

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Keluarga dapat terdiri dari ayah, ibu, dan anak atau yang biasa disebut sebagai keluarga inti. Keluarga adalah sistem, adanya sistem ini merupakan suatu kesatuan yang dibentuk oleh bagian-bagian yang saling berhubungan (Sari & Budisetyani, 2016, hlm. 284). Hubungan ini menjadi sebuah landasan dalam pembentukan kepribadian setiap individu di dalam keluarga. Orang tua memiliki tanggung jawab yang besar dalam menjamin anak-anaknya menjadi pribadi yang baik. Keluarga menjadi tempat pendidikan pertama dalam pola tumbuh kembang anak yang menjadi dasar dalam pembentukan kepribadian dan karakter anak itu sendiri. Orang tua memiliki peran penting dalam kegiatan pengasuhan dan pembinaan terhadap perilaku anaknya. Dalam perkembangan anak, orang tua berperan sebagai pemuas kebutuhan anak, tumbuh kembang anak, teladan bagi anak, dan pembentuk konsep diri dalam keluarga.

Kultur dalam setiap keluarga akan memiliki perbedaan satu dengan yang lainnya. Setiap keluarga tentu saja akan memiliki tujuan ingin membuat suasana kehidupan yang baik dan tentram sesuai dengan aturan yang dibuat dalam keluarga maupun yang ada di dalam masyarakat. Jika pengasuhan anak belum bisa dipenuhi secara baik dan benar, kerap kali akan memunculkan masalah dan konflik, baik di dalam diri anak itu sendiri maupun antara anak dengan orangtuanya, maupun terhadap lingkungannya (Rakhmawati, 2015). Dengan fungsi sosial keluarga mempunyai peran yang sangat penting dalam pembentukan individu anak yang memiliki sikap dan karakter yang baik. Keterlibatan keluarga secara aktif dalam pengasuhan anak dilaksanakan melalui fungsi keluarga itu sendiri. Keluarga memang menjadi akar dari adanya sebuah tindakan yang nantinya akan diikuti oleh seorang anak. Orang tua merupakan aktor penting dalam pembentukan sikap dan perilaku anak. Kemampuan anak dalam memahami tentang berperilaku dalam kehidupan sehari-hari akan diciptakan akibat dari berbagai faktor pendukung salah satunya yaitu peran keluarga. Sehingga segala sesuatu yang diucapkan dan diperagakan oleh keluarga dapat menjadi contoh bagi anak.

Anak usia remaja akan lebih mudah tertarik terhadap segala sesuatu yang mereka lihat termasuk dalam menentukan karakter dan kepribadiannya. Orang tua harus dapat memahami siklus anak pada usia remaja yang mana dengan segala keunikannya terdapat beberapa indikator yang dapat membuat ketertarikan anak dalam menentukan arah yang mereka sukai. Sehingga untuk anak usia remaja memang harus adanya pengawasan yang aktif dari orang tua dalam berbagai aktivitas. Keluarga sebagai lembaga sosial mempunyai sistem yang bertugas melaksanakan fungsinya untuk kesejahteraan kehidupan setiap anggota keluarga, mengatur sistem perkawinan, pengasuhan anak, pengaturan mekanisme kebutuhan biologis (Setiadi & Kolip, 2011, hlm. 289).

Dalam diri seorang anak terdapat sebuah pengendali yaitu disebut sebagai *locus of control*. Pernyataan Rotter dalam menjelaskan bahwasannya *locus of control* merupakan tindakan yang menjelaskan seseorang merasa bahwa pengendalian hidup mereka berada dalam genggaman tangan mereka sendiri (*internal locus of control*) maupun berasal pada orang atau hal lainnya (*external locus of control*) (Achadiyah & Laily, 2013). *Locus of control* ini dimaksudkan kepada seberapa besar pengaruh dari lingkungan termasuk keluarga terhadap beberapa faktor pendukung masa depan anak. Pembentukan sikap dan perilaku anak yang dilakukan oleh orang tua dengan memberikan pemahaman berupa larangan-larangan dan aturan apa saja yang harus ditanamkan dalam diri anak terkhusus usia remaja, sangat berperan efektif dalam mencegah perilaku menyimpang baik kehidupan sosial di dalam keluarga maupun di dalam lingkungan sosial masyarakat.

Di era digitalisasi yang semakin pesat dan berkembang membawa beberapa orang memanfaatkan digitalisasi ini untuk dijadikan keuntungan ekonomi. Dewasa ini, dengan berbagai kemudahan yang dapat dirasakan oleh masyarakat dalam mendapatkan kebutuhan, mengakibatkan adanya perilaku membeli barang berlebihan atau disebut sebagai perilaku konsumtif. Kini masyarakat dapat menjangkau berbagai macam kebutuhan dengan mudah hanya dengan sebuah aplikasi. Sehingga dengan adanya kemudahan ini, masyarakat kerap kali tidak dapat mengontrol daya beli yang semestinya. Konsumsi ini juga dilakukan oleh anak usia remaja dimana pada situasi sekarang ini dengan kemudahan yang dimiliki, siswa dapat dengan mudah memperoleh fasilitas yang diinginkannya dari orang tua

mereka secara digital. Ini menjadi sebuah masalah terlebih bila tidak ada batasannya. Berbagai faktor pendorong terjadinya perilaku konsumtif yang dilakukan anak memang menjadi tugas dari orang tua untuk mencegahnya dengan memberikan penguatan akan *locus of control* dalam diri anak. Kemudahan yang disediakan oleh beberapa layanan perusahaan online pun semakin digeluti oleh berbagai kalangan termasuk anak-anak usia remaja. Kecanggihan dan kemudahan inilah membawa alur pola konsumsi yang meningkat dan menjadi masalah besar bila tidak ada pencegahannya. Berbagai macam perubahan dalam kehidupan pada masa digitalisasi ini, akan semakin banyak pula permasalahan terhadap aspek kehidupan masyarakat salah satunya yaitu perilaku konsumtif berlebih.

Di tengah adanya wabah *Coronavirus disease-19* atau Covid-19 ini, selain banyaknya masalah penyakit namun, munculah permasalahan yang banyak disepelekan oleh masyarakat yaitu permasalahan dalam membeli barang. Di tengah rendahnya tingkat perekonomian masyarakat akibat dampak dari Covid-19 ini, banyak masyarakat yang kehilangan mata pencahariannya diakibatkan daya beli pasar global menurun sehingga banyak di antara perusahaan-perusahaan malah gulung tikar karena melemahnya ekonomi. Dengan adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di masa pandemi seperti ini memang banyak terjadi sebuah problematika terhadap daya beli masyarakat. Di sisi lain, pendapatan menjadi sedikit namun tingkat daya beli untuk sebagian masyarakat semakin meningkat menggunakan aplikasi online. Dari sinilah muncul indikator yang memang menjadi penentu adanya perilaku konsumtif di masa pandemi. Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan dikategorikan menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal yang meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, serta demografi sedangkan faktor internal antara lain meliputi motivasi, harga diri, gaya hidup serta konsep diri (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Kebijakan pemerintah dalam mengurangi penyebaran virus dengan menerapkan kebijakan bekerja, belajar dan beribadah di rumah menyebabkan masyarakat kini menggunakan teknologi dalam berbelanja yaitu dengan cara membeli online. Permasalahan yang muncul dalam hal ini adalah peran orang tua sebagai *locus of control* dengan perilaku konsumtif anak usia remaja. Permasalahan

ini akan sangat berbahaya dan dapat menciptakan pola yang mengikat kepada perilaku anak dalam berbelanja. Sehingga dengan adanya tindakan konsumtif berlebih dalam kurun waktu yang lama menyebabkan pola konsep diri atau *locus of control* yang tidak sesuai dalam berperilaku yang baik. Terdapat beberapa survei yang dilakukan oleh beberapa lembaga survey menurut hasil survei Global Consumer Insights 2020 PricewaterhouseCoopers (PwC) bertajuk "*Before and After the Covid-19 Outbreak*" mengungkapkan bahwa dalam hal pengeluaran, lima besar peningkatan belanja konsumen Indonesia adalah produk kesehatan (77%), bahan makanan (67%), hiburan & media (54%), pengambilan atau pengiriman makanan (47%), dan perbaikan rumah atau berkebun (32%). Meskipun 65% konsumen Indonesia mengalami penurunan pendapatan rumah tangga, tetapi angka 64% konsumen Indonesia optimis tentang masa depan dan akan menghabiskan lebih banyak pendapatan rumah tangga mereka.

Dari kenyataan di lapangan sesuai kita dapat melihat bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anak usia remaja pada masa pandemi semakin meningkat di tengah perekonomian yang menurun diakibatkan oleh beberapa faktor pendorong terjadinya minat belanja online. Kemudahan dalam mengakses situs *e-commerce*, banyaknya promo-promo menarik yang ditawarkan, dan meningkatnya waktu berdiam diri di rumah sehingga waktu untuk membuka situs belanja online semakin meningkat menjadi sebuah faktor yang menentukan intensitas anak usia remaja melakukan perilaku konsumtif. Dalam kenyataan di lapangan perilaku konsumtif yang menonjol pada anak usia remaja di masa pandemi lebih gemar membeli produk-produk yang memiliki promo yang besar dan kerap kali anak usia remaja lebih sering membeli makanan melalui aplikasi online secara berlebihan karena tergiur oleh diskon yang besar sehingga mereka melupakan nilai kebermanfaatannya. Menurut Baudrillard menjelaskan bahwa mengenai masyarakat konsumsi dengan melihat gejala globalisasi yang semakin marak terjadi di seluruh bagian dunia (Martono, 2018). Anak usia remaja kenyataannya akan sangat mudah terpengaruh terhadap keunikan yang ditawarkan oleh aplikasi belanja online yang kemudian banyak pelaku usaha *e-commerce* memanfaatkan peluang usaha dengan memasukan promo-promo dan istilah-istilah belanja online seperti

halnya hari belanja online nasional (Harbonas) dengan mengikuti tanggal-tanggal yang mudah di ingat masyarakat.

Di sisi lain peran orang tua sebagai *locus of control* yang diharapkan dapat mampu mencegah perilaku konsumtif dengan memberi pengetahuan, sosialisasi dan perhatian penuh kepada anak. Bentuk kasih sayang yang tercipta oleh orang tua akan menjadi sebuah peniruan bagi anak dalam *locus of control* dalam diri anak. Sehingga penguatan berupa psikis anak akan sangat dibutuhkan dalam mencegah perilaku konsumtif. Kenyataan di lapangan juga menggambarkan adanya permasalahan lain dalam hal ini anak menjadi boros dan terus meminta uang kepada orang tua agar barang yang diinginkan dapat tercapai. Maka setiap alokasi yang tersebut dapat dijalankan sesuai dengan peran yang dijalankan pada suatu keluarga, baik itu sebagai ayah, ibu ataupun anak. Sehingga permasalahan yang terjadi pada belanja online yang menunjukkan perilaku konsumtif pada siswa bukan hanya sebatas berperilaku konsumtif karena kebutuhan namun ada faktor lain yang menunjukkan adanya pendukung siswa melakukan belanja online berlebih. Sejalan dengan pendapat dari pandangan teori konsumsi menurut Baudrillard menjelaskan bahwa kini masyarakat konsumsi tidak hanya mengonsumsi nilai kebergunaan barang, akan tetapi untuk membeli makna, simbol, atau tanda yang melekat dalam barang (Martono, 2018).

Berdasarkan uraian-uraian masalah yang peneliti paparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Keluarga Sebagai *Locus Of Control* Dalam Mencegah Perilaku Konsumtif Pada Belanja Online Di Masa Pandemi (Studi Deskriptif Siswa Kelas XI SMA Kartika XIX- 3 Bandung)”.

1.2.Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dipaparkan peneliti di atas, maka rumusan masalah pokok dalam penelitian ini adalah ”Bagaimana peran keluarga sebagai *locus of control* dalam mencegah perilaku konsumtif pada belanja online di masa pandemi?”. Dari rumusan masalah pokok tersebut terdapat beberapa sub pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anak usia remaja pada belanja online di masa pandemi ?

2. Bagaimana hambatan orang tua sebagai *locus of control* dalam mencegah perilaku konsumtif anak di masa pandemi ?
3. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan orang tua sebagai *locus of control* dalam mencegah perilaku konsumtif anak pada belanja online ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan pokok dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran umum mengenai “Peran Keluarga Sebagai *Locus Of Control* Dalam Pencegahan Perilaku Konsumtif Belanja Online (Studi Deskriptif Siswa Kelas XI SMA Kartika XIX- 3 Bandung)”. Selanjutnya, terdapat beberapa tujuan penelitian secara mendalam untuk menjawab permasalahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami bentuk perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anak usia remaja pada belanja online di masa pandemi.
2. Untuk mengidentifikasi hambatan orang tua sebagai *locus of control* dalam mencegah perilaku konsumtif anak di masa pandemi.
3. Untuk mengidentifikasi upaya yang dapat dilakukan orang tua sebagai *locus of control* dalam mencegah perilaku konsumtif belanja online.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoretis

Manfaat secara teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dan pemikiran di bidang keilmuan sosiologi, terutama dalam kajian sosiologi keluarga mengenai peran keluarga dalam menciptakan *locus of control* dalam diri anak agar terhindar dari perilaku menyimpang. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan di masa yang akan datang serta dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan baru mengenai peran orang tua sebagai *locus of control* dalam mencegah perilaku konsumtif pada belanja online di masa pandemi.

Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis penelitian pada dasarnya dapat diperoleh setelah melaksanakan kegiatan penelitian, yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti, penelitian yang mengangkat permasalahan mengenai “Peran Keluarga Sebagai *Locus Of Control* Dalam Mencegah Perilaku Konsumtif Pada Belanja Online (Studi Deskriptif Siswa Kelas XI SMA Kartika XIX- 3 Bandung)”. Dapat menambah sumber peneliti berkaitan dengan keilmuan sosiologi keluarga tentang pembagian peran keluarga termasuk kepada pemahaman *locus of control* dalam diri berkaitan dengan keluarga agar dapat dijadikan acuan untuk penelitian di masa yang akan datang;
- b. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bahan informasi untuk menambah beberapa pengetahuan terkait peran keluarga sebagai *locus of control* dalam mencegah perilaku konsumtif;
- c. Bagi anak atau siswa, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi siswa dalam menjaga sikap dan keterampilan dalam menjaga perilaku konsumtif;
- d. Bagi Keluarga, dengan adanya penelitian ini diharapkan orang tua dapat memahami beberapa strategi peran keluarga dalam menciptakan karakter dan perilaku anak melalui penguatan *locus of control* atau *locus* kendali anak untuk menghindari perilaku yang tidak sesuai;
- e. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan terhadap pemikiran masyarakat dalam mencegah terjadinya perilaku konsumtif baik di ruang lingkup keluarga maupun masyarakat;

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini menuliskan isi dari setiap bab dan sub bab yang ada dalam penulisan skripsi ini. Sistematika penulisan dalam penyusunan skripsi ini meliputi lima bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Terdapat lima sub-bab yaitu latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka

Bagian kajian pustaka akan menguraikan dokumen-dokumen atau data-data yang berkaitan dengan fokus penelitian, dan teori-teori

yang mendukung dalam penelitian yang dilakukan yaitu mengenai Peran Keluarga Sebagai *Locus Of Control* Dalam Mencegah Perilaku Konsumtif Pada Belanja Online Di Masa Pandemi (Studi Deskriptif Siswa Kelas XI SMA Kartika XIX- 3 Bandung).

BAB III : Metode Penelitian

Bagian ini merupakan bagian bagaimana peneliti merancang alur penelitiannya dari mulai pendekatan penelitian yang digunakan, tahapan-tahapan pengumpulan data yang dilakukan, sampai dengan langkah-langkah analisis data yang dijalankan.

BAB IV : Temuan dan Pembahasan

Bab ini menyampaikan dua hal utama, yakni (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan (2) pembahasan temuan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya kemudian dibahas berdasarkan teori struktural fungsional dalam mendukung hasil temuan pada penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut.