagai sarana hiburan, yaitu untuk berbelanja. Belanja dengan menggunakan koneksi internet dikenal sebagai belanja *online*.

Internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin (Ahmadi dan Hermawan, 2013). Internet membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan praktis, bahkan saat ini proses penjualan barang dan jasa telah dilakukan lewat internet melalui toko-toko *online*. Semakin banyaknya jumlah toko *online* yang bermunculan serta penawaran-penawaran produk yang menarik akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk secara *online*, yang sering dikenal dengan belanja *online*.

Hasil penelitian (Praharjo, Ardik, 2019) Data yang diperoleh pada penelitian ini berjumlah 118 responden yang merupakan pelanggan dari toko belanja *online* Shopee. Mayoritas responden pada penelitian ini adalah perempuan berjumlah 66 orang responden (55,9%) dari 118 orang. Responden pada penelitian mayoritas berumur 27-31 tahun yang berjumlah 64 orang (54,2%). Sarjana merupakan jenjang pendidikan mayoritas pada penelitian ini dengan jumlah 64 orang responden (54,2%). Mayoritas responden membeli pada 1 bulan yang lalu dengan jumlah 51 responden (43,2%). Produk pakaian merupakan mayoritas produk yang dibeli dengan jumlah responden 45 orang (38,1%).

Perilaku belanja *online* menunjukkan angka yang cukup tinggi, dimana jumlah pengunjung toko *online* di Indonesia dapat mencapai 73% per harinya dengan kriteria pengunjung perempuan sebesar 65% dan laki-laki sebesar 35% (Forolus, 2012). Sebuah studi yang dipublikasikan di jurnal *Comprehensive Psychiatry* (2019) mencatat bahwa dari 122 orang yang mengalami '*buying-shopping disorder* (BSD) atau gangguan pembelian-belanja, 34% di antaranya juga memiliki gejala kecanduan belanja online. Para peneliti studi juga menemukan bahwa mereka yang kecanduan belanja online cenderung menderita depresi dan kecemasan. Menurut penelitian, BSD ditandai dengan kesenangan ekstrem dengan keinginan untuk membeli/berbelanja, serta keinginan yang tak tertahankan untuk memiliki barang-barang konsumsi. Pasien-pasien BSD membeli lebih banyak barang-barang konsumsi daripada yang mereka lebih mampu. Barang-barang yang dibeli juga seringkali tidak diperlukan atau tidak sering digunakan.

Remaja putri yang terlalu banyak berbelanja barang yang tidak dibutuhkan akan mengalami perilaku membeli komplusif (*compulsive buying*) yaitu keinginan komplusif untuk berbelanja dan hal ini di anggap sebagai kecanduan klinis atau gangguan kontrol implus karena individu tidak dapat mengendalikan dorongan (Black dan Kuzma, 2006). Pada penelitian yang dilakukan oleh Niu dan Wang (2009) melibatkan 331 siswa yang berusia 13-20 tahun. Dari penelitian tersebut didapat subjek yang mempunyai pekerjaan paruh waktu menunjukkan kecenderungan pembelian implusif.

Hasil penelitian Dewi (2018) didapat skor kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan koefisien korelasi bertanda negatif (-0,854) yang mengidentifikasi bahwa terdapat hubungan negative dan signifikan antara harga diri (*self esteem*) dengan kecenderungan *impulsive buying* pada remaja akhir. Hal ini berarti semakin rendah harga diri, maka semakin kecenderungan *impulsive buying* pada remaja akhir.

Pembelian produk secara *online* sangat populer hingga saat ini, tak terkecuali di kalangan pelajar. Pelajar pada umumnya sedang berada pada usia remaja. Individu yang berada pada masa pelajar rata-rata berusia 16-18 tahun dan termasuk dalam tahap perkembangan remaja pertengahan.

Perkembangan remaja ini mengindikasikan berbagai permasalahan emosional remaja disebabkan oleh dampak kasus dalam keluarga atau lingkungan sekitar remaja, diantaranya ketidakharmonisan antara anggota keluarga perselisihan dengan teman sebaya dan lain-lain. Permasalahan emosional remaja yang muncul

ialah perilaku-perilaku agresif, impulsif, mengalami gangguan perhatian seperti kurang konsentrasi, kecemasan, kehilangan harapan-harapan, dan hal-hal lainnya.

Salah satunya yaitu remaja yang senang menggunakan aplikasi media sosial. Remaja yang terlalu sering menggunakan sosial media seperti belanja *online* maka kemungkinan dapat mengganggu kestabilan emosinya. Kondisi emosi remaja sendiri masih labil, sehingga belum dapat menempatkan emosi pada tempatnya. Individu cenderung melampiaskan emosi secara sembarang, seperti sering mengeluh, tiba-tiba moodnya berubah, yang awalnya senang berubah menjadi sedih di saat barang yang dibeli dan sudah sampai tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Hasil penelitian (Utami, Candra Dewi, 2018) penggunaan sosial media dengan kestabilan emosi pada remaja, kelas 10 dan 11 di SMK 17 Agustus 1945 Surabaya diperoleh hasil ada hubungan negatif yang sangat signifikan, (z) sebesar $-7,489$ ($p=0,000$; $p<0,01$). Artinya semakin tinggi penggunaan sosial media maka kestabilan emosinya akan semakin rendah, begitupun sebaliknya jika penggunaan sosial media rendah maka kestabilan emosinya tinggi.

Hasil penelitian (Pungkasaningtyas, R, 2017) dengan mengambil responden sebanyak 178 di SMAN 20 Surabaya sebagian memiliki kestabilan emosi yang sedang yaitu sebanyak 92 (51,7%). Responden yang mempunyai kestabilan emosi yang rendah sebanyak 21 responden (11,8%) dan yang memiliki kestabilan emosi tinggi sebanyak 65 responden (36,5%).

Hasil penelitian Utomo dan Meiyuntari (2015) yakni adanya hubungan negatif antara kestabilan emosi dengan tingkat depresi. Semakin tinggi kestabilan emosi individu, maka semakin rendah tingkat depresi nya, dimana nilai koefisiensi regresi kestabilan emosi sebesar 51,1%

Remaja yang memiliki kestabilan emosi yang baik cenderung tidak akan kecanduan untuk membelanjakan secara online sehingga diperlukan penelitian secara deskriptif untuk mendapatkan distribusi frekuensi atau proporsi atau persentase dari Gambaran Tingkat Kestabilan Emosi dan Perilaku Belanja *Online* Pada Remaja di SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut “Bagaimana Gambaran Tingkat Kestabilan Emosi dan Perilaku Belanja *Online* Pada Remaja di SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor Tahun 2020 ?”

C. Tujuan

1. Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran tingkat kestabilan emosi dan perilaku belanja *online* pada remaja di SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor.

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini diantaranya:

- a. Mengetahui karakteristik remaja yang meliputi usia, suku bangsa, pendidikan orang tua, penghasilan orang tua, keluarga yang senang belanja *online* pada remaja di SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor.
- b. Mengetahui kestabilan emosi remaja di SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor.
- c. Mengetahui perilaku belanja online pada remaja meliputi jenis produk yang dibeli, dan intensitas belanja *online* di SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor.

D. Manfaat Penelitian

1. Peneliti

- a. Menambah wawasan dan pengalaman serta meningkatkan pengetahuan tentang proses dan cara-cara penelitian deskriptif.
- b. Mendapatkan gambaran penelitian tentang kestabilan emosi dan perilaku belanja *online* pada remaja di SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor.

2. Institusi Pendidikan Keperawatan Bogor

- a. Sebagai bahan bacaan bagi mahasiswa kesehatan, khususnya mahasiswa keperawatan mengenai keperawatan komunitas, khususnya data kestabilan emosi dan perilaku belanja *online* pada remaja

- b. Sebagai dasar penelitian selanjutnya dengan analisis dan metode yang lebih baik dalam bidang keperawatan komunitas di Program Studi Keperawatan Bogor.
3. Institusi (SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor)
- a. Sebagai acuan untuk guru agar dapat menilai kestabilan emosi para siswi SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor
 - b. Sebagai acuan untuk guru agar dapat menilai perilaku belanja *online* pada siswa SMA Taruna Terpadu 1 Kabupaten Bogor