

**PERAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU BELANJA
ONLINE PADA IBU-IBU DI DESA BERINGIN JAYA
KECAMATAN BAEBUNTA SELATAN
KABUPATEN LUWU UTARA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) pada Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam Fakultas
Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh

RAUDHATUL JANNAH. R
19 0103 0062

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

**PERAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU BELANJA
ONLINE PADA IBU-IBU DI DESA BERINGIN JAYA
KECAMATAN BAEBUNTA SELATAN
KABUPATEN LUWU UTARA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) pada Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam Fakultas
Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri Palopo*



Oleh

RAUDHATUL JANNAH. R
19 0103 0062

Pembimbing:

- 1. Dr. Subekti Masri, S.Sos.I., M.Sos.I**
- 2. Jumriani, S.Sos., M.I.Kom**

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Raudhatul Jannah. R**

NIM : 19 0103 0062

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Program Studi : Bimbingan Konseling Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 08 Septembar 2025

Yang membuat pernyataan,



RAUDHATUL JANNAH. R

NIM. 19 0103 0062

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul ‘Peran *Self Control* Terhadap Perilaku Belanja *Online* Pada Ibu-Ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara’ yang ditulis oleh Raudhatul Jannah. R, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0103 0062, mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwa Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 26 Agustus 2025 miladiyah bertepatan dengan 02 Rabiul Awal 1447 H telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

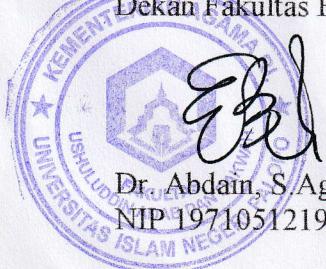
Palopo, 08 September 2025

TIM PENGUJI

1. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.	Ketua Sidang	(
2. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom.	Penguji I	(
3. Saifur Rahman, S.Fil.I., M.Ag.	Penguji II	(
4. Dr. Subekti Masri, M.Sos.I.	Pembimbing I	(
5. Jumriani, S.Sos., M.I.Kom.	Pembimbing II	(

Mengetahui:

a.n Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas FUAD



Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.
NIP 197105121999031002



Abdul Mutakabbir, S.Q., M.Ag.
NIP 199007272019031013

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى أَلِيهِ وَآصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ.

أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Peran *Self Control* Terhadap perilaku Belanja Online pada Ibu-Ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara” setelah melalui proses yang panjang. Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat, dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana sosial dalam bidang Bimbingan dan Konseling Islam pada Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga, penghargaan yang setinggi-tingginya dan yang teristimewa penulis ucapkan kepada kedua orang tua tercinta yakni Ayahanda Raning. SP, cinta pertamaku dan Ibunda Harni, S.Pd.I., pintu surgaku. Terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberi yang terbaik kepada penulis, mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik,

membimbing dan selalu memberi kasih sayang yang tak terhingga dan tulus, motivasi, dukungan serta mendoakan penulis dalam keadaan apapun agar penulis mampu bertahan dan melangkah setapak demi setapak dalam meraih mimpi di masa depan. Beserta saudara saudari Nur' Fadilah Raning dan Abdul Ra'uf Raning yang penulis sayangi dan banggakan telah membantu, menyemangati, dan tak hentinya mendoakan penulis agar dimudahkan segala urusan penulis, mudah-mudahan Allah swt mengumpulkan kita semua di surga-Nya kelak. Tak lupa pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. Rektor UIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II, dan III UIN Palopo.
2. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Palopo beserta Bapak Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN Palopo.
3. Abdul Mutakabbir, SQ., M.Ag. Ketua Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam dan Harun Nihaya, S.Pd., M.Pd. Sekertaris Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam di UIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Dr. Masmuddin, M.Ag. Dosen Penasehat Akademik
5. Dr. Subekti Masri, S.Sos.I., M.Sos.I dan Jumriani, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.

6. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom. dan Saifur Rahman, S.Fil.I., M.Ag. penguji I dan dosen penguji II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di UIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam UIN Palopo angkatan 2019 (khususnya kelas B), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah swt selalu mengarahkan hati kepada perbuatan baik dan menjauhi kemungkaran Aamiin. Peneliti juga berharap agar skripsi ini nantinya dapat bermanfaat dan bisa menjadi referensi bagi para pembaca. Kritik dan saran yang sifatnya membangun juga penulis harapkan guna perbaikan penulisan selanjutnya.

Palopo, 17 September 2025
Yang membuat pernyataan,

Raudhatul Jannah. R
NIM. 19 0103 0062

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Pedoman Transliterasi Arab-Latin pada penulisan skripsi ini mengacu pada hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor:158 Tahun 1987 dan Nomor:0543b/U/1987 dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	‘sa	‘s	es (dengan titik atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	‘zal	‘z	zet (dengan titik atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik bawah)
ض	,dad	ḍ	de (dengan titik bawah)
ط	.ta	ṭ	te (dengan titik bawah)
ظ	.za	ẓ	zet (dengan titik bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbaik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ī	<i>fathah</i>	A	A
ᬁ	<i>Kasrah</i>	I	I
ጀ	<i>dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ء	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
ء	<i>fatḥah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كِيفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *haura*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ڻ . ڻ .. . ڻ ..	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
ڻ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	i dan garis di atas

لُو

dammah dan *wau*

Ū

u dan garis di atas

مات	: <i>māta</i>
رمى	: <i>ramā</i>
قليل	: <i>qīlā</i>
يَمُوتُ	: <i>yamītu</i>

4. *Tā'marbūtah*

Transliterasi untuk *tā'marbūtah* ada dua, yaitu: *tā'marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *tā'marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'marbūtah* itu transliterasinya dengan ha (ha).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>rauḍahal-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnahal-fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. *Syaddah* (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ׁ), dalam translitersi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُّعَمَّ	: <i>nu 'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahulukan oleh huruf *kasrah* (سِسِّيَّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

علیٰ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam *ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الْزَلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (*al-zalzalah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādū*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta 'murūna*

النَّفْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai 'un*

أُمْرٌثُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang suadah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarhal-Arba'īnal-Nawāwī

RisālahfīRi'āyahal-Maṣlahah

9. *Lafzal-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului pertikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfiyah* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ دِينُ اللهِ *dīnūllāh*

Adapun *tā' marbūtahdi* akhir kata yang disandarkan kepada *lafzal-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fī rāḥmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tmpat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat.

Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukun huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku

untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'alinnāsi lallażī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fihi al-Qur'ān

Naşīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naşr Hāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maşlahah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naşr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naşr Hāmid (bukan: Zaīd Naşr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	: <i>subḥānahūwata 'ālā</i>
saw.	: <i>ṣallallāhu 'alaihi wasallam</i>
as	: <i>'alaihi al-salām</i>
H	: Hijrah
M	: Masehi
SM	: Sebelum Masehi
W	: Wafat tahun

QS.../... : QS Muhammad/47:36
HR : Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
PODOMAN LITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 9
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
B. Deskripsi Teori.....	12
C. Kerangka Pikir	30
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
B. Subjek dan Objek Penelitian	33
C. Fokus Penelitian	34
D. Definisi Istilah.....	34
E. Desain Penelitian	35
F. Data dan Sumber Data	36
G. Instrumen Penelitian	37
H. Teknik Pengumpulan Data.....	37
I. Pemeriksaan Keabsahan Data	39
J. Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
B. Hasil Penelitian	45
C. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR PUSTAKA.....

70

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat QS. Al-Isra /17:26-27	28
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Presentase Perkembangan Penduduk	41
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk Perdusun di Desa Beringin Jaya.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pikir	31
Gambar 1.2 Struktur Desa Beringin Jaya.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Persuratan
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 Data Informan Penelitian
- Lampiran 4 Dokumentasi
- Lampiran 5 Riwayat Hidup

ABSTRAK

Raudhatul Jannah. R, 2025. “*Peran Self Control terhadap Perilaku Belanja Online pada Ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara.*” Skripsi Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Subekti Masri dan Jumriani.

Skripsi ini membahas tentang peran *self control* terhadap perilaku belanja online pada ibu-ibu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku belanja online, faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online dan peran *self-control* terhadap perilaku belanja online. Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) karena data yang dipetoleh berdasarkan pada fakta yang ada dilapangan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, sampel yang digunakan berjumlah jumlah 7 informan yang masuk dalam kriteria tertentu. Jika dilihat dari tujuannya maka penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan readuksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa subjek menganggap belanja secara *online* memudahkan mereka dalam memilih produk tanpa harus meninggalkan rumah, adapun faktor yang mempengaruhi yaitu, faktor internal yaitu adanya motivasi, kemudahan informasi yang diperoleh, faktor kesehatan, dan faktor psikologi dan faktor eksternal ialah dorongan anggota keluarga, tetangga atau keluarga, iklan di media sosial, efisiensi waktu dan biaya, serta perkembangan budaya yang saat ini mempengaruhi ibu-ibu untuk mengikuti *trend* belanja online. Peran *self-control* yang paling dominan adalah ketika ibu-ibu berbelanja ibu-ibu mampu mengontrol dirinya terkait dengan kontrol keputusan, dengan *self-control* yang baik dapat menghindarkan ibu-ibu dari penyimpangan perilaku sekaligus mudah menyesuaikan diri, menghadirkan ibu-ibu dari penyimpangan perilaku sekaligus mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan

Kata Kunci: Ibu-ibu, *Self Control*, Perilaku Belanja *Online*

Diverifikasi oleh UPB



ABSTRACT

Raudhatul Jannah R., 2025. *"The Role of Self-Control on Online Shopping Behavior among Mothers in Beringin Jaya Village, South Baebunta District, North Luwu Regency."* Thesis of Islamic Guidance and Counseling Study Program, Faculty of Ushuluddin, Adab, and Da'wah, Universitas Islam Negeri Palopo. Supervised by Subekti Masri and Jumriani.

This thesis discusses the role of self-control in online shopping behavior among mothers. The study aims to explore online shopping behavior, identify the factors influencing it, and examine the role of self-control in shaping such behavior. This research is categorized as field research, as the data were obtained directly from real-life situations. The sampling technique applied was purposive sampling, involving seven informants who met specific criteria. In terms of purpose, the study employed a qualitative approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the subjects perceive online shopping as convenient, allowing them to select products without leaving home. The factors influencing their behavior include internal factors such as motivation, ease of access to information, health considerations, and psychological aspects; and external factors such as encouragement from family or neighbors, social media advertising, time and cost efficiency, and cultural developments that promote online shopping trends. The most dominant role of self-control is reflected in mothers' ability to regulate decision-making while shopping. Good self-control enables them to avoid behavioral deviations and to adapt easily to their social environment.

Keywords: Mothers, Self-Control, Online Shopping Behavior

Verified by UPB



الملخص

روضة الجنة ر.، ٢٠٢٥. "دور ضبط النفس في سلوك التسويق الإلكتروني لدى الأمهات في قرية برينغين جايا بناحية بابيونتا الجنوبية بمحافظة لفوف الشمالية". رسالة جامعية في برنامج دراسة الإرشاد والتوجيه الإسلامي، كلية أصول الدين والآداب والدعوة، جامعة بالوبو الإسلامية الحكومية. بإشراف سوبكتي ماسري وجرياني.

تتناول هذه الرسالة دور ضبط النفس في سلوك التسويق الإلكتروني لدى الأمهات. وتحدف إلى معرفة كيفية السلوك في التسويق عبر الإنترن特، والعوامل المؤثرة فيه، وكذلك دور ضبط النفس في هذا السلوك. نوع البحث هو البحث الميداني لأن البيانات تم الحصول عليها بناءً على الواقع الموجودة في الميدان. وتم استخدام أسلوب العينة المادفة، حيث بلغ عدد العينة سبع مستجيبات وفق معايير محددة. ومن حيث المدف، فإن هذا البحث نوعي. جُمعت البيانات باستخدام الملاحظة والمقابلة والتوثيق. أما تحليل البيانات فقد تم من خلال اختزال البيانات، وعرضها، واستخلاص النتائج. وتوصلت النتائج إلى أن الأمهات يعتبرن التسويق الإلكتروني وسيلة لاختيار المنتجات دون الحاجة إلى مغادرة المنزل. أما العوامل المؤثرة فهي: عوامل داخلية، وهي الدافع، وسهولة الحصول على المعلومات، والحالة الصحية، والجوانب النفسية؛ وعوامل خارجية، وهي تشجيع أفراد الأسرة والجيران، والإعلانات في وسائل التواصل الاجتماعي، وكفاءة الوقت والتكلفة، بالإضافة إلى التطورات الثقافية التي تؤثر على الأمهات متابعة موضة التسويق الإلكتروني. ويظهر دور ضبط النفس الأكثر بروزاً عندما تستطعن الأمهات التحكم في قراراتهن أثناء التسويق؛ ففضل ضبط النفس الجيد يتمكن من تجنب الانحرافات السلوكية، وسهولة التكيف مع البيئة، والتصرف بطريقة أكثر وعيًا.

الكلمات المفتاحية: الأمهات، ضبط النفس، السلوك الاستهلاكي الإلكتروني

الـ لغةـ طـ وـ رـ وـ دـ قـ بـ لـ مـ تـ حـ قـ دـ مـ



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era Globalisasi merupakan perubahan global yang melanda seluruh dunia. Keadaan dunia saat ini tentunya berbeda dengan keadaan terdahulu. Perubahan tersebut sesungguhnya juga terjadi dengan pola hidup masyarakatnya di kemudian hari. Modernisasi telah banyak merubah dimana kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (*life style*). Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia moderen, atau yang biasa disebut modernita.¹

Jumlah pengguna belanja online di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada tahun 2022. Angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 12,79% jika dibanding dengan tahun sebelumnya yang sebanyak 158,65 juta pengguna. Jika melihat tren saat ini, pengguna belanja onlinedi Indonesia diprediksikan akan terus mengalami peningkatan hingga mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023. Statistika juga memperkirakan bahwa jumlah pengguna *belanja onlinedi* dalam negeri mencapai 244,67 juta orang pada tahun 2027 mendatang. Menurut Bank Indonesia (BI) nilai transaksi belanja online di Indonesia sebesar Rp. 476,3 triliun pada 2022. Nilai itu didapatkan dari 3,49 miliar transaksi di

¹Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007. hal

belanja online sepanjang tahun lalu. Nilai tersebut masih bisa naik sebesar 20% hingga mencapai Rp 572 triliun pada tahun 2023. Faktor yang mendasari ini adalah terus meningkatnya internet nasional yang juga menjadi pendukung tumbuhnya bisnis belanja online di masa depan.²

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor belanja online di Indonesia telah tumbuh hingga 17% dalam 10 tahun terakhir, dengan jumlah total perusahaan belanja online mencapai 26,2 juta unit. Sementara itu pada tahun 2018, online shop di Indonesia mencatat pertumbuhan yang sangat cepat dan diperkirakan akan terus tumbuh dengan meningkatnya jumlah pengusaha dan mikro kecil dan menengah (UMKM) di negara ini.³

Belanja online amat populer di kalangan masyarakat. Belanja online melalui internet adalah tahap membeli barang melalui orang yang berjualan menggunakan internet. Kebanyakan masyarakat mengenal istilah belanja online, bahkan dari kalangan masyarakat, bukan hanya para orang dewasa bahkan para ibu-ibu sudah pandai menggunakan aplikasi yang beredar luas di masyarakat yaitu aplikasi belanja online.⁴

Era moderen saat ini, masyarakat tidak dapat terpisahkan oleh internet. Partisipasi masyarakat dapat menyebabkan masyarakat memanfaatkan berbagai

²Jumlah data pengguna *belanja onlinedi* Indonesia yang mengalami peningkatan yang sangat tinggi <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5447108/> masih dianalisis-pengguna-e-commerceIndonesia-capai-196-juta-di-2023, (Diakses pada 27 Januari 2024).

³Desi Solihin, “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promoasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada online shop Mikaylaku dengan Minat Beli Sebagai variabel Intervening.” *Jurnal Mandiri*, 2020. vol 4,no 1, h, 39.

⁴Ekna Satriyati, “*Pola Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Di Era Pandemi Covid-19.*” CV Literasi Abadi, 2021. h.44.

fasilitas yang disediakan oleh internet termasuk dalam hal berbelanja online. Tahun ke tahun masyarakat ini semakin tertarik dan minat dengan berbelanja secara *online* yang dimana hal itulah bisa membuat masyarakat rela menghabiskan waktunya untuk melihat barang yang ada di *marketplace* tersebut. Membeli barang tanpa melihat kegunaan tersebut karena adanya promo atau voucher dan hal ini mengakibatkan masyarakat menjadi lebih tertarik untuk membeli barang-barang itu tanpa memperdulikan manfaat akan barang tersebut penting atau tidak.⁵

Belanja online telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Belanja online yang tadinya hanya dikenal di kota-kota besar sekarang menjadi sangat populer di pedesaan dan kota-kota kecil, seperti yang telah terjadi di Desa Beringin Jaya. Berawal pada masa pandemi yang mengharuskan masyarakat yang berada di rumah saja membuat belanja online menjadi sangat disukai oleh masyarakat di Desa, awalnya hanya belanja onilne satu dua kali sampai akhirnya berkali-kali. Permasalahan ini sering terjadi pada kalangan ibu rumah tangga dan remaja yang memiliki perilaku belanja online.⁶ Nasilla Putri beranggapan bahwa gaya hidup yang ditakutkan adalah gaya hidup konsumtif. Konsumtifisme adalah berkonsumsi dengan tidak lagi atas pilihannya yang rasional berdasarkan kebutuhan, tetapi memperturutkan keinginannya.⁷ Sedangkan konsumtif merujuk

⁵Nasilla putri Agustin, *Online Shopping Habit Sebagai Budaya Masyarakat Modern*. Studi Kasus Masyarakat Era Digital. vol 6, no 1, 2023.

⁶Putri Salsabilah, *Teknik Self Management Dengan Terapi Syukur Untuk Mengatasi Shopaholic Online Pada Masyarakat Di Desa Negara Ujung Karang Lampung Utara*, Sep 2022.

⁷Hermawan Kartajaya, *Anxieties / Desires*. Gramedia Pustaka Utama, 2013. h. 143

kepada sikap pembeli yang menggunakan nilai uang lebih besar dari nilai produksi untuk membeli barang dan jasa untuk kebutuhan non-dasar.

Belanja online memiliki beberapa dampak positif yang dapat dirasakan bagi penggunanya. Pertama, pembeli tidak perlu keluar rumah ataupun pergi ketempat berbelanja, yang dibutuhkan hanya memesan barang tersebut kemudian barang tersebut akan diantarkan ke rumah. Kedua, pembeli dapat menghemat waktu dan bahan bakar karena tidak harus berputar-putar untuk mencari tempat belanja. Ketiga, dapat mengontrol atau membandingkan harga dari beberapa tempat pembeli online. Keempat, pembelian online selalu buka 24 jam, hal ini yang menguntungkan ibu-ibu dalam menentukan waktu kapan akan melakukan aktivitas transaksi secara online. Sedangkan belanja online yang berdampak negatif yaitu, pertama, adanya jeda waktu antara pembayaran dan pengiriman produk. Kedua, tidak dapat mencoba barang yang dipesan sebelum membelinya. Ketiga, tidak dapat memeriksa barang yang kita pesan sebelumnya, apakah terdapat kerusakan atau tidak.⁸

Berdasarkan observasi awal yang ditemukan di lapangan bahwa konsumsi barang melalui belanja online secara terus menerus yang dipengaruhi oleh beberapa aspek yang dimana pengaruh media sosial, hal ini dapat mempengaruhi perilaku belanja online dengan tampilnya promosi yang menarik dan pengaruh psikologis dimana pengaruh dari faktor psikologis ini seperti keinginan untuk merasa bahagia atau mengurangi stress. Hal tersebut menjadi fenomena kecanduan belanja online pada kalangan ibu-ibu dan selalu menjadi pembicaraan

⁸Farida Nailil Muna, *Pengaruh Pembelian Online dan Pembelian Offline Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*, Yogyakarta: Studi kasus pada 3second, 2019. hal 2-3.

hangat di kalangan ibu-ibu pada berbagai kesempatan khususnya ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara. Ibu-ibu yang sudah merasa mendapat keuntungan yang didapatkan dari penggunaan jasa belanja online seperti kenyamanan dalam belanja, mudah untuk mendapatkan barang yang diinginkan serta harga yang terjangkau akan merasa kecanduan untuk terus menggunakan sistem belanja online dalam memenuhi kebutuhannya, karena apabila sudah pernah sekali berbelanja online pasti ingin lagi dan lagi belanja online.

Belanja secara online dinilai lebih peraktis dan cepat untuk memperoleh barang-barang yang diinginkan seperti pakaian, jilbab, tas, sepatu, sandal, aksesoris, kosmetik dan lainnya, oleh karna kepraktisan inilah para ibu-ibu menjadi sulit mengendalikan diri dan hal ini menimbulkan perilaku dalam belanja yang pada akhirnya menjadikan ibu-ibu berprilaku boros, dalam penggunaannya ibu-ibu tidak lagi memikirkan seberapa besar barang tersebut dibutuhkan melainkan hanya terfokus pada keinginan dalam belanja produk-produk online.

Dunia digital menyediakan banyak sekali aplikasi belanja online (toko *online*) seperti *Facebook*, *Instagram*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, *tiktok* yang sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam hal mencari dan membeli kebutuhan, yang telah menyebabkan terjadinya perubahan minat belanja masyarakat yang dulunya pembeli masih melakukan belanja secara tradisional atau secara langsung kini semakin tertarik dengan belanja online, namun aplikasi belanja online bukan hanya diakses oleh kaum muda (*milenial*) tetapi juga semua kalangan di masyarakat, terutama di Desa Beringin Jaya sudah banyak ibu-ibu yang

menggunakan Aplikasi belanja online, dengan kemudahan dalam penggunaannya yang menjadikan alternatif bagi ibu-ibu dalam melakukan pembelanjaan yang dirasa lebih nyaman dari pada belanja ke toko secara langsung yang biasanya harus keluar rumah dan pergi ke toko-toko yang menjual barang yang diinginkan. Seperti yang diketahui bersama dari keramaian, waktu yang terbatas. Fitur dari aplikasi belanja online yang menjadikan masyarakat mengkonsumsi aplikasi belanja online tersebut. Bagaimana tidak, belanja online saat ini kian hari kian berkembang dan secara bertahap menggantikan toko tradisional yang membebaskan konsumen dari kunjungan ke toko secara langsung. Namun yang menjadi masalah ketika sebagian besar pengguna aplikasi ini tidak sepenuhnya memahami efek positif dan negatif dari aplikasi belanja online.⁹

Kondisi yang dialami oleh ibu-ibu maka kecenderungan untuk berbelanja online tentu sangat besar. Inilah yang akan dibuktikan dalam penelitian. Dan membuktikan kebenarannya secara Empiris, peneliti melakukan penelitian dengan judul “*Self control* untuk mengurangi kecanduan belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara”

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas cakupannya, berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah maka penelitian ini dibatasi masalahnya tentang peran *self control* terhadap perilaku belanja online ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara.

⁹Evelin J.R. Kawaung, Dampak Aplikasi Belanja Online (Online shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Li Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara, vol 1, no 1, 2021.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku belanja online ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara?
3. Bagaimana peran *self control* terhadap perilaku belanja online ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimana perilaku belanja online ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara.
2. Untuk menganalisis apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja *online* ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara.
3. Untuk menganalisis peran *self control* terhadap perilaku belanja online ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi kalangan ibu-ibu

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi bagi ibu-ibu yang akan menggunakan transaksi belanja online dan untuk bahan pertimbangan dalam melakukan transaksi online shop.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis untuk memahami secara lebih mendalam tentang minat beli konsumen dalam pembelian di belanja online, dan juga sarana menetapkan teori manajemen khususnya teori pemasaran yang selama ini diproleh di perkuliahan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penilitian Terdahulu yang Relevan

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu untuk menjadi bahan acuan dalam penulisan teori-teori penelitian berupa skripsi, tesis ataupun jurnal penelitian.

1. Rindu Lestari, Cut Ita dan Dwi Iramadhani dalam jurnal pada tahun 2024 berjudul “*Gambaran Kontrol Diri pada Ibu Rumah Tangga yang Belanja Online di Kecamatan Peunaron*”. Tujuan penelitian ini yaitu melihat aspek serta faktor kontrol diri yang menyebabkan ibu rumah tangga melakukan pembelian secara online. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang melibatkan lima orang subjek ibu rumah tangga di Kecamatan Peunaron, teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik Creswell. Hasil penelitian ini menggambarkan kontrol diri yang memiliki pengaruh pada ibu dalam belanja online. Adapun aspeknya yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan, serta faktor internal dan eksternal. Aspek kontrol perilaku, subjek sulit menahan diri untuk tidak belanja online, sehingga dalam satu bulan dapat membeli sampai tujuh kali, subjek juga merasa senang saat belanja online. Kontrol kognitif subjek pengolahan informasi terhadap barang yang akan dibelinya. Kontrol keputusan, subjek melakukan pertimbangan sebelum membeli barang. Faktornya yaitu faktor internal, barang yang dibeli tidak selamanya bermanfaat. Faktor eksternal, penawaran yang menarik serta ajakan

dari orang.¹

2. Indri Anggraini dalam skripsi pada tahun 2019 berjudul “*Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping pada Wanita Usia Dewasa Awal*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping pada wanita usia dewasa awal. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = -0,407$ dan hasil analisis regresi menunjukkan nilai $F_{hitung} = 51,141$, yang menunjukkan terdapat pengaruh signifikan yang berkorelasi negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping pada wanita usia dewasa awal. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinan (R^2) = 0,165 menunjukkan pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 16,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.²

3. Erwin Rochmansyah, Depi Putri, Muhammad Ikrom, Wawan Sopiyah dalam jurnal tahun 2023 berjudul, “*Dampak Kecanduan Belanja Online yang Dialami Generasi Muda Terhadap Iklan Flash Sale Shopee di Era Pasca Pandemi Covid 19*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis *eksplanatif*. Hasil dari penelitian ini adalah Generasi Muda (laki -laki dan perempuan) masih dijadikan sebagai sebuah objek bahkan target sasaran dari

¹Rindu Lestari dkk, “Gambaran Kontrol Diri pada Ibu Rumah Tangga yang Belanja Online di Kecamatan Peunaron” *Jurnal Penelitian Psikologi* 2, no.1, 2024.

²Indri Anggraini, “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Wanita Usia Dewasa Awal” *Skripsi* (Universitas Negeri Jakarta 2019).

industri kapitalis dengan adanya penerimaan dari perempuan terhadap budaya konsumerisme melalui perilaku konsumtif belanja online. Sedangkan media sampai saat ini masih menjadi alat yang digunakan untuk menjadikan kiblat informasi.³

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Anggaraini Bhuwaneswary “Perilaku belanja online dan kontrol diri mahasiswa Blitung di Yogyakarta”	Sama-sama membahas tentang peran <i>self control</i> terhadap <i>belanja online</i> pada ibu rumah tangga, dan jenis penelitian deskriptif kualitatif	Perbedaan penelitian terletak pada teknik analisis data, peneliti terdahulu yang relevan menggunakan teknik analisis tematik Creswell sedangkan peneliti menggunakan analisis data interaktif
2.	Indri Anggraini dalam skripsi pada tahun 2019 berjudul “ <i>Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping pada Wanita Usia Dewasa Awal.</i> ”.	Sama-sama membahas tentang peran <i>self control</i> terhadap <i>online shop</i>	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada subjek dan jenis penelitian kuantitatif pada penelitian terdahulu yang relevan sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif
3.	Erwin Rochmansyah, Depi Putri, Muhammad Ikrom, Wawan Sopiyan dalam jurnal tahun 2023 berjudul, “ <i>Dampak Kecanduan Belanja Online yang Dialami Generasi Muda Terhadap Iklan Flash Sale Shopee di Era</i>	Sama-sama membahas tentang tentang <i>online shop</i>	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada subjek dan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian <i>reception analysis eksplanatif</i> pada penelitian terdahulu yang relevan sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif

³Erwin Rochmansyah, Depi Putri, Muhammad Ikrom, Wawan Sopiyan dalam jurnal tahun 2023 berjudul, “Dampak Kecanduan Belanja Online yang Dialami Generasi Muda Terhadap Iklan Flash Sale Shopee di Era Pasca Pandemi Covid 19”. *Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no.1, 2023.

B. Deskripsi Teori

1. Teori Behavioristik

Menurut Harold Spears dalam Siregar belajar memiliki pengertian *learning is observe, to read, to imitate, to try something themselves, to listen, to follow direction*, yang artinya belajar adalah mengamati, membaca, meniru, mencoba sesuatu sendiri, mendengar dan mengikuti arahan. Artinya adalah belajar bukan hanya sekedar proses pengumpulan dan penghafalan informasi, melainkan proses perubahan kegiatan dan reaksi terhadap lingkungan⁴.

Behaviorisme merupakan aliran psikologi yang memandang individu lebih kepada sisi fenomena jasmaniah, dan mengabaikan aspek-aspek mental seperti kecerdasan, minat, bakat dan perasaan individu dalam kegiatan belajar. Peristiwa belajar semata-mata dilakukan dengan melatih refleks-refleks sedemikian rupa sehingga menjadi kebiasaan yang dikuasai individu.⁵

Teori belajar behaviorisme merupakan teori tentang perubahan tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman. Teori ini berkembang menjadi aliran psikologi belajar yang berpengaruh terhadap arah pengembangan dan praktik pendidikan serta pembelajaran yang dikenal sebagai aliran behaviorisme. Aliran

⁴Gunawan Peri dan Karimah Rika Siti.“Memahami Teori Belajar Behavioristik dan Implementasi Dalam Pembelajaran” .*Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam* 2. No. 1, 2022. h. 92.

⁵B.R. Hergenhahn & Matthew H. Olson, *Theoris Of Learning (Teori Belajar Edisi Ketujuh)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 48.

ini menekankan pada terbentuknya perilaku yang tampak sebagai hasil belajar.⁶ Teori behaviorisme menempatkan siswa yang belajar sebagai individu yang pasif. Respons atau perilaku tertentu akan muncul bila digunakan latihan atau pembiasaan. Belajar merupakan akibat adanya interaksi antara stimulus dan respons. Seseorang dianggap telah belajar apabila dapat menunjukkan perubahan perilakunya.⁷

Perspektif behavioristik berfokus pada peran dari belajar dalam menjelaskan tingkah laku manusia dan terjadi melalui rangsangan berdasarkan rangsangan (*stimulus*) yang menimbulkan hubungan reaktif (*respons*) siswa. Sehingga dalam proses pembelajaran terjadi aksi dan reaksi dari pendidik kepada siswa. Teori ini berasumsi bahwa tingkah laku adalah sepenuhnya ditentukan oleh aturan, bisa diramalkan, dan bisa ditentukan. Menurutnya seseorang yang terlibat dalam tingkah laku tertentu dikarenakan mereka telah mempelajarinya melalui pengalamannya terdahulu.⁸

Menurut teori belajar behavioristik, belajar didefinisikan sebagai perubahan dalam tingkah laku sebagai akibat dari interaksi antara stimulus dan respon, yang dimana perubahan tingkah laku tersebut tergantung pada konsekuensi.

⁶Novi Irwan Nahar, “Penerapan Teori Belajar Behavioristik Dalam Proses Pembelajaran,” Nusantara” *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 1, 2016, h. 64.

⁷R.E. Slavin, *Educational Psychology: Theory and Practice* (Massachusetts: Allyn and Bacon, 2000), h. 79.

⁸Gunawan Peri dan Karimah Rika Siti, “Memahami Teori Belajar Behavioristik Dan Implementasi Dalam Pembelajaran” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam* 2. No. 1 (2022): 93.

2. *Self-Control*

a. Definisi *Self-Control*

Self-control adalah gabungan kata dari kata *self* dan *control* yang mana dalam kamus dijelaskan bahwa Definisi *self-control* yang dikemukakan oleh Caplin, merupakan suatu bentuk kemampuan seseorang dalam mengontrol perilakunya dan mengarahkan dirinya pada hal-hal yang berdampak positif. Sedangkan menurut Averill, *self-Control* merupakan kemampuan seseorang untuk memodifikasi perilakunya dan mengolah suatu informasi serta kemampuan untuk menentukan keputusan-keputusan yang dipilihnya.⁹ Selain itu, *self-control* juga didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk membimbing perilaku diri sendiri agar mampu untuk menekan perilaku impulsif.¹⁰ Kemampuan mengontrol diri adalah mempertimbangkan segala hal sebelum membuat keputusan untuk melakukan sebuah tindakan.¹¹

Menurut Goldfried & Merbaum, *self-control* adalah kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membantu kearah konsekuensi positif. Kemampuan mengontrol diri berkaitan

⁹Ririn Anggraeni dan Sulis Mariyanti, “Hubungan antara Konrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul”, *Jurnal Psikologi*, vol. 12 No. 1, Jini 2014, Jakarta, hal. 35

¹⁰Muhammad Al-Mighwar, “Psikologi Remaja: Petunjuk Bagi Guru dan orang Tua” (Bandungan: Pustaka Setia, 2006), hal.136

¹¹M. Nur Ghufron dan Rini Risnawita S, “Teori-Teori Psikologi,” (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), hal. 25-26

dengan cara seseorang mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya.¹²

Menurut Gleitman, *self-control* merujuk pada kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu yang ingin dilakukan tanpa terhalangi baik oleh rintangan maupun kekuatan yang berasal dari dalam individu.¹³

Menurut Baumeister & Boone, *self control* merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai dan aturan dimasyarakat agar mengaruh pada perilaku positif.¹⁴

Beberapa pendapat di atas maka dapat dijelaskan bahwasannya *self control* adalah kemampuan individu untuk mengarahkan perilakunya pada hal-hal yang berdampak positif dan menekan perilaku impulsif serta mampu untuk menentukan keputusan yang dipilihnya secara tepat.

b. Langkah-Langkah *Self-Control*

Langkah-Langkah *self-control* dikembangkan oleh Cormier & Cormier, adapun tahapannya yaitu:

1) Monitoring Diri (*Self-monitoring*)

Self-Monitoring dapat diartikan sebagai suatu proses di mana seseorang merekam atau mencatat penampilan mereka atau menyimpan sebuah rekaman atau catatan dari apa yang telah mereka lakukan.

¹²La Sawal, “factor-faktor yang memengaruhi rendahnya self-control siswa”. (Sulawesi Tenggara: Attending, 2022), Vol, 01, No 03, hal 387

¹³Muhiddinur Kamal, “Hubungan self-control Dengan Hasil Belajar Siswa di MAN 2 Padang Panjang Masa Pandemi”. (Sumatra Barat: Multidisiplin Ilmu, 2022), Vol, 01 No. 01, hal 165

¹⁴Ramadona Dwi Marsela, “Kontrol Diri: Definisi dan Faktor”. (Tasikmalaya: Innovative Conseling, 2019), vol 03, no 02, hal, 66.

2) Pengukuhan Diri (*Self-reinforcement*)

Self-reinforcement adalah pemberian penghargaan atau hadiah kepada diri sendiri atas keberhasilannya dalam memenuhi segala bentuk perilaku yang telah ditetapkannya atau termonitorir.

3) Stimulus Control

Stimulus-control digunakan sebagai susunan awal kondisi dari lingkungan itu tidak memungkinkan terwujudnya perilaku yang diinginkan.

4) Evaluasi Diri (*Self-evaluation*)

Tahap ini *konseli* membandingkan hasil catatan tingkah laku dengan target tingkah laku yang telah dibuat oleh *konseli*. Perbandingan ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi program.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa langkah-langkah *self control* adalah mengetahui apakah kendali diri dapat memberikan manfaat atau tidak, sedangkan untuk bantu mengubah dirinya menjadi lebih positif yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan dirinya agar dari lingkungan itu tidak memungkinkan terwujudnya perilaku yang diinginkan. Sehingga evaluasi diri itu memiliki target tingkah laku diterapkan ekspektasi yang terlalu tinggi, perilaku yang ditargetkan tidak cocok, atau penguatan yang diberikan tidak sesuai.

c. Aspek-Aspek *Self Control*

Menurut Averill, *self control* terbagi menjadi beberapa aspek yang digunakan dalam *self control*, diantaranya adalah sebagai berikut:

¹⁵Puspita Purnama, “Penerapan teknik *self control* untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif,” Makassar: Universitas Negeri Makassar. 2022. Hlm:6-7

- 1) Kontrol perilaku adalah kesediaan untuk memberikan tanggapan yang mempengaruhi atau mengubah situasi yang tidak menyenangkan. Kemampuan untuk mengontrol perilaku ini dibagi menjadi dua komponen:
 - a) Kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) merupakan kemampuan seseorang untuk memutuskan siapa yang mengontrol keadaan atau situasi. Jika individ menggunakan kemampuan dirinya dan tidak mampu, maka individu akan menggunakan sumber eksternal.
 - b) Kemampuan modifikasi stimulus (*stimulus modifiability*) merupakan kemampuan individu untuk mengatasi kapan dan bagaimana suatu stimulus yang tidak dikehendaki harus dihadapi.
- 2) Kontrol kognitif (*cognitive control*) ini adalah kemampuan individu untuk memproses informasi yang tidak diinginkan dengan menilai kejadian atau menghubungkan dengan mengurangi tekanan.
- 3) Kontrol keputusan (*decisional control*) adalah kemampuan seseorang untuk memilih hasil dan tindakan berdasarkan apa yang dia yakinkan dan setuju. Pengendalian diri dalam mengambil keputusan berhasil ketika ada kesempatan, kebebasan atau kemungkinan bagi individu untuk memilih dari berbagai kemungkinan tindakan.¹⁶

Menurut pandangan Goldfried dan Merbaum, kontrol diri diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan

¹⁶Chondryna Latifun Nisa Pengaruh Kontrol Diri, Harga Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Komsumtif Belanja Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2015, “*Skripsi*” (Semarang:Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2017), h.30

mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawai individu kearah konsekuensi positif.

d. Indikator *Self-control*

Menurut Averill, aspek-aspek *self-control* diri menjadi beberapa bagian yaitu¹⁷

1) Kemampuan mengontrol diri

Individu yang mampu mengontrol dirinya dengan baik akan mampu mengatur perilakunya sesuai dengan kemampuan dirinya dan bila tidak maka individu akan menggunakan sumber eksternal.

2) Kemampuan mengontrol stimulus

Kemampuan untuk mengetahui kapan dan bagaimana stimulus yang tidak diinginkan terjadi. Ada beberapa metode yang bisa anda gunakan, artinya terlibat dalam kegiatan yang dapat mencegah atau menghindari stimulus, menghentikan stimulus sebelum berakhir.

3) Kemampuan mengambil keputusan

Kemampuan seseorang untuk memilih tindakan berdasarkan apa yang dia yakini dan setujui. Kemampuan untuk mengontrol perilaku dengan baik ketika individu bebas memilih pilihan yang berbeda.

e. Fungsi *Self-control*

Surya, memberikan pendapatnya mengenai fungsi dari *Self-control* yakni mengolah dorongan-dorongan kuat yang menjadi sebuah inti dari tingkat

¹⁷Intan Pratihastari Wijaya, “Efikasi Diri Akademik, Dukungan Sosial Orangtua dan Penyesuaian Diri Mahasiswa Dalam Perkuliahannya “*Jurnal Persona* 1,no 01 (2012), hlm 7.

kemampuan, keinginan, keyakinan, keberanian dan emosi yang ada dalam diri seseorang. *self-control* menjadi sangat penting agar seseorang tidak terlibat dalam pelanggaran-pelanggaran norma di sekolah, masyarakat dan sosial.

Menurut Messina, *self-control* memiliki beberapa fungsi diantaranya adalah:

- 1) Memberi batasan perhatian seseorang untuk orang lain.
- 2) Memberi batasan keinginan seseorang untuk mengendalikan orang lain.
- 3) Membatasi individu untuk berperilaku negatif.
- 4) Membantu seseorang untuk memahami kebutuhan hidupnya secara seimbang.¹⁸

f. Faktor mempengaruhi *self-Control*

Menurut Ghufron & Risnawita, banyak faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan *self-control* pada seseorang, pembentukan tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Setiap manusia memiliki perkembangan *self-Control* yang unik. Menurut Mischel, perkembangan *self-control* seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal yakni usia. Selain itu perkembangan *self-control* seseorang juga dipengaruhi oleh emosi positif dalam dirinya.

2) Faktor Eksternal

Faktor luar yang mempengaruhi perkembangan *self-control* setiap individu adalah keadaan sosial-emosional lingkungan. Keluarga dan lingkungan teman

¹⁸Singgah Gunarsa, “Psikologi Remaja,” (Jakarta:PT. BPK Gunung Mulia, 2009), hal. 12

sebaya menjadi yang utama. Apabila lingkungan tersebut memiliki hubungan yang harmonis, saling menghargai, dan saling bertanggung jawab satu sama lain, maka orang tersebut cenderung memiliki *self-control* yang baik.¹⁹

2. Belanja Online

a. Pengertian Belanja Online

Belanja Online adalah berbelanja digital yang hanya bisa digunakan ketika perangkat terhubung dengan jaringan internet memungkinkan penggunanya untuk dapat berhubungan dengan toko-toko yang menjual berbagai kebutuhan mulai dari pakaian, sepatu, tas, buku peralatan elektronik, peralatan rumah tangga dan segala macam kebutuhan manusia dapat dengan mudah di temukan melalui situs-situs belanja yang ada pada internet. Saat ini sudah sangat populer berjualan di media internet atau belanja Online.²⁰

Menurut Hardiawan, dalam Anisah Qodaril Thohiroh belanja online adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah web browser. Selain itu, belanja online didefinisikan sebagai perilaku mengunjungi toko online melalui media internet untuk mencari, menawar atau membeli produk dengan niat membeli dan mendapatkan produk tersebut. Di Indonesia masih terdapat banyak toko *online*, dimana transaksi pembayaran masih dilakukan dengan cara *non-online*, seperti transfer antara bank.

¹⁹M. Nur Ghufron & Rini Risnawita S, “*Teori-Teori Psikologi*,” Jogjakarta: Ar-Ruzz Medis, 2010. hal. 32

²⁰Haning Dwi Pratiwi, Belanja onlineSebagai Cara Belanja Mahasiswa UNNES,” Semarang: Universitas Negeri Semarang. 2013, hal. 6

Menurut Sari belanja online adalah proses jual beli barang atau jasa dari seseorang yang menjualnya melalui internet, atau jual beli secara online, dimana penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka secara langsung. Toko online tidak hanya dilihat sebagai pilihan berbelanja, tetapi merupakan bagian dari perubahan social budaya Masyarakat. Toko online memungkinkan konsumen untuk melihat produk dalam bentuk gambar, foto, bahkan video.²¹

Menurut Kotler dan Armstrong belanja online menyediakan beberapa alternatif menarik yaitu pengeceran memungkinkan kita menjelajah, memilih, memesan dan membayar cukup dengan sekedar menekan jari telunjuk ke layar ponsel. Setelah pembeli sudah memutuskan untuk membeli kemudian memilih sistem pembayaran dan telah selesai transaksi, barang atau produk akan dikirim ke Alamat yang telah di isi oleh pembeli.²²

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (Khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan). Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Seseorang yang hanya bisa mengkonsumsi segala sesuatu yang ada di

²¹Chacha Andira Sari, "Perilaku Berbelanja online Dikalangan Mahasiswa Antropologi Di Universitas Airangga," *Jurnal AntroUnairdoNet*, 4 no 2 (September 15, 2016)

²²Kotler, Amstrong. "Prinsip-prinsip Pemasaran," (Jakarta: Erlangga, 2001)

hadapannya, tanpa ada inisiatif untuk memproduksi disebut sebagai manusia yang terjerat oleh kubangan konsumtivisme.

b. Indikator belanja online

Menurut Oktafikasari menyatakan bahwa indikator yang menunjukkan perilaku belanja *online* yaitu:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu yang membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- 2) Membeli barang karena kemasannya menarik.
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- 4) Membeli produk atas pertimbangan haraga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status.
- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).²³

Berdasarkan delapan indikator perilaku belanja online tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk-produk yang menarik sehingga konsumen cenderung berperilaku irasional dengan mengkonsumsi suatu produk baik barang maupun jasa tanpa memperdulikan dari segi manfaatnya. Ada juga beberapa pola perilaku konsumen yang membeli suatu

²³Ferawaty Sandi, Dampak pembelian online di Shopee dalam perubahan gaya hidup konsumtif perempuan shopaholic". *Skripsi* (Universitas Muhammadiyah Palopo, 2022), hal. 14-16

produk karena produk tersebut memiliki harga yang murah sehingga konsumen tertarik untuk membelinya meskipun tidak membutuhkan produk tersebut, kemudian menggunakan produk dengan jenis yang sama namun berbeda merek meskipun produk sebelumnya masih ada namun tujuannya untuk membandingkan dengan produk yang lainnya. Hal ini dikarenakan lebih rinci dan memiliki cakupan yang lebih luas, kemudian dipandang lebih sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

c. Ciri-Ciri Perilaku Belanja Online

Berikut ini yang menjadi ciri-ciri perilaku belanja online yaitu:

- 1) Sering kali membeli sesuatu tanpa ada perencanaan sebelumnya
- 2) Menganggap belanja adalah kegiatan yang menyenangkan dan dapat menghilangkan stres
- 3) Kadang-kadang timbul perasaan bersalah setelah membeli sesuatu karena menyadari bahwa barang yang dibeli tidak begitu dibutuhkan
- 4) Ada kalanya muncul keinginan yang kuat untuk belanja tanpa memiliki alasan yang jelas.
- 5) Ketidak mampuan untuk menghentikan perilaku kecanduan berbelanja, meskipun orang yang terkena dampak mengetahui bahwa hal tersebut berdampak negatif pada kehidupannya.

d. Faktor Penyebab Belanja Online

Faktor penyebab belanja online yaitu:

- 1) Gaya hidup mewah

Seseorang yang menganut gaya hidup mewah cenderung mempersepsi orang lain berdasarkan apa yang dimiliki. Hal ini akan mengakibatkan seseorang

merasa terus kekurangan, selalu diliputi kecemasan akan kebutuhannya. Seorang shopaholic biasanya memiliki kebutuhan emosi yang tidak terpenuhi sehingga merasa kurang percaya diri dan tidak dapat berpikir positif tentang dirinya sendiri sehingga beranggapan bahwa belanja bisa membuat dirinya lebih baik. Gaya hidup dapat dikatakan mewah jika memenuhi beberapa kriteria, diantaranya adalah membelanjakan banyak uang, menggunakan barang-barang ber-merk dengan harga mahal, memilih tempat-tempat yang berkelas dan mewah untuk kegiatan kegiatannya.

2) Pengaruh dari keluarga

Agen sosialisasi yang paling mempengaruhi dan penting dalam menentukan pembentukan sikap dan perilaku seseorang adalah keluarga. Keluarga dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan sesuatu berupa barang, misalkan dalam hal pengambilan keputusan untuk menggunakan barang berupa pakaian, tas, atau sepatu ber-merk. Secara tidak langsung seorang anak akan meniru apa yang biasanya dilakukan oleh keluarganya.

3) Iklan

Iklan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif karena iklan mempengaruhi pikiran seseorang sehingga orang terbujuk untuk membelinya. Iklan-iklan yang ditampilkan di berbagai media yang menggambarkan bahwa pola hidup konsumtif dan mewah merupakan sarana untuk melepaskan diri dari stress. Seperti iklan kartu kredit, diskon, dan produk-produk yang dapat di cicil pembayarannya dapat membuat konsumen tertarik dan tidak berpikir panjang akan dampaknya di masa yang akan datang.

4) Mengikuti trend

Banyak kalangan remaja terutama ibu-ibu yang mengikuti gaya hidup *shopping* karena ingin mengikuti trend yang saat ini sedang marak di masyarakat. Kecenderungan untuk memiliki barang-barang baru yang sedang popular menjadi salah satu ciri khas ibu-ibu saat ini. Hal ini nampaknya juga menjadi alasan ibu-ibu memiliki gaya hidup *shopping*. Sebagian besar ibu-ibu membeli barang-barang karena trend yang sedang booming, bukan karena kebutuhan.

5) Banyaknya pusat perbelanjaan

Banyaknya pusat-pusat perbelanjaan serta promosi yang menggiurkan juga mendorong seseorang untuk berbelanja. Selain iklan, masih ada media populer lain yang melatar belakangi mahasiswa begaya hidup *shopping*, yaitu internet. Sama halnya dengan televisi, konsumen tidak harus bepergian keluar untuk mencari sesuatu yang diinginkan, hanya cukup menuliskan kata kunci pada suatu alat pencarian dalam situs internet. Terlebih lagi saat ini banyak sekali terdapat belanja online.

6) Pengaruh lingkungan pergaulan

Lingkungan sangat berpengaruh dalam pembentukan kepribadian, identitas serta gaya hidup seseorang. Lingkungan pergaulan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membentuk kepribadian seseorang. Apa lagi ibu-ibu yang hobi berbelanja dapat menimbulkan rasa ingin meniru dan memiliki apa yang dimiliki juga oleh ibu-ibu lainnya. Setiap kali ibu-ibu yang lainnya mempunyai barang baru, maka dia akan ikut membelinya. Secara tidak langsung

ibu-ibu muda memberikan pengaruh yang besar pada ibu-ibu lain untuk membeli serta menggunakan fashion yang sedang tren.²⁴

e. Dampak Belanja Online

1) Boros

Gaya Hidup ibu-ibu yang suka berbelanja online memberikan dampak negatif yang boros. Sikap ibu-ibu yang boros dapat dinilai dari pengeluarannya dalam membeli barang-barang setiap bulannya. Sehingga banyak diantaranya yang sering mengalami kehabisan uang walaupun masih awal bulan. Ibu-ibu yang memiliki gaya hidup ini tidak memiliki tabungan untuk masa depan, sebab hanya berfikir untuk kepuasan pada saat itu saja. Hal ini dapat mengakibatkan seseorang memiliki utang dalam jumlah yang besar dikarenakan untuk memenuhi pikiran-pikiran obsesi dalam berbelanja. Kecuali kalau ibu-ibu dapat mengimbangi keinginan belanja dengan cara melakukan sesuatu yang menghasilkan uang tambahan. Dengan memiliki penghasilan tambahan, setidaknya hasrat untuk berbelanja dapat terpenuhi. Seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra ayat 26-

27

وَءَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ الْسَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبَذِّرًا
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِحْوَانَ الشَّيْطَنِ وَكَانَ الشَّيْطَنُ لِرَبِّهِ كُفُورًا

Terjemahnya:

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah

²⁴Baudrillard, Jean. “*Masyarakat Konsumsi*”. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009. hal. 64

kamu menghambur - hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros itu adalah saudara- saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhanmu.”

Tafsir QS. Al-Isra ayat 26-27 yaitu setiap muslim harus mencukupi kebutuhan terutama terhadap orang miskin dan orang yang membutuhkan, seorang muslim juga harus mengatur harta bendanya secara proporsional, dan sikap syukur merupakan salah satu upaya dalam membina manusia agar tidak berlaku boros.

Dan dalam hadits sebagai berikut:

“Tidak akan bergeser dua telapak kaki seorang hamba pada hari kiamat sampai ditanya (dimintai pertanggungjawaban) tentang umurnya keak kemana dihabiskannya, tentang ilmunya bagaimana dia mengamalkannya, tentang hartanya dari mana diperolehnya dan kemana dibelanjakannya serta tentang tubuhnya untuk apa digunakannya”. (HR. At- Tirmidzi no. 2417)

2) Candu

Dampak negatif yang lain adalah menjadikan candu. Sikap candu terhadap gaya hidup belanja online dapat dilihat dari berpengaruhnya dalam menggunakan barang-barang keluaran terbaru. Mereka merasa lebih percaya diri apabila telah memiliki barang-barang keluaran terbaru. Kebutuhan akan rasa nyaman nilah yang dimanfaatkan para produsen dengan cara membombardir konsumen dengan berbagai iklan produk sehingga konsumen menjadi ketagihan dan menjadikan belanja sebagai sarana pelepasan ketegangan. Kebiasaan ini pun semakin sulit untuk diatasi seiring bertambahnya waktu. Alhasil tak sedikit yang menjadi pecandu belanja bahkan bisa saja saat mereka tidak mempunyai banyak uang.

Mereka hanya merasakan kesenangan semata dalam menjalani gaya hidup ini. Ketika mereka memperoleh apa yang diinginkan, maka rasa senang itu akan muncul. Kepuasaan tersendiri apabila seorang yang gemar berbelanja belanja online dapat memenuhi hasrat belanjanya.

3) Memicu seseorang untuk melakukan tindakan-tindakan kriminal (seperti mencuri, memeras, korupsi, dan lain-lain) hanya karena ingin mendapatkan uang demi memenuhi dorongan dalam dirinya untuk berbelanja terus menerus. Pembeli harus memastikan bahwa toko online yang menjual barang memang terpercaya dan produk yang dijual memiliki review yang baik. Kebanyakan kasus penipuan yang dialami konsumen atau pembeli adalah sudah membayar lewat transfer namun barang yang dibeli tak kunjung datang sesuai dengan estimasi kedadangannya. Pembeli juga tidak mengecek informasi lebih detail terkait barang yang dibeli dan hanya fokus pada harga. Harga miring pada barang yang dicari membuat pembeli tak segan segera membelinya tanpa mengetahui barang tersebut asli atau tiruan, sehingga justru menjadi kerugian bagi pembeli karena barang yang dibeli tak sesuai dengan ekspektasi.

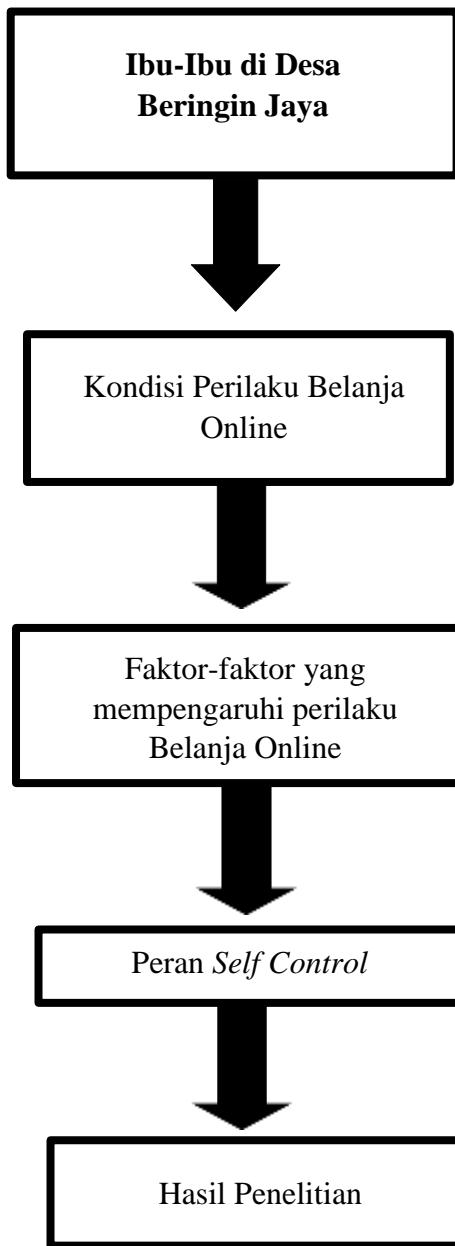
C. Kerangka Pikir

Karangka pikir adalah model atau gambaran yang berupa konsep yang didalamnya menjelaskan suatu hubungan antara variable yang satu dan variable yang lain. Adapun teori yang di gunakan pada penelitian yaitu Teori Behavioristik. Teori Behavioristik adalah teori yang mempelajari perilaku manusia. Behavioristik berfokus pada peran dari belajar dalam menjelaskan

tingkah laku manusia dan terjadi melalui rangsangan (stimulus) yang menimbulkan hubungan perilaku reaktif (respon) hukum-hukum mekanistik.

Penelitian ini berfokus pada ibu-ibu yang tidak dapat terpisahkan oleh *internet* sehingga ibu-ibu memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan oleh *internet* termasuk dalam hal berbelanja online. Tahun ke tahun ibu-ibu semakin tertarik dengan berbelanja secara online yang membuat ibu-ibu kecandan serta rela menghabiskan waktunya untuk melihat barang yang ada di *marketplace* tersebut, lalu membeli tanpa melihat kegunaan barang tersebut karena adanya promo atau *voucher* gratis ongkir dan hal ini yang mengakibatkan ibu-ibu menjadi tertarik untuk membeli barang-barang tanpa memperdulikan manfaat akan barang tersebut penting atau tidak.

Adapun penjelasan alur penelitian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kualitatif sebab penelitian ini diarahkan untuk mendeskripsikan keadaan atau fenomena mengenai kecanduan belanja online pada Ibu-Ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara. Penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khususnya yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*Field research*) karena data yang diperoleh berdasarkan pada fakta yang ada di lapangan. Jika dilihat dari tujuannya maka penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku bisa diamati.² Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan kejadian yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa sebenarnya terjadi.

¹I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), h. 150.

²Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Asdi MAhatsyah, 2019), h. 36.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian atau subjek latar belakang, berfungsi sebagai sumber informasi untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian. Dengan demikian, baik subjek penelitian maupun sasaran penelitian juga dapat disebut sebagai subjek penelitian. Peneliti menentukan subjek penelitian dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memerlukan pertimbangan khusus untuk menentukan apakah sampel itu layak.³

Berdasarkan penelitian tersebut dapat dideskripsikan bahwa subjek penelitian sebagai pelaku yang merupakan sasaran pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti. Subjek pada penelitian ini yaitu ibu-ibu desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* sesuai dengan tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui kondisi perilaku *online shop*, faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online dan peran *self control* terhadap perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara. Menurut pertimbangan yang didukung oleh keterangan keluarga ibu-ibu di Desa Beringin Jaya, kriteria ibu-ibu menunjukkan perilaku yang menghabiskan waktu berjam-jam untuk belanja online, melihat barang-barang di *platform e-commerce*, merasa tidak puas setelah belanja online sehingga perlu belanja lagi.

³Edy Supriyadi, *SPSS + Amos* (Jakarta: In Media, 2014), h. 22.

Sedangkan objek pada penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Sasaran penelitian atau himpunan elemen yang dapat berupa individu, kelompok, atau barang yang akan diteliti disebut sebagai objek penelitian. Ini juga bisa disebut sebagai pokok persoalan yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang lebih terfokus. Berdasarkan pemahaman ini, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kondisi perilaku belanja online, faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online dan peran *self control* terhadap perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara.

C. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian bermanfaat bagi peneliti untuk memberikan batasan terhadap objek penelitian yang akan diangkat sehingga peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh dari lokasi penelitian. Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi peneliti untuk memilih data yang relevan dan yang tidak relevan. Adapun fokus penelitian sesuai dengan judul penelitian ini adalah sebagai berikut: Peran *Self Control* Terhadap Perilaku belanja online Ibu-Ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara.

A. Definisi Islitah

Untuk mempermudah peneliti menegaskan istilah-istilah penting yang perlu dimengerti, sebagai berikut:

1. Pengertian *Self Control*

Self control adalah kemampuan seseorang untuk mengarahkan perilaku dan membatasi atau menahan perilaku impulsif. *Self control* berkaitan dengan

bagaimana individu mengendalikan emosi dan impuls mereka. Kontrol emosi berarti menyadari situasi dengan bereaksi secara rasional dan menghindari reaksi berlebihan. Kontrol diri mewakili pilihan perkembangan kognitif individu untuk terlibat dalam perilaku yang dirancang untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu yang diinginkan. Selanjutnya, pengendalian diri adalah kemampuan seseorang untuk melakukan apa saja yang diinginkannya tanpa terhalang oleh batas-batas kekuasaan dalam diri sendiri.

2. Perilaku Belanja Online

Perilaku belanja online dilihat dari aspek kognitif memperlihatkan bahwa semua informan memiliki ketertarikan yang besar terhadap aplikasi belanja online yang ada. Hal itu dibuktikan dengan pengetahuan dan pengalaman yang cukup baik dalam berbelanja secara online. Dari segi afektif, semua informan yang melakukan belanja online merasa puas dalam melakukan transaksi selama ini. Menurut ibu-ibu belanja secara online sangat mudah, cepat, dan menyenangkan. Hal itu ditunjukan dengan rasa puas terhadap proses dan produk-produk yang diterima. Selanjutnya dari aspek konatif, dengan alasan kepuasan dan kemudahan tersebut maka hampir semua kegiatan belanja di lakukan secara online. Temuan ini juga menjelaskan bahwa belanja online dikalangan ibu-ibu adalah bagian dari gaya hidup.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini mencocokkan antara realita empiris dengan teori yang berlaku dengan menggunakan pendekatan sosiologis. Penelitian kualitatif adalah ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan,

manusia, dan hubungannya dengan orang lain. Dalam penelitian ini peneliti meneliti beberapa objek yaitu Perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik gabungan, Analisis data bersifat deduktif dan hasil penelitian lebih menekan kepada makna dari pada generalisasi sebagai berikut.

1. Menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan realita sosial.
2. Metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden.
3. Metode ini lebih peka dan menyesuaikan dengan apa yang hendak diteliti.

C. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data ialah suatu bahan mentah yang jika diolah dengan baik melalui berbagai analisis dapat melahirkan berbagai informasi.⁴ Data yang digunakan dalam penelitian ini data kualitatif. Data kualitatif yang dimaksud adalah data yang berisi jawaban ibu-ibu terhadap wawancara yang peneliti lakukan, tentang peran *self control* terhadap perilaku belanja online ibu-ibu.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya, sumber

⁴Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R dan D*, (Bandung, Alfabeta, 2019), 306.

data primer yaitu data-data yang dikumpulkan dengan teknik observasi atau wawancara yang diperoleh dari narasumber. Data Primer Dalam penelitian ini didapat dari informan yaitu Ibu-ibu rumah tangga di Desa Beringin Jaya.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan memperoleh dari dokumen-dokumen atau studi kepustakaan yang terkait dalam permasalahan yang diteliti.⁵ Dalam hal ini yang menjadi sumber data penulis yakni kajian kepustakaan seperti buku, skripsi, jurnal, artikel, dan data lapangan dari lokasi penelitian.

D. Instrumen Penelitian

Salah satu kegiatan dalam perencanaan satu objek penelitian adalah menentukan instrumen yang dipakai dalam mengumpulkan data sesuai dengan masalah yang diteliti. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁶ Jadi instrumen penelitian merupakan alat bantu yang penting dan sangat menentukan dalam proses pengumpulan data dalam suatu penelitian, kegunaan instrumen penelitian ini sebagai alat untuk merekam, mencatat informasi yang disimpulkan oleh responden, sebagai alat untuk mengorganisasikan proses wawancara, dan sebagai alat evaluasi peneliti. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

⁵Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, 2013,52.

⁶Vivi Chandra, Jumaluddin, Dkk. *Pengaruh Metodologi Penelitian*, (Medan:Yayasan Kita Menulis, 2021), 117.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Observasi

Observasi ini peneliti terlibat langsung dengan kegiatan-kegiatan informan yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Peneliti melakukan pengamatan terhadap kegiatan membeli secara online yang dilakukan ibu rumah tangga mulai dari proses melihat-lihat barang yang dia suka sampai barang tersebut dia beli melalui aplikasi tersebut. Teknik ini mendukung data yang dibutuhkan ketika wawancara, sehingga dapat diketahui kadaan yang sebenarnya. Dalam penelitian ini metode observasi digunakan untuk mengumpulkan data antara lain:

1. Mengamati kegiatan ibu rumah tangga yang sedang mencari barang yang dia inginkan di aplikasi belanja online.
2. Mengamati ibu rumah tangga yang sedang menonton barang yang diiklankan tetapi barang tersebut cukup mahal harganya.
3. Mengamati proses pembelian online yang dilakukan oleh ibu rumah tangga melalui aplikasi belanja online.
4. Mengamati ibu rumah tangga yang merasa tidak tenang ketika tidak melihat barang di aplikasi belanja online tetapi dikarenakan ibu tersebut kehabisan data maka dia merasa gelisah.

Observasi yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis. Teknik ini digunakan untuk menggali informasi tentang perilaku belanja online ibu-ibu rumah tangga di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan kabupaten Luwu Utara.

2. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk mengumpulkan suatu informasi dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan dan dijawab pula secara lisan. Selain itu wawancara atau *interview* juga dilakukan secara mendalam yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan terbuka yang memungkinkan informan memberikan beberapa jawaban secara luas.

3. Dokumentasi

Dokumen peneliti yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang, cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip dan termasuk juga buku tentang pendapat, teori, dalil-dalil atau hukum dan lain sebagainya yang berhubungan dengan masalah penelitian. Teknik ini digunakan untuk penelusuran data sekunder yang meliputi dokumentasi, arsip yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Peneliti berupaya mendapatkan dokumen baik dalam bentuk tulisan, rekaman kegiatan, atau gambar untuk menjadi barang bukti.

F. Pemeriksaan Keabsahan Data

Agar data yang digunakan dijamin keabsahannya sehingga dapat dipertanggung jawabkan hasil penelitiannya, maka penelitian ini menggunakan triangulasi dengan penggunaan sumber. Menurut Matton dalam Moleong menyebutkan bahwa triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui

waktu atau alat yang membedakan dalam penelitian kualitatif. Pengecekan keabsahan data dengan sumber menurut Moleong dapat diketahui dengan cara:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandikan dengan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dengan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang dilakukan setelah data terkumpul, atau dengan kata lain proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dipahami dan dapat di informasikan kepada orang lain.⁷ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data interaktif menurut Miles dan Huberman yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, atau abstraksi dari catatan lapangan. Pada dasarnya reduksi data ini adalah bagian dari proses analisis

⁷Jogiyanto Hartono, *Metode pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta: CV Offset, 2018), 49.

yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan Penelitian dapat dilakukan.⁸

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan menyusun sekumpulan informasi, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan dan pengambilan tindakan pada kasus yang ada. Mengaitkan hubungan antara fakta tertentu menjadi sebuah data. Peneliti dapat bekerja melalui penggunaan diagram, bagan-bagan, atau skema untuk menunjukkan hubungan yang terstruktur antara data satu dengan yang lainnya.⁹

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih samar sehingga setelah diteliti menjadi jelas dapat teori. Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan yang didukung dengan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data.¹⁰

⁸Djali, *Metodologi Penelitian kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2020), 50.

⁹Moh, Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*, (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2012), h.131.

¹⁰Ni Wayan Novi Budiasni, *Corporate Social Responsibility*, (Bali: Nilacakra, 2020), h.57.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Singkat Desa Beringin Jaya

Desa Beringin Jaya merupakan salah satu Desa yang terletak di wilayah Kecamatan Baebunta Selatan, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan yang dibentuk tahun 2000 silam yang sebelumnya berada di Kecamatan Baebunta. Namun adanya perubahan dan pembentukan kecamatan baru karena luas jangkaauan layanan public, penduduk dan volume kegiatan dari pemerintah dan Pembangunan, kemasyarakatan serta pemberdayaan Masyarakat di wilayah Kecamatan Baebunta yang semakin meningkat, sehingga melakukan pembentukan Kecamatan baru yakni Kecamatan Baebunta Selatan sebagai pemekaran dari Kecamatan Baebunta tersebut.

Sejarah singkat terbentuknya Desa Beringin Jaya tersebut dikarenakan adanya pohon besar yang Bernama pohon Beringin dan kata jaya diambil agar Masyarakat diharap selalu jaya di Desa ini, sehingga terbentuklah nama Desa Beringin jaya.¹

Desa beringin jaya memiliki luas wilayah 2.883,00 Ha, dengan jumlah penduduk 1.714 jiwa yang terdiri dari 6 Dusun yaitu Dusun Mawar, Dusun Anggrek, Dusun Cempaka I, Dusun Cempaka II, Dusun Seruni, Dusun Melati yang dipimpin oleh bapak Aminuddin selaku Kepala Desa yang telah memimpin Desa selama 2 priode yang sebelumnya menggantikan bapak Asrianto, S.E.

¹Aminuddin, Kepala Desa Beringin Jaya. *Wawancara*. Pada tanggal 11 November 2024

2. Letak Geografis Desa

Desa Beringin Jaya merupakan salah satu Desa yang terletak di Kabupaten Luwu Utara. Dilihat dari letak geografis Desa Beringin Jaya mempunyai luas Daerah 2.883,00 Ha, sedangkan batas wilayah Desa Beringin jaya yang berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Sumpira Kecamatan Baebunta Selatan
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Lembang-Lembang Kecamatan Baebunta Selatan
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Mukti Jaya Kecamatan Baebunta Selatan
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Mekar Sari Jaya Kecamatan Baebunta Selatan

Diketahui bahwa batas wilayah Desa Beringin Jaya sebelah Utara berbatasan dengan Sumpira, sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Lembang-Lembang, sedangkan sebelah Barat berbatasan dengan Desa Mukti Jaya, dan Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Mekar Sari Jaya, yang semua wilayah itu masih berada di Kecamatan Baebunta Selatan.

3. Demografi Desa

Penduduk Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara berjumlah 1.714 jiwa yang terdiri atas penduduk laki-laki 870 jiwa dan Perempuan 844 jiwa. Jadi jumlah penduduk Desa Beringin Jaya mengalami perkembangan dari 872 jiwa meningkat menjadi 918 jiwa dengan presentase perkembangan 5.28%, sedangkan jumlah penduduk Perempuan mengalami

sedikit perkembangan dari 872 jiwa meningkat 888 jiwa dengan peresentase 1.83%. Dengan ini jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dari jumlah penduduk berdasarkan dusun bisa dilihat dalam table di bawah ini.

Tabel 2.2 Jumlah penduduk per dusun di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara

No	Nama Dusun	Jiwa	KK	Ket.
1.	Dusun Mawar	510 jiwa	161 kk	
2.	Dusun Anggrek	320 jiwa	85 kk	
3.	Dusun Cempaka I	221 jiwa	61 kk	
4.	Dusun Cempaka II	225 jiwa	66 kk	
5.	Dusun Seruni	250 jiwa	60 kk	
6.	Dusun Melati	280 jiwa	79 kk	

Sumber: Kantor Desa Beringin Jaya 11 November 2024

4. Keadaan Sosial Ekonomi

Dalam memenuhi kebutuhan hidup baik primer maupun sekunder masyarakat Desa Beringin Jaya bekerja dengan berbagai keahlian mereka, seperti halnya Pertanian, Wiraswasta, menjadi Nelayan, Buruh Tani, dan lain sebagainya dengan adanya berbagai macam kebutuhan manusia maka masyarakat mencoba menjawab kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh publik. Hal itu dapat lihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.5 Pekerjaan Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara

No	Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Petani	317	22	339
2.	Pegawai Negri Sipil	18	9	27
3.	Guru Swasta	4	17	21

4.	Dokter umum	1	0	1
5.	Perawat	2	2	4
6.	Bidan	0	1	1
7.	Wiraswasta	85	23	108
8.	Pedagang Keliling	3	1	4
9.	Nelayan	1	0	1
Jumlah total (Orang)		431	75	502

Sumbar: Kantor Desa Beringin Jaya 11 November 2024

Petani merupakan pilihan terbanyak warga Desa beringin Jaya, itu karena mayoritas warga memiliki tanah sendiri dan keadaan iklim daerah Desa Beringin Jaya memiliki iklim panas dan hujan, dengan kelembapan udara merata. Sehingga sangat efektif untuk masyarakat dalam bercocok tanam pada lahan pertanian yang ada pada Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara. Penggunaan tanah di Desa beringin Jaya sebagai besar di manfaatkan sebagai lahan pertanian sawah dan perkebunan sedangkan sisanya merupakan tanah bangunan fasilitas-fasilitas lainnya.

A. Hasil Penelitian

1. Perilaku belanja online ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara

Beberapa kondisi yang dapat terjadi pada ibu-ibu yang mengalami perilaku belanja online yaitu ibu-ibu memiliki kontrol diri yang lemah, sehingga mereka sulit untuk menghentikan kebiasaan berbelanja online. Sedangkan ibu-ibu yang mengalami perilaku belanja online memiliki kekurangan kemampuan untuk menunda kepuasan, sehingga mereka sering membeli barang yang tidak dibutuhkan hanya untuk mendapatkan kepuasan segera.

Ibu Rosnaini memiliki strategi untuk menghindari situasi yang membuat anda ingin berbelanja online.

“saya itu biasa mencoba untuk mngatur waktu saya dengan lebih baik, biar saya tidak memiliki waktu untuk berbelanja online secara terus menerus”.²

Ibu Widya juga menghindari situasi yang membuat dia untuk berbelanja online dengan mengambil kesibukan-kesibukan yang lain.

“Saya biasanya melakukan kegiatan yang lainnya ketika saya merasa ingin berbelanja online, seperti memasak, membersihkan atau bermain dengan anak”.³

Berbeda dengan ibu Ana yang mengatakan bahwa berbelanja online itu merupakan kegiatan yang membuat dirinya menyenangkan.

“Saya itu tidak memiliki strategi untuk menghindari keinginan saya untuk berbelanja online, karena saya merasa kalo berbelanja online adalah kegiatan yang menyenangkan dan tidak ada salahnya”.⁴

Ibu Putri, juga lebih memilih untuk berbelanja online.

“saya tidak bisa menghindari situasi yang membuat saya memiliki akses internet yang mudah dan saya sering melihat iklan di belanja online”.⁵

Berbeda dengan ibu Uswa, yang mengatakan bahwa ibu U mampu mengontrol dirinya untuk tidak berbelanja belanja online.

²Hasil wawancara dengan ibu Rosnaini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 11 November 2024

³Hasil wawancara dengan ibu Widya, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 19 November 2024

⁴Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

⁵Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

“saya itu tidak perlu menghindari situasi yang membuat saya mau untuk berbelanja online, karena saya itu mampu mengontrol diri yang baik untuk tidak berbelanja secara berlebihkan”.⁶

Berbeda dengan ibu Yustika mengatakan bahwa dia tidak memiliki strategi untuk menghindari berbelanja di *online*.

“saya tidak memiliki strategi untuk menghindari situasi yang membuat saya ingin berbelanja online, karena saya merasa kalau saya sudah terlalu terbiasa dengan berbelanja online”.⁷

Ibu Dini yang mengatakan bahwa dia tidak memiliki banyak waktu untuk sering berbelanja online.

“saya tidak memiliki banyak waktu untuk memikirkan strategi yang membuat saya ingin berbelanja online, karena saya memiliki banyak kegiatan yang membuat saya tidak sering berbelanja online”.⁸

Beberapa ibu-ibu yang memiliki strategi untuk menghindari situasi yang membuat mereka ingin berbelanja online, seperti membuat rencana belanja, menghindari ikalan belanja online, dan memiliki banyak waktu untuk kegiatan lainnya. Tetapi sebagian ibu-ibu lainnya yang tidak memiliki strategi untuk menghindari situasi yang membuat mereka ingin berbelanja online.

Ibu Rosnaini, apakah memiliki daftar belanja yang membantu anda memastikan bahwa hanya barang yang dibutuhkan yang anda beli? Ia mengatakan:

⁶Hasil wawancara dengan ibu Uswa, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

⁷Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 Navember 2024

⁸Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

“saya memiliki buku catatan kecil untuk mencatat barang-barang yang saya butuhkan sebelum melakukan belanja di toko belanja online”.⁹

Ibu Widya juga mengatakan bahwa ibu W selalu membuat daftar belanjanya agar dia mengetahui barang apa yang dia akan beli.

“Iya, saya selalu membuat daftar belanja sebelum melakukan belanja di online atau pasar-pasar terdekat agar memastikan tidak membeli barang yang tidak diinginkan”.¹⁰

Berbeda dengan ibu Ana yang mengatakan bahwa dia berbelanja sesuai dengan apa yang dia lihat dan mau untuk membeli barang tersebut.

“saya itu tidak punya daftar belanja, karena saya biasanya membeli apa yang saya inginkan saja”.¹¹

Ibu Putri juga mengatakan bahwa dia tidak punya daftar belanja.

“saya sudah terbiasa tanpa daftar belanja, karena saya memiliki kebiasaan yang tidak mencatat barang-barang apa yang akan saya beli nantinya”.¹²

Ibu Uswa mengatakan bahwa:

“saya punya daftar belanja yang membantu saya mengonrol pengeluaran saya dan memastikan bahwa saya hanya membeli barang-barang yang benar-benar saya butuhkan”.¹³

Kemudian ibu Yustika mengatakan bahwa:

⁹Hasil wawancara dengan ibu Rosnaini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 11 November 2024

¹⁰Hasil wawancara dengan ibu Widya, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 19 November 2024

¹¹Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

¹²Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

¹³Hasil wawancara dengan ibu Uswa, di Desa Beringin Jaya, Pada tanggal 20 November 2024

“saya sudah merasa memiliki pengalaman yang cukup untuk mengetahui apa yang saya butuhkan, jadi saya itu tidak memerlukan daftar belanja untuk berbelanja di aplikasi belanja online”.¹⁴

Berbeda dengan ibu Dini yang mengatakan bahwa:

“iya, saya memiliki daftar belanja karna dapat memastikan bahwa hanya barang yang betul-betul dibutuhkan yang saya beli, jadi itu termasuk dalam kemampuan mengontrol stimulus”.¹⁵

Ibu-ibu yang memiliki daftar belanja untuk memastikan hanya membeli barang yang dibutuhkan dengan lebih muda mengelola kebutuhan rumah tangga dan membuat keputusan belanja yang lebih bijak.

Ibu Rosnaini, mengatakan bahwa bagaimana dia mengontrol pengeluaran harga barang saat ibu Rosnaini berbelanja di aplikasi belanja online.

“saya membatasi jumlah transaksi saya per hari, saya hanya membeli barang yang betul-betul saya butuhkan agar saya dapat mengontrol pengeluaran saya selama satu bulan”.¹⁶

Ibu Widya, mengatakan bahwa:

“saya sebelum membeli barang yang saya inginkan saya melakukan pengecekan ulasan produk dari pembeli lain terlebih dulu sebelum memesan karna jangan sampai saya hanya melakukan pengeluaran secara berlebihan”.¹⁷

Berbeda dengan ibu Ana, yang mengatakan bahwa dia tidak dapat mengontrol pengeluarannya.

¹⁴Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

¹⁵Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

¹⁶Hasil wawancara dengan ibu Rosnaini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 11 November 2024

¹⁷Hasil wawancara dengan ibu Widya, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 19 November 2024

“saya biasa berbelanja tidak memikirkan seberapa besar pengeluaran yang saya lakukan, tetapi saya hanya melihat bagaimana kualitas barang tersebut yang akan saya beli di aplikasi belanja online”.¹⁸

Kemudian ibu Putri mengatakan bahwa:

“saya itu kadang juga memikirkan pengeluaran saya berapa dalam sebulan karena saya juga masih memiliki kebutuhan-kebutuhan lain yang harus saya penuhi juga, karna saya sekarang sudah menjadi ibu rumah tangga yang masih banyak kebutuhan yang harus terpenuhi”.¹⁹

Ibu Uswa juga mengatakan bahwa:

“saya menghindari berbelanja secara spontan dan memastikan saya memiliki waktu untuk mempertimbangkan pembelian agar saya dapat mengontrol pengeluaran saya saat berbelanja juga”.²⁰

Berbeda dengan Ibu Yustika, yang mengatakan bahwa:

“saya berbelanja sesuai dengan apa yang saya mau, saya tidak mempertimbangkan konsekuensi keuangan jangka panjang bagaimana nantinya”.²¹

Berbeda dengan ibu Dini yang mengatakan bahwa dia mengontrol diri agar pengeluaran keuangannya tidak berlebihan.

“saya menggunakan daftar belanja agar memastikan saya hanya membeli barang yang dibutuhkan”.²²

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online pada ibu-ibu di

¹⁸Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

¹⁹Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

²⁰Hasil wawancara dengan ibu Uswa, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

²¹Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

²²Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta selatan Kab. Luwu Utara

Faktor sosial, faktor psikologi dan faktor literasi keuangan merupakan faktor pengaruh yang dianalisis terhadap perilaku belanja online pada ibu-ibu. Belum ada penelitian yang fokus menggabungkan pengaruh faktor sosial, psikologi dan literasi keuangan terhadap perilaku belanja online di kalangan ibu-ibu, padahal ibu-ibu merupakan pemegang kendali keuangan keluarga. Penelitian ini untuk menghindari sikap boros serta menggali data-data yang terkait dengan faktor-faktor yang mendorong perilaku belanja online ibu-ibu yang kemudian dapat memberikan masukan mengenai cara mengatasi perilaku belanja online.

Mengapa Ibu Rosnaini lebih memilih untuk berbelanja *online* ketimbang membeli secara langsung di toko-toko terdekat? Ia mengatakan:

“Saya tidak bisa bergantung sepenuhnya di aplikasi belanja online karena terkadang kebutuhan sehari-hari seperti makanan yang harus langsung ke toko atau kepasar untuk membelinya apalagi kalau kebutuhan-kebutuhan yang mendesak, saya lebih memilih untuk mencari di toko terdekat”²³

Ibu Widya juga memilih untuk membeli secara *offline* karena dia menghindari resiko penipuan terjadi.

“Biasa saya memilih beli *offline* karena mauka lihat langsung barangnya dan memastikan kualitas barangnya, saya juga menghindari resiko penipuan yang biasa terjadi di belanja online.”²⁴

Berbeda dengan ibu Ana dalam memilih belanja di *online* karena memiliki banyak pilihan yang menarik.

²³Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

²⁴Hasil wawancara dengan ibu Widya, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 19 November 2024

“Kalau saya memilih belanja online, barang-barang yang ditawarkan lebih menarik, mengikuti tren-tren yang ada, serta dapat di akses dengan cukup mudah”²⁵

Ibu Putri juga merasa lebih muda ketika berbelanja di belanja online karena ibu Putri merasa lebih praktis.

“kalau saya memesan *online* lebih mudah bagi saya karena lewat hp saja itu informasi di tau mi dan diantarkan ki lagi ke ruamh tranpa keluar rumah, praktis banget”.²⁶

Ibu Uswa juga merasa sama dengan ibu P karena merasa mudah untuk diakses barang yang di butuhkan.

”iya, memesan *online* lebih mudah diakses itu barang-barang yang di suka baru tidak kayak krtinggalan zaman ki begitu”.²⁷

Sama dengan ibu Yustika yang lebih memilih memesan *online* karena lebih muda mendapatkan barang yang di cari d toko-toko *online*.

“Mengenai hal tersebut memesan *online* lebih efisien tentunya karena kalau kita memesan barang secara *online* barang yang mau dipesan dapat ditemukan disatu toko”.²⁸

Berbeda dengan yang dikatakan oleh ibu Dini yang bisanya mencari barang d toko terdekat tapi tidak menemukan barang tersebut jadi ibu Dini lebih memilih untuk berbelanja di *online*.

²⁵Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

²⁶Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

²⁷Hasil wawacara dengan ibu Uswa, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

²⁸Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

“Kalau saya itu biasa membeli di toko yang ada didekat rumah, tapi biasa juga tidak ada barang-barangnya, jadi lebih baik memesan *online* karena sangat banyak tawaran barang yang di jual baru bagus dan biasanya ada promo”.²⁹

Ibu Rosnaini dalam membeli suatu produk mempertimbangkan terlebih dahulu harga suatu produk

“itu hal yang pasti, ketika kita membeli sebuah barang tentunya mempertimbangkan harga terlebih dahulu”.³⁰

Ibu Widya juga mempertimbangkan harga sebelum memesan barang tersebut.

“Semua orang yang belanja online pasti mempertimbangkan harganya, itu juga saya pasti mempertimbangkan karena pendapatan disesuaikan saja la”.³¹

Berbeda dengan ibu Ana yang melihat kualitas barang tersebut meskipun barang itu harganya tidak murah.

“Bagi saya, ketika harganya mahal berarti barangnya pasti kalitanya baik, sedangkan sebaliknya ketika harga barang murah otomatis barangnya cepat rusak, jadi tentu bagi saya akan mempertimbangkan harga dan kualitas barang”.³²

Ibu Putri juga melihat dari harga barang tersebut.

“Itu hal yang lumrah ketika pembeli melihat harga dan saya juga akan melihat harganya kalau memang cocok dan memenuhi kebutuhan pasti saya pesan”.³³

²⁹Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

³⁰Hasil wawancara dengan ibu Rosnaini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 11 November 2024

³¹Hasil wawancara dengan ibu Widya, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 19 November 2024

³²Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

³³Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

Berbeda dengan ibu Uswa yang mengatakan bahwa

“Perlu memang dipertimbangkan harganya karena biasanya kalau belanja online tidak sesuai dengan apa yang diharapkan barang yang datang”.³⁴

Ibu Yustika mengatakan bahwa dia tidak melihat harga barang tersebut tetapi dia lihat yang terpenting barang tersebut dibutuhkan maka ibu Y akan membelinya.

“Saya biasa beli barang tidak lihat lagi harganya yang penting barang itu ulasan-ulasannya bagus dan barangnya itu saya butuhkan maka pasti saya akan membelinya.”³⁵

Adapun ibu Dini mengatakan bahwa:

“tentu dan pasti saya akan mempertimbangkan harga begitu juga pasti kualitasnya barang yang akan saya pesan”.³⁶

Apakah ibu Rosnaini senang mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama.

“saya kalo sudah mebeli satu produk itu sudah cukup karena saya sudah merasa puas dengan produk yang saya beli dan tidak mau mika mencoba produk-produk yang lain apa lagi kalo sama-sama ji fungsinya”.³⁷

Ibu Widya juga mengatakan bahwa dia tidak memiliki banyak waktu untuk mencoba berbagai produk karena kesibukan pekerjaan.

“saya tidak terlalu banyak waktu untuk memilih-memilih berbagai produk karna saya lebih sibuk dengan keluarga saya dan keterbatasan biaya untuk mencoba berbagai produk”.³⁸

³⁴Hasil wawancara dengan ibu Uwa, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

³⁵Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

³⁶Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

³⁷Hasil wawancara dengan ibu Rosnaini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 11 November 2024

Berbeda dengan ibu Ana yang lebih suka untuk membeli merek yang berbeda tapi memiliki fungsi yang sama.

“kalo saya lebih ku suka membeli produk-produk yang berbeda biar saya lihat perbedaan yang berbeda dengan merek yang lain”.³⁹

Ibu Putri selalu melakukan pembelian produk yang sama hanya karna ingin mencoba berbagai merek kosmetik untuk menemukan yang paling sesuai dengan kulit mereka.

“Saya biasa membeli merek produk kosmetik yang sama tapi beda brend biar saya bisa menemukan yang mana paling sesuai dengan kulit saya”.⁴⁰

Ibu Uswa sering melakukan pembelian merek yang sama untuk melihat kualitas barang tersebut.

“Kalau saya sudah tidak melihat harga lagi, kalau barang tersebut mereknya sama lalu kualitanya bagus yah pasti saya beli apa lagi saya suka mencari produk yang lebih baik dari merek yang biasa saya gunakan”.⁴¹

Ibu Yustika mengatakan bahwa dia suka mencoba berbagai produk pakaian untuk menemukan yang paling nyaman dan sesuai dengan gaya mereka.

“saya itu suka memiliki produk merek yang sama karna saya suka mencoba berbagai produk pakaian yang mereknya sama supaya saya bisa menemukan yang mana paling nyaman saya gunakan”.⁴²

³⁸Hasil wawancara dengan ibu Widya, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 19 November 2024

³⁹Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

⁴⁰Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

⁴¹Hasil wawancara dengan ibu Uswa, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

⁴²Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

Ibu Dini juga suka membeli produk merek yang berbeda.

”kalau saya itu lebih memilih membeli produk yang sama meski berend berbeda supaya saya bisa memilih yang mana kualitas produk yang betul-betul bagus untuk digunakan.”⁴³

Menurut ibu Rosnaini apakah ibu membeli dan memiliki produk import, mahal dan bermerek (brended) mencerminkan symbol status ibu.

”kalau saya tidak terlalu memikirkan untuk memiliki produk import, mahal dan bermerek karena saya lebih memilih untuk memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendesak”.⁴⁴

Begitupun ibu Widya dia lebih memprioritaskan pada fungsi produk tersebut.

”saya itu membeli produk yang lebih memprioritaskan fungsi dengan kualitas barangnya daripada beli produk yang bermerek dan kalau hanya menjadi simbol status”.⁴⁵

Berbeda dengan ibu Ana yang melihat produk dari kenyamanan dan keamanan produk.

”Lebih baik saya membeli produk yang mahal dan produk yang bermerek karena produk itu sudah pasti lebih aman dan nyaman kalau digunakan”⁴⁶

Ibu Putri juga lebih memilih membeli produk yang bermerek karena dia ingin memiliki gaya hidup yang terlihat stylish.

”Saya membeli produk yang bermerek itu biar bisa mencerminkan gaya hidup ibu-ibu yang lebih mewah dan stylish”.⁴⁷

⁴³Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

⁴⁴Hasil wawancara dengan ibu Rosnaini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 11 November 2024

⁴⁵Hasil wawancara dengan ibu Widya, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 19 November 2024

⁴⁶Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

⁴⁷Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

Berbeda dengan ibu U yang tidak terpengaruh dengan tren dan barang yang bermerek.

“masih banyak kebutuhan keluarga saya yang lebih saya prioritaskan dan kebutuhan keluarga saya sehingga saya tidak tertarik dengan barang yang bermerek dan saya tidak terpengaruh dengan opini orang lain”.⁴⁸

Ibu Y suka membeli barang import dan bermerek agar dia mencerminkan simbol status sosialnya.

“saya suka mengoleksi produk impor biar bisa dipakai ke pesta seperti tas, perhiasan dan pakaian biar saya dapat mencerminkan simbol status saya”.⁴⁹

Ibu D juga tidak terlalu memprioritaskan barang yang bermerek meskipun dia juga ingin memiliki produk impor dan bermerek.

“Saya juga ingin punya produk impor tapi lebih baik saya membeli saja produk yang praktis dan hemat”.⁵⁰

3. Peran *self control* dalam mengurangi kecanduan *onlineshop* pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara

Peran *self control* dapat membantu ibu-ibu untuk mengurangi kecanduan *onlineshop* dengan mengendalikan dorongan-dorongan yang berasal dari dalam dirinya dengan menerapkan *self control*. Ibu-ibu dapat membangun perilaku yang baik, bertanggung jawab dan bermanfaat bagi dirinya dan orang lain sehingga ibu-ibu dapat mengatasi berbagai hal buruk yang kemungkinan terjadi.

⁴⁸Hasil wawancara dengan ibu Uswa, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

⁴⁹Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

⁵⁰Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

Melakukan pembelian, apakah ibu-ibu mampu mengontrol diri agar tidak gampang terpengaruh promo pada aplikasi belanja online, ibu Rosnaini mampu mengontrol dirinya agar tidak terpengaruh dengan promo sehingga ibu Rosnaini mengutamakan barang yang mendesak terlebih dahulu.

“Saya mampu mengontrol diri saya agar tidak terpengaruh dengan promo apabila disaat saya kekurangan uang atau ingin membeli barang yang lebih penting, otomatis saya akan mengutamakan barang yang mendesak di rumah terlebih dahulu”⁵¹

Ibu Widya juga mampu untuk menahan diri agar tidak terpengaruh oleh promoasi sehingga ibu Widya mengatakan jika barang yang dibelinya sesuai dengan daftar barang yang dia buat.

“Berbelanja di *online* membuat saya mampu mengontrol diri agar tidak gampang terpengaruh dengan promo, sehingga belanja saya menentukan kebutuhan dimana saya selalu membuat daftar barang yang benar-benar saya butuhkan”⁵²

Berbeda dengan ibu Ana dalam mengontrol dirinya, ibu Ana mengatakan jika keuangannya tercukupi maka dia akan mudah terpengaruh ketika melihat promo yang ada di belanja online.

“Sebenarnya saya susah untuk mengontrol diri saya untuk tidak melakukan belanja online apalagi kalau ada promo dan keuangan saya mencukupi.”⁵³

⁵¹Hasil wawancara dengan ibu Rosnaini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 11 November 2024

⁵²Hasil wawancara dengan ibu Widya, di Desa Beringin jaya, pada tanggal 19 November 2024

⁵³Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

Ibu Putri juga tidak dapat mengontrol dirinya ketika melihat promo, ibu P mengatakan bahwa dia tidak mau ketinggalan tren-tren masa kini apalagi produk tersebut memiliki promo.

“Saya tidak mampu mengontrol diri saat promo apa lagi barang yang saya inginkan mengikuti tren-tren masa kini atau kekinian dan saya khawatir dan takut apabila promonya berlalu dan tidak akan promo lagi kan sayang”.⁵⁴

Ibu Uswa tidak gampang terpengaruh dengan adanya promo dia mempertimbangkan terlebih dulu barang-barang apa yang akan dia beli.

“Saya mampu mengontrol diri agar tidak terpengaruh poromo dengan cara saya tidak langsung membeli saat melihat promo, tunggu beberapa saat untuk mempertimbangkan keputusan dan saya juga selalu membaca ulasan dari pembeli lain untuk memutuskan produk sesuai dengan kebutuhan saya”⁵⁵

Ibu Yustika sulit untuk mengontrol dirinya ketika melihat promo apa lagi jika barang promo tersebut sangat jauh berbeda dengan harga aslinya.

“saya tidak bisa mengontrol diri kalo sudah ada potongan harga apalagi kalo di *onlineshop* itu ada promo yang besar-besaran. Rasanya langsng mau beli, belum lagi kalo harganya bisa sampai setengah harga aslinya”⁵⁶

Ibu Dini berbeda, dia mengatakan jika dia tidak mudah terpengaruh dengan adanya promo.

“saya tidak mudah terpengaruh oleh promo karena biar barang tersebut promo tapi kalo barang tersebut tidak digunakan yahh percuma juga, jadinya hanya mubassir”⁵⁷

⁵⁴Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

⁵⁵Hasil wawancara dengan ibu Uswa, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

⁵⁶Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

⁵⁷Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

Ibu Rosnaini mengambil sebuah keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk atau barang pada aplikasi belanja online memikirkan terlebih dahulu kegunaan atau fungsi dari barang yang akan dibeli.

”Alhamdulillah, saya sebelum belanja pada aplikasi belanja online tentu saya mempertimbangkan dan pasti selalu saya bertanya dulu sama suami sebelum melakukan pemesanan, ketika suami melarang maka saya tidak memesan barangnya”.⁵⁸

Ibu Widya selalu mempertimbangkan dulu barang-barang yang dia inginkan.

“Saya selalu bimbang dan mempertimbangkan terlebih dahulu karena barang-barang yang di tawarkan diaplikasi belanja online menarik dan kekinian, hehehe jadi ketika ada dana barang yang saya inginkan saya beli.”⁵⁹

Berbeda dengan ibu Ana dia mengatakan bahwa ketika dia melihat barang yang lucu dan unik maka dia akan membelinya tanpa memikirkan kegunaan barang tersebut.

“Kadang saya tidak memikirkan kegunaan barang tersebut saya hanya membeli karena rasa penasaran melihat model barang tersebut yang lucu-lucu.”⁶⁰

Ibu P juga mengatakan bahwa jika barang bagus dan berguna pasti dia langsung membeli barang tersebut.

“Iya tergantung, misalnya barangnya bagus terus kegunaannya saya butuhkan dan barang tersebut berguna pasti langsung saya beli, apalagi kalo saya memang lagi punya uang.”⁶¹

⁵⁸Hasil wawancara dengan ibu Rosnaini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 11 November 2024

⁵⁹Hasil wawancara dengan ibu Widya, di Desa Beringin jaya, pada tanggal 19 November 2024

⁶⁰Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

Berbeda dengan ibu U yang memastikan terlebih dahulu barang-barang yang kurang di rumah kemudian ibu U biasa menabung untuk membeli barang yang dia inginkan.

“Sebelum saya memesan di belanja online saya akan melihat barang apa yang kurang di rumah saya kemudian melihat keuangan apakah mencukupi untuk membeli barang yang saya butuhkan, tapi biasa saya menabung untukk membeli barang di belanja online yang memang betul-betul saya butuhkan di rumah.”⁶²

Ibu Yustika mengatakan jika dia melihat fungsi dan kualitas barang tersebut sebelum membelinya.

“Saya membeli barang online melihat dulu fungsinya dan apakah ada barang yang lagi trending dan kaulitasnya bagus maka saya akan memesannya”⁶³.

Ibu Dini selalu memikirkan sebelum memesan karena dia selalu mempertimbangkan kualitas barang tersebut.

“Iya, saya pikir-pikir dulu sebelum memesan, karena hal yang lumrah, saya rasa semua orang sebelum memesan si belanja online pasti mempertimbangkan mulai dari kegunaan, kualitas barang, dan tentnya apakah fungsinya barang itu”⁶⁴

Ibu Rosnaini membeli produk yang membuat penampilan ibu menjadi lebih keren, gaul dan trendy.

“Saya membeli suatu barang karena hanya ingin terlihat keren, gaul dan trendy, tetapi karena kalo gaya yang mau terus diikuti kasihan anak dan suami kebutuhan yang lainnya yang masih banyak mesti di penuhi”.⁶⁵

⁶¹Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

⁶²Hasil wawancara dengan ibu Uswa, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

⁶³Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

⁶⁴Hasil wawancara dengan ibu Dini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 25 November 2024

Ibu Widya juga tidak tertarik untuk mengikuti trend pada zaman sekarang dia hanya ingin meningkatkan kualitas hidupnya.

“Kalau saya terus mau mengikuti trend masa kini, saya tidak membantu meningkatkan kualitas hidup dengan fokus tentang hal-hal yang lebih penting dan berarti”⁶⁶

Berbeda dengan yang dikatakan oleh ibu Ana yang lebih mementingkan penampilannya agar lebih keren meskipun sudah menjadi ibu-ibu.

“Saya lebih memilih menjaga penampilan agar menjadi lebih keren, gaul, dan trendy, biar sudah ibu-ibu tapi tetap harus terlihat tidak ketinggalan zaman hehe”⁶⁷

Ibu Putri juga mengatakan bahwa dia juga lebih mementingkan penampilannya agar dia lebih terlihat percaya diri dan nyaman.

“Iya, karena saya lebih percaya diri dan saya itu merasa lebih nyaman ketika dengan penampilan saya kalo mengikuti tren-tren sekarang.”⁶⁸

Ibu Uswa berbeda pendapat dengan ibu Putri karena ibu Uswa tidak bisa membuat penampilannya mengikuti trend karena keterbatasan finansial.

“Kalau saya tidak minat jika mau ikut-ikut trend dan mau terlihat keren karena saya tidak punya biaya yang besar jadi lebih baik saya tidak ikut-ikut karena keterbatasan finansial”.⁶⁹

Ibu Yustika mengatakan bahwa jika membeli barang membuat penampilan lebih keren.

⁶⁶Hasil wawancara dengan ibu Rosnaini, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 11 November 2024

⁶⁷Hasil wawancara dengan ibu Ana, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 14 November 2024

⁶⁸Hasil wawancara dengan ibu Putri, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 13 November 2024

⁶⁹Hasil wawancara dengan ibu Uswa, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

“Iya, saya lebih suka membeli barang yang membuat penampilan saya lebih keren agar meningkatkan penampilan saya dikalangan para ibu-ibu”.⁷⁰

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan terhadap informasi dalam penelitian ini, maka penulis menyimpulkan pembahasan hasil wawancara sebagai berikut:

- a. Perilaku belanja online ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara

Belanja online merupakan sarana tempat berbelanja yang mudah dan cepat, bahwa waktu yang digunakan berbelanja lebih singkat sehingga minat belanja ibu-ibu semakin meningkat. Dari banyaknya kemudahan yang ditawarkan *onlineshop* secara tidak sadar membuat ibu-ibu berperilaku kecanduan dengan produk yang ditawarkan di belanja online dengan memenuhi kegiatan secara berlebihan.

Begitupun sampel dalam penelitian ini, mereka lebih memilih belanja secara *onlinedikarenakan* harganya lebih murah dibandingkan belanja di toko secara langsung, tidak ada batasan waktu dalam berbelanja, mereka tidak perlu lagi datang ke toko karena barang yang dibeli langsung diantar oleh kurir dan sampai ke alamat pemesan secara tepat.

Adanya berbagai kelebihan dalam berbelanja online secara tidak sadar menjadikan munculnya perilaku kecanduan, dibuktikan sesuai dengan hasil penelitian mereka cenderung ingin selalu berbelanja ketika membuka market

⁷⁰Hasil wawancara dengan ibu Yustika, di Desa Beringin Jaya, pada tanggal 20 November 2024

place tersebut. Biasanya barang yang mereka beli seperti pakaian, tas, sepatu, aksesoris dan perabotan rumah tangga lainnya. Dampak dari kegiatan itu mereka berbelanja produk yang tidak penting, pada akhirnya barang yang dibeli tidak digunakan karena memang mereka tidak membutuhkan, membuat mereka cepat menghabiskan uang yang dimiliki untuk digunakan membeli barang di *onlineshop*.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara adalah dengan adanya aplikasi belanja belanja online mempermudah ibu-ibu dalam mengakses informasi secara detail dari produk yang diinginkan dan dapat membandingkan dengan harga yang ada pada penjual yang lain dengan melalui internet tanpa harus melakukan sebuah pertemuan terlebih dahulu untuk memiliki barang tersebut, dengan mempermudah pengguna dalam mengakses semua kebutuhan akan barang-barang yang diinginkan karena hanya melalui layar *handphone* barang yang diinginkan langsung bisa dibeli tanpa harus keluar ketoko untuk membeli barang-barang kemudian dengan berbagai tawaran-tawaran promo yang menarik yang ditawarkan oleh produsen ke konsumennya sehingga kebanyakan kaum hawa lebih memilih berbelanja dengan menggunakan aplikasi belanja online, kemudian kebanyakan dari ibu-ibu mengikuti sejumlah tren-tren yang ada pada masa kini atau kekinian tentunya, sehingga hal tersebut membuat kaum hawa tertarik dengan barang-barang yang dijual secara *online* dan memesan

barang-barang yang diinginkan walaupun pada dasarnya barang yang mereka pesan tidak terlalu *urgent* untuk kebutuhan sehari-hari, melainkan hanya mengikuti *tren* yang ada dan berkembang sesuai dengan keadaan zaman serta memiliki rasa kepuasan tersendiri ketika barang yang diinginkan telah diperoleh.

Beberapa faktor yang hadir sebagai penentu dari alasan mengapa melakukan aktivitas belanja melalui belanja online. Salah satunya adalah dengan faktor untuk mempengaruhi keputusan pembelian pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara, dalam pengambilan keputusan, ibu rumah tangga dihadapkan juga pada banyak faktor yang mempengaruhi dalam berbelanja. Dari analisis yang dilakukan, terdapat dua faktor yang mempengaruhi ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara melakukan *onlineshop*, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen ibu-ibu Desa Beringin Jaya dalam *onlineshop* sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Faktor internal merupakan salah satu faktor utama yang membuat ibu-ibu menggunakan aplikasi belanja online. Ada beberapa faktor internal yang mempengaruhi ibu-ibu Desa Beringin Jaya dalam melakukan belanja online, yaitu adanya motivasi, kemudahan informasi yang diperoleh, faktor kesehatan, dan faktor psikologis. Faktor tersebut muncul secara naluriah dari dalam diri ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara.

2) Faktor Eksternal

Selain faktor internal, juga ada faktor eksternal atau yang bisa juga disebut faktor yang berasal dari luar. Faktor eksternal yang dimaksud ialah dorongan anggota keluarga, tetangga atau keluarga, iklan di media sosial, efisiensi waktu dan biaya, serta perkembangan budaya yang saat ini mempengaruhi ibu- ibu untuk mengikuti *trend onlineshop*. Faktor eksternal diungkapkan ibu-ibu muncul ketika ibu-ibu pada awalnya tidak memilih belanja online, namun dorongan-dorongan dari luar membuat ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara akhirnya memutuskan untuk melakukan belanja online.

c. Peran *self control* dalam mengurangi perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara

Self control sendiri sangat di butuhkan di dalam diri seseorang dikarenakan ketika didalam diri seseorang memiliki sikap yang mampu untuk memenest segala sesuatu dengan baik serta akan memberi kesan tersendiri didalam menjalani kehidpan yang lebih baik dan dapat terarah sehingga peran *self control* untuk mencegah individu berperilaku implusif agar tidak melanggar standar perilaku atau norma-norma yang berlaku.

Perilaku konsumtif menimbulkan dampak psikologis yang menyebabkan kecanduan dalam berbelanja. *Self control* pada ibu-ibu sangat perlu agar mereka mampu mengarahkan dan mengatur antara kebutuhan dengan keinginan dalam berbelanja khususnya di belanja online. Ketika kemampuan mengontrol diri lemah maka akan mudah berperilaku komsumtif, namun dengan *self control* yang baik dapat menghindarkan ibu-ibu dari penyimpangan perilaku sekaligus mudah

menyesuaika diri, menghadirkan ibu-ibu dari penyimpangan perilaku sekaligus mudah meyesuaikan diri dengan lingkungan. Maka peneliti ini penting dilakukan untuk dapat mengetahui kontrol diri yang dimiliki ibu-ibu dapat berpengaruh atau tidak terhadap perilaku komsumtif dalam berbelanja menggunkan belanja online.

Self control atau pengendalian diri berperan penting dalam kehidupan dengan adanya peran *self control* yang baik dapat membantu seseorang untuk membangun oerilaku yang baik dan bertanggung jawab sehingga menjalin hubungan yang cukup harmonis dengan orang lain dalam menghadapi berbagai situasi dan konflik yang ada dikalangan Masyarakat pada umumnya sehingga dapat mencapai tujuan hidup yang terarah dan dapat mengatur prioritas tertentu dalam membuat keputusan dengan baik sehingga meningkatkan konsentrasi dan dapat mengendalikan emosi dan frustasi didalam diri seseorang agar dapat menjadi pribadi yang lebih kuat dan disiplin dalam menjalani kehidupan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Peran *self control* terhadap perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Kondisi perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara

Kondisi perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara dengan subjek menganggap bahwa belanja secara *online* memudahkan mereka dalam memilih produk tanpa harus meninggalkan rumah, selain itu banyaknya barang yang menarik dengan penawaran yang jauh lebih murah menjadi salah satu alasan mereka dalam belanja online. Hal ini menunjukkan bahwa pengaturan pelaksanaan maupun modifikasi stimulus memiliki peran yang penting untuk subjek dalam mengontrol dirinya.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara, yang pertama adalah beberapa faktor internal yang mempengaruhi ibu-ibu Desa Beringin Jaya dalam melakukan belanja online, yaitu adanya motivasi, kemudahan informasi yang diperoleh, faktor kesehatan, dan faktor psikologis. Sedangkan faktor eksternal yang dimaksud ialah dorongan anggota keluarga, tetangga atau

keluarga, iklan di media sosial, efisiensi waktu dan biaya, serta perkembangan budaya yang saat ini mempengaruhi ibu- ibu untuk mengikuti *trend online shop*. Faktor eksternal diungkapkan ibu-ibu muncul ketika ibu-ibu pada awalnya tidak memilih *online shop*, namun dorongan-dorongan dari luar membuat ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara akhirnya memutuskan untuk melakukan belanja online.

3. Peran *self control* terhadap perilaku belanja online pada ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara

Peran *self control* dalam mengurangi perilaku belanja online pada ibu-ibu di desa Beringin Jaya Kec. Baebunta Selatan Kab. Luwu Utara. Di harapkan kepada ibu-ibu yang cenderung intens dalam berbelanja di *online* untuk lebih mengendalikan diri dan lama kelamaan dapat merubah, mengendalikan bahkan hilang kebiasaan tersebut karena akan merugikan diri sendiri, dengan cara membuat batasan waktu dalam mengakses *market place*, meningkatkan kemampuan dalam mengelola pengeluaran uang, tidak mudah tergiur membeli barang yang ada potongan harga atau diskon, percaya diri terhadap penampilan yang apa adanya dan lebih diutamakan berbelanja untuk yang bermanfaat. Berdasar hasil wawancara dan observasi maka *self control* yang paling dominan adalah ketika dia berbelanja dia mampu mengontrol dirinya terkait dengan *control Keputusan*.

B. Saran

Adapun saran-saran yang ingin peneliti sampaikan telah melakukan penelitian ini. Dengan saran sebagai berikut:

1. Bagi ibu-ibu yang menggunakan aplikasi *online* sebaiknya menggunakan aplikasi *online shop* secara bijak, membeli barang karena kebutuhan, membeli barang di saat memiliki uang yang cukup untuk membayar, bukan memaksakan membeli barang tanpa melihat kemampuan ekonomi masing-masing, serta tidak melakukan tindakan mengghambur-hamburkan uang.
2. Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat menjadi sumber acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai perilaku *self control* terhadap belanja *online*. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan-kekurangan dalam penelitian ini. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat lebih dalam menggali variabel lain seperti Pengaruh kontrol diri terhadap keseimbangan kerja dan keluarga pada ibu-ibu yang berkarir sebagai konten kreator, yang dapat mempengaruhi kontrol diri individu tersebut. Sehingga peneliti selanjutnya dapat lebih berkembang dan dapat memberikan manfaat bagi banyak orang seperti Masyarakat. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian *Single subject* agar dapat melihat persentase individu mengenai perilaku *self control* (kontrol diri).

DAFTAR PUSTAKA

Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-qur'an, 2015

Al-Mighwar, Muhammad. 2006. *Psikolog Remaja Petunjuk Bagi Guru dan Orang Tua*. Bandung: Pustaka Setia.

Alfatir, Adlin. 2009. *Resistensi Gaya Hidup Teori dan Realitas*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.

Anggraeni, Ririn dan Sulis Mariyanti. 2014. "Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul". Jakarta.: Jurnal Psikologi.

Anggraini, Bhuwaneswary. 2016. *Perilaku belanja online dari Mahasiswa*. Yoyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Aminuddin. 2024. *Kepala Desa Beringin Jaya*.

Budiasni, Ni Wayan Novi. 2020. *Corporate Social Responsbility*. Bali: Nilacakra.

Djali. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Ekna Satryati. 2021. *Pola Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia di Era Pandemi Covid-19*. CV Literasi Abadi.

Ghufron, M. Nur dan Rini Risnawita S. 2011. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Gunarsa, Singgih. 2009. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia.

Hartono, Jogiyanto. 2018. *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis data*. Yogyakarta: CV Offset.

Hermawan Kartajaya. 2013. Anxieties/Desires. Gramedia Pustaka Utama.

[https://www.liputan6.com/bisnis/read/5447108/masih diganrungi-pengguna-ecommerce-Indonesia-capai-196-juta-di-2023](https://www.liputan6.com/bisnis/read/5447108/masih-diganrungi-pengguna-ecommerce-Indonesia-capai-196-juta-di-2023), (Diakses pada 27 Januari

Jean, Baudrillard. 2009. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Jaya, I Made Laut Mertha. 2020. *Metode penelitian Kualitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Jamaluddin, Vivi Chandra, Dkk. 2021. *Pengaruh Metodologi Penelitian*. Medan: Yayasan kita menulis.

Kamal, Muhiddinur. 2022. *Hubungan Self-Control dengan Hasil Belajar Siswa di MAN 2 Padang Panjang Masa Pandemi*. Sumatra Barat: Multidisiplin Ilmu.

Kawaung J.R Evelin. 2021. *Dampak Aplikasi Belanja Online (Online shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap minat Belanja Masyarakat*. Kelurahan Girian Weru Li Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara.

Kotler. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Marsela, Dwi Ramadona. 2019. *Kontrol Diri: Definisi dan Faktor*. Tasikmalaya: Innovative Conseling.

Marselina, Lina. 2018. *Hubungan Prngungkapan diri dengan Kecanduan Media, Ditinjau dari Kepribadian Introvert dan Ekstrovert*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Margono. 2019. *Metodologi Peneleitian Pendidikan*. Bandung: Asdi Mahatsyah.

Muna Farida Nailil. 2019. *Pengaruh Pembelian Online dan Pembelian Offline Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening*. Yogyakarta: Studi Kasus pada 3Secound.

Nasillah Putri Agustin. 2023. *Online Shopping Habit Sebagai Budaya Masyarakat Modern*. Studi kasus asyarakat era digital.

isa, Chondryna Latifun. 2017. *Pengaruh Kontrol Diri, Harga Diri dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Komsumtif Belanja Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas as Negeri Semarang.

Purnama, Puspita. 2022. *Penerapan Teknik Self Control untuk Mengurangi Prilaku Komsumtif*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.

Pratiwi, Haning Dwi. 2013. *Online Shop Sebagai Cara Belanja Mahasiswa UNNES*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Rohmah, Eka Putri Izzatur. 2021. “*Konseling Islam dengan Terapi Realitas untuk Mengatasi Perilaku Shopaholic Online Shop pada Seorang Remaja di Desa Tekerharjo Lamongan*”. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

alsabila, Putri. 2022. *Teknik Self Managemen Dengan Terapi Syukur untuk Mengatasi Shopaholic Online Pada Masyarakat*.

Santika. 2020. *Penerapan Layanan Konseling Kelompok Individual Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. Banda Aceh: UIN Ar-raniry

Sandi, Ferawaty. 2022. *Dampak Pemelian Online di Shopee dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic*. Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Palopo.

Sari, Chacha Andira. 2016. *Perilaku belanja online dikalangan mahasiswa Antropologi*. Universitas Airangga: Jurnal Antro Unairdonet.

Sawal, La. 2022. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Self-Control Siswa*. Sulawesi Tengah: Atteding

Solihin, Desi. 2020. *Pengaruh kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku dengan Minat beli Sebagai Variabel intervening*. Jurnal Mandiri.

ugiono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suryabrata, Sumadi. 2013. *Metode Penelitian*.

Soehadha, Moh. 2012. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk studi Agama*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Kali Jaga.

Wijaya, Intan Preatihastari. 2012. *Efikasi Diri Akademik, Dukungan social Orangtua dan penyesuaian diri Mahasiswa Dalam Perkuliahan*. Jurnal Person.

L
A
M
P
I
R
A
N

LAMPIRAN I PERSURATAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
Jl. Bakau, Balandai, Telp. 081 382 929 945. Fax.0471-325195 Kota Palopo

Nomor : 1830/ln.19/FUAD/TL.01.1/11/2024 Palopo, 1 November 2024
Lampiran : Proposal
Perihal : *Permohonan Izin Penelitian*

Kepada
Yth. Dinas Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPTSP)

Di-
Luwu Utara

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa mahasiswa (i) kami, yaitu :

Nama	:	Raudhatul Jannah R
NIM	:	1901030062
Fakultas	:	Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Program Studi	:	Bimbingan Konseling Islam
Semester	:	IX (Sembilan)
Tahun Akademik	:	2024/2025

Akan melaksanakan penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul, *Peran Self Control untuk Mengurangi Kecanduan Online Shop pada Ibu-ibu di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara*

Demikian permohonan ini dibuat, atas perkenanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Abdain, S.Ag., M.H.I
NIP 19710512 199903 1 002



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPMPTSP)

Jl. Simpurusiang Nomor.27 Masamba, Telp : (0473) 21000 Fax : (0473) 21000 Kode Pos : 92966
Email : dpmptsp@luwuutarakab.go.id Website : <http://dpmptsp.luwuutarakab.go.id>

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 02895/01609/SKP/DPMPTSP/XI/2024

Membaca : Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Raudhatul Jannah. R beserta lampirannya.
Menimbang : Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara
Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara;
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah;
4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
6. Peraturan Bupati Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan, Non Perizinan dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada :
Nama : Raudhatul Jannah. R
Nomor Telepon : 082347746998
Alamat : Dsn. Cempaka I, Desa Beringin Jaya, Kec. Baebunta Selatan, Kab. Luwu Utara
Sekolah / Instansi : IAIN Palopo
Judul Penelitian : Perana Self Control Untuk Mengurangi Kecanduan ONLINE Shop Pada IBU-IBU di Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara
Lokasi Penelitian : Desa.Beringin Jaya, Kecamatan.Bebunta Selatan, Kabupaten. Luwu Utara

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 2024-11-11 s/d 2024-11-30.
2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.
3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan/atau ketentuan berlaku.

Diterbitkan di : Masamba
Pada Tanggal : 12 November 2024

An. BUPATI LUWU UTARA
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU



Dilantik dengan teknologi oleh:
Republik Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Luwu Utara
P. Alauddin Sukri, M.Si
08110204161015

Ir. Alauddin Sukri, M.Si
NIP : 196512311997031060

Disampaikan kepada :

1. Lembar Pertama yang bersangkutan;



2. Lembar Kedua Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;

LAMPIRAN II PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah anda memiliki strategi untuk menghindari situasi yang membuat anda ingin berbelanja *online*?
2. Apakah anda memiliki daftar belanja yang membantu anda memastikan bahwa hanya barang yang dibutuhkan yang dibeli?
3. Bagaimana anda mengontrol pengeluaran anda saat berbelanja *online*?
4. Mengapa anda lebih memilih untuk berbelanja *online shop* ketimbang membeli secara langsung di toko-toko terdekat?
5. Apakah anda dalam membeli suatu produk mempertimbangkan terlebih dahulu harga suatu produk?
6. Apakah anda senang mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama?
7. Apakah anda membeli dan memiliki produk import, mahal atau bermerk (*brended*) mencerminkan symbol status anda?
8. Apakah anda mampu mengontrol diri agar tidak gampang terpengaruh promo pada aplikasi *online shop*?
9. Apakah anda mengambil sebuah keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk atau barang pada aplikasi *online shop* memikirkan terlebih dahulu kegunaan atau fungsi dari barang yang akan dibeli?
10. Apakah anda membeli produk yang membuat penampilan ibu menjadi lebih keren, gaul dan trendy?

DATA INFORMAN PENELITIAN

1. Nama : Ibu Rosnaini
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Kondisi Kecanduan : Rendah

2. Nama : Ibu Widya
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Kondisi Kecanduan : Rendah

3. Nama : Ibu Ana
Pekerjaan : Guru
Kondisi Kecanduan : Tinggi

4. Nama : Ibu Putri
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Kondisi Kecanduan : Sedang

5. Nama : Ibu Uswa
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Kondisi Kecanduan : Rendah

6. Nama : Ibu Yustika
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Kondisi Kecanduan : Tinggi

7. Nama : Ibu Dini
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Kondisi Kecanduan : Rendah

DOKUMENTASI



Wawancara dengan ibu Rosnaini 11 November 2024



Wawancara dengan ibu Yustika 20 November 2024



Wawancara dengan ibu Dini 15 November 2024



Wawancara dengan ibu Putri 13 November 2024



Wawancara dengan ibu Ana 14 November 2024



Wawancara dengan ibu Uswa 20 November 2024



Wawancara dengan ibu Widya 19 November 2024

RIWAYAT HIDUP



Raudhatul Jannah. R, lahir di Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan Kabupaten Luwu Utara pada tanggal 20 Maret 2001. Penulis merupakan anak terakhir dari tiga bersaudara. Buah hati dari pasangan seorang ayah Raning, SP. Dan ibu Harni, S.Pd.I. Penulis menempuh Pendidikan Taman kanak-kanak RA. AL-IRSYAD AL-ISLAMIYYAH Beringin Jaya pada tahun 2006 dan lulus pada tahun 2008, kemudian, ditahun yang sama, penulis melanjutkan Pendidikan di SDN 046 Lara I dan lulus pada tahun 2013. Kemudian, ditahun yang sama menempuh pendidikan di SMP AL-IRSYAD AL-ISLAMIYYAH Beringin Jaya hingga tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan Pendidikan di MAN Luwu Utara mengambil jurusan IPS, dan lulus pada tahun 2019, pada tahun 2019 penilis tercatat sebagai Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Islam Fakultas UsdhuIuddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Contact person penulis: JRaudhatul791@gmail.com