

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, memiliki sistem transportasi yang kompleks dan dinamis. Berbagai moda transportasi saling terhubung untuk melayani kebutuhan mobilitas masyarakat dan mendukung kegiatan ekonomi nasional. Moda transportasi darat mendominasi pergerakan di Indonesia, dengan kendaraan pribadi seperti sepeda motor dan mobil menjadi pilihan utama masyarakat. Transportasi umum seperti bus, angkot, dan kereta api juga memainkan peran penting, terutama di wilayah perkotaan dan antar kota. Infrastruktur jalan terus dikembangkan untuk meningkatkan konektivitas, namun kemacetan di kota-kota besar masih menjadi tantangan utama.

Pemanfaatan dan keluwesan memberikan alasan utama bagi setiap individu yang memilih menggunakan sepeda motor. Pada dasarnya sepeda motor diciptakan guna kebutuhan sebagai sarana transportasi masyarakat agar memudahkan perjalanan dari tempat satu ke tempat. Sehingga seiring berkembangnya zaman menyebabkan banyaknya diproduksi berbagai jenis motor. Namun disisi lain sepeda motor juga dapat menjadi representasi dari kepemilikan seseorang dan menjadi suatu kegiatan yang dianggap sebagai hobi bagi pemiliknya. Hal ini menjadikan sepeda motor sebagai hal yang sangat beralasan ketika terbentuknya klub motor di kota-kota besar, karena menjadi sarana untuk menyalurkan hobi atau sekadar sebagai tempat berkumpul. Klub motor merupakan suatu kelompok yang terdiri dari berbagai macam individu, berkumpul menjadi satu atas suatu

kesamaan (Nurbanaat & Desiningru 2020) Klub motor terbentuk atas kesamaan ketertarikan, hobi, dan visi-misi yang bersama. Identitas komunitas biasanya tercermin melalui atribut khusus yang dipasang pada sepeda motor anggota. Saat ini, ada berbagai klub motor dengan karakteristik unik masing-masing. Salah satu bentuk dari klub motor seperti klub pengguna motor *custom*. Klub pengguna motor *custom* menjadi salah satu tren yang sangat diminati dari berbagai kalangan, mulai dari kalangan muda hingga tua. Klub ini menjadi wadah bagi individu yang memiliki kecintaan terhadap kendaraan yang telah dimodifikasi. Motor *custom* sendiri merujuk pada motor yang dirancang atau dimodifikasi sesuai dengan preferensi pembeli, pengguna, atau spesifikasi individu tertentu (Manurung, 2024). Salah satu bentuk dari klub motor *custom* yakni klub motor *custom* yang ada di Kota Palembang.

Klub pengguna motor *custom* di Palembang merupakan sekelompok orang-orang yang menjadi pengguna sekaligus pencinta motor *custom* yang ada di Palembang. Beberapa nama klub pengguna motor *custom* di Palembang yakni klub *ride and grill*, klub pempek ka-ride, dan klub motor *custom* Palembang. Berbagai klub ini berkembang pesat, menjadi wadah bagi para pecinta modifikasi kendaraan untuk berbagi inspirasi dan pengalaman. Pada klub motor *custom* ini, setiap anggota tidak hanya sekedar berkumpul untuk memamerkan hasil karya modifikasi mereka, tetapi juga saling berbagi pengetahuan, tips, dan trik terkait dunia motor *custom*. Selain itu dalam rangka mempererat kebersamaan maka klub motor *custom* ini sering mengadakan acara kumpul bersama, seperti turing, ataupun kegiatan sosial yang memperkuat ikatan antaranggota. Namun disisi lain, pada klub

pengguna motor *custom* ini juga berlomba-lomba untuk memodifikasi motor sebagaimana mungkin agar bisa terlihat unik dan menarik. Sehingga menjadikan motor yang digunakan bisa termodifikasi sesuai dengan keinginan.

Fenomena yang terjadi didalam klub pengguna motor *custom* di Palembang adalah para pengguna motor *custom* dalam klub ini sering melakukan pemodifikasian motor *custom* secara berlebihan yang membuat pengguna motor *custom* mengeluarkan biaya besar-besaran sesuai keinginan. Hal ini dilakukan untuk menunjang penampilan motor *custom* yang digunakan. Para pengguna motor *custom* ini melakukan perubahan bentuk rangka dan mesin yang mana perubahan ini membutuhkan biaya besar-besaran dengan kisaran harga dari lima juta rupiah sampai dengan yang temahal mencapai sepuluh juta rupiah. Para pengguna motor *custom* ini juga melakukan pengoleksian barang-barang *custom* berupa knalpot, tangki bensin, jok dan barang lainnya yang cukup mahal dengan harga *spearpart* tersebut mulai dari satu juta rupiah sampai dengan lima juta rupiah. Selain itu, para pengguna motor *custom* dalam klub ini juga sering mengikuti event-event pameran modifikasi motor dengan mengeluarkan biaya besar dalam pemodifikasian motor agar bisa memenangkan event. Pengguna motor *custom* di Palembang ini semakin hari semakin banyak yang berminat untuk ikut dalam klub motor *custom* yang ada di Palembang. Alasan mereka ikut dalam klub motor *custom* agar terlihat keren, memperluas relasi sesama pengguna motor *custom* di Palembang dan juga untuk menambah wawasan dan referensi yang berkaitan untuk pemodifikasian motor *custom*

Kemudian dalam klub ini juga diikuti oleh pengguna yang sudah menikah dan bahkan sudah memiliki anak, sehingga terkait dengan biaya yang dikeluarkan untuk pemodifikasian yang dilakukan memicu terjadinya pertengkaran suami dan istri, karena para pengguna motor *custom* ini lebih mementingkan kebutuhan motornya daripada kebutuhan dalam keluarga. Selain itu para pengguna motor yang masih berstatus mahasiswa/pelajar dan juga belum memiliki pekerjaan dan pendapatan yang tetap sering juga lebih memeningkan dan memaksakan diri untuk memodifikasi motornya dari pada hal lain. walaupun mereka tidak mempunyai pendapatan yang cukup mereka tetap melanjutkan pemodifikasian motor *custom* miliknya dengan menggunakan uang yang dipinjam pada temannya bahkan ada yang mengajukan pinjaman online menggunakan aplikasi. Dalam hal pemodifikasian yang dilakukan oleh pengguna motor *custom* dalam klub ini terutama pada pengguna motor *custom* yang berstatus mahasiswa/pelajar yang belum mempunyai pendapatan tetap, mengarah pada tindakan perilaku konsumtif karena dalam pemodifikasian motor pengguna motor *custom* membeli barang secara berlebihan dan rela mengeluarkan biaya yang lebih hanya untuk memuaskan keinginannya.

Perilaku konsumtif menurut Ancok (Zuliyansah dkk., 2024) merupakan suatu dorongan dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas yang mana lebih mementingkan faktor emosional dari pada faktor rasional atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan, perilaku konsumtif ini terjadi karena seseorang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi semata-mata hanya untuk mencoba barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu

membutuhkan. Sumartono (Aryandi, 2023) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan, dalam hal ini individu dilakukan hanya untuk memenuhi kesenangan belaka yang berkaitan dengan hal-hal emosional, sehingga perasaan bangga setelah melakukan sesuatu yang juga dikenal dengan pembelian yang tidak rasional.

Peneliti melakukan Observasi di salah satu bengkel tempat anggota komunitas motor *custom* berkumpul yaitu di bengkel Rotom Garage. Berdasarkan fenomena yang terjadi dilapangan yaitu dikomunitas motor *custom* di Palembang, peneliti melakukan observasi kepada pengguna motor *custom* yang ada di Palembang. Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan pada tanggal 21 April 2024 sampai dengan 23 April 2024 pada klub pengguna motor *custom* yakni terlihat para pengguna motor *custom* sering melakukan perubahan atau pemodifikasian ban, tromol, knalpot, *velg* motor dan cat motor. Bahkan dalam hal pemodifikasian terlihat para pengguna motor *custom* ini rela sampai melakukan perubahan pada bagian mesin dan kerangka motor yang mana membutuhkan biaya besar. Terlihat juga oleh peneliti bahwa para pengguna ini membeli barang sparepart motor sampai menaikkan tenaga motor, yang diketahui dalam hal ini pengeluaran biaya dalam setiap barang yang dibeli itu membutuhkan nominal pengeluaran besar. Namun disisi lain pada para pengguna motor *custom* yang terlihat kagum dengan modifikasi motor *custom* milik pengguna motor *custom* lainnya.

Peneliti juga melakukan wawancara untuk mendukung fenomena dan observasi yang terjadi dilapangan. Wawancara ini dikembang berdasarkan ciri-ciri perilaku konsumtif dari teori Engel, Blackwell, dan Miniard (Andika & Mawardah, 2022), yakni (1) Lebih mementingkan hasrat atau keinginan semata-mata untuk mencari kesenangan, (2) Berperilaku boros terhadap uang, (3) Mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya.

Wawancara pertama dilakukan pada subjek A (*personal communication 27 April 2024*) di klub pengguna motor *custom* Palembang. Berdasarkan ciri pertama yakni lebih mementingkan hasrat atau keinginan semata-mata untuk mencari kesenangan, didapatkan hasil bahwa subjek mengungkapkan membeli barang-barang motor memiliki tujuan untuk memperkeren tampilan modifikasi motornya, sehingga dengan begitu dapat memberikan rasa kebahagiaan tersendiri bagi subjek ketika melihat motor kesayangannya tampil kece dan elegan, subjek juga mengungkapkan motor miliknya sudah dianggapnya sebagai sahabat yang sudah diibaratkan olehnya sebagai sahabat dapat menjadi lebih elegan. Subjek juga menjelaskan bahwa dia mendapatkan uang untuk memodifikasi motornya dengan meminjam uang kepada temannya walaupun subjek melimpahkan hutangnya kepada keluarganya dikarenakan subjek tidak di berikan uang untuk memodifikasi motor. Subjek juga menceritakan alasan orang tua subjek tidak memberikan uang dikarenakan kondisi ekonomi keluarga subjek yang terbilang pas-pasan.

Wawancara kedua dilakukan pada subjek J (*personal communication 27 April 2024*) di klub pengguna motor *custom* Palembang. Berdasarkan ciri kedua

berperilaku boros terhadap uang, didapatkan hasil bahwa subjek mengungkapkan sangat memperhatikan motor *custom* yang digunakannya baik dari dalam mesin maupun luar mesin. Hal ini bertujuan agar penampilan body motor *custom* miliknya tetap unik dan menarik perhatian. Menjaga berbagai mesin dalam motor menurutnya suatu keharusan, karena dengan menjaga mesin dalamnya akan menjadikan motor yang dimilikinya tetap baik dan menjadikan penggunaan motor dapat bertahun-tahun. Subjek juga mengungkapkan bahwa dirinya ketika membeli produk untuk modifikasi motornya tidaklah tanggung-tanggung dengan rela membeli *spearpart* dengan harga yang cukup mahal, seperti contohnya ban motor merek *firestone classic* dengan harga kisaran satu jutaan untuk satu ban, ada juga *spearpart* seperti *velg* merek *vrossi* dengan kisaran harga lima ratus ribu untuk satu buah *velg* dan masih banyak lagi *spearpart* yang lainnya. Subjek menjelaskan untuk sekali memodifikasi seluruh motornya bisa menghabiskan uang sebesar lima juta rupiah. Selain itu Subjek juga menjelaskan bahwa uang untuk memodifikasi motornya didapatkan dari bekerja paruh waktu sebagai barista dengan gaji sejuta lima ratus ribu rupiah perbulan. Subjek juga mengatakan dengan gaji yang dia terima tidak cukup untuk memodifikasi motor *custom* impiannya dan subjek juga tidak sabar untuk memodifikasi motornya sehingga subjek memutuskan meminjam uang kepada temannya untuk memodifikasi motor *custom* miliknya.

Wawancara ketiga dilakukan pada subjek L (*personal communication* 27 April 2024) di klub pengguna motor *custom* Palembang. Berdasarkan ciri ketiga mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya, didapatkan hasil bahwa subjek L mengungkapkan terus

mengikuti perkembangan trend motor *custom*. Hal ini karena menurutnya sebagai pencinta motor *custom* patutlah untuk mengikutinya agar motor yang digunakan dapat terus selaras dengan perkembangan modifikasi baru. Subjek juga mengungkapkan bahwa subjek sangat antusias saat memodifikasi motor, karena menurutnya dengan memodifikasi motor miliknya sesuai keinginan sendiri ataupun trend maka membuat subjek senang dengan penampilan baru motornya. Sebagai contohnya subjek menjelaskan trend modifikasi motor yang sedang ramai di sosial media sekarang adalah modifikasi motor jenis *chopper* dan *bobber* yang awalnya modifikasi motor subjek ialah berjenis *japstyle*. Subjek menjelaskan bahwa bagian-bagian motor beserta harganya yang diubah terdiri dari tangki motor seharga lima ratus ribu rupiah, kerangka motor seharga tiga juta rupiah, ban seharga satu juta rupiah untuk satu ban, *velg* seharga sejuta rupiah untuk satu pasang, shock depan seharga tiga juta rupiah dan banyak variasi lainnya. Subjek mengatakan total keseluruhan untuk memodifikasi motor miliknya sejumlah kurang lebih sepuluh juta rupiah. Subjek menjelaskan bahwa pemodifikasian motor *custom*nya dikerjakan secara bertahap dengan menghabiskan uang dua juta rupiah sampai dengan empat juta rupiah setiap bulannya sampai motor *custom*nya selesai.

Berdasarkan hasil kuisisioner awal yang dilakukan peneliti tanggal 08 - 09 Juni 2024 melalui Google form dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang merupakan anggota komunitas motor *custom* yang ada di Palembang. Angket awal ini diambil berdasarkan ciri-ciri dari Perilaku konsumtif yaitu : (1) Lebih mementingkan hasrat atau keinginan semata-mata untuk mencari kesenangan, (2)

Berperilaku boros terhadap uang, (3) Mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya.

Pada pernyataan angket awal yang disebar pada ciri perilaku konsumtif yang pertama yaitu mementingkan hasrat atau keinginan semata-mata untuk mencari kesenangan terdapat 81 orang atau 81% anggota komunitas motor *custom* memodifikasi motor sesuai trend meskipun baru saja dimodifikasi, 78 orang atau 78% anggota komunitas motor *custom* tetap menggunakan knalpot racing meskipun mengganggu pendengaran orang lain. Pada pernyataan angket awal yang disebar pada ciri perilaku konsumtif yang kedua yaitu berperilaku boros terhadap uang 84 orang atau 84% anggota komunitas motor *custom* membeli barang modifikasi motor yang mahal. 77 orang atau 77% anggota komunitas motor *custom* rela mengeluarkan uang untuk modifikasi motor meskipun lebih dari penghasilan. Pada pernyataan angket awal yang disebar pada ciri perilaku konsumtif yang ketiga yaitu mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang di belinya 74 orang 74% anggota komunitas motor *custom* mengikuti modifikasi trend motor terbaru meskipun berhutang pada orang lain. 79 orang atau 79% anggota komunitas motor *custom* tetap membeli aksesoris motor meskipun kurang bermanfaat.

Sebagaimana dengan pendapat yang kemukakan Kotler dan Keller (2021) yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu psikologis (kontrol diri, persepsi, konsep diri, kepribadian, motivasi, pengalaman belajar), faktor budaya (peran budaya, sub budaya, dan kelas sosial), faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, status dan peran), faktor pribadi (pekerjaan, kondisi ekonomi, dan

gaya hidup). Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada seseorang menurut Kotler dan Keller adalah kontrol diri. Hal ini didukung juga oleh pendapat (Arum & Khoirunnisa, 2021) yang mengungkapkan bahwa kontrol diri dapat membantu individu dalam mengendalikan perilaku untuk mengambil keputusan pembelian melalui adanya pertimbangan terhadap barang yang akan dibeli.

Goldfried dan Merbaum (Patawa, 2019) mengungkapkan bahwa kontrol diri merupakan suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk yang dapat membawa individu ke arah konsekuensi positif. Tangney, Baumeister, dan Boone (Marsela & Supriatna, 2019) juga mengemukakan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu dalam menentukan setiap perilakunya berdasarkan pada nilai atau standart seperti moral, aturan, dan nilai-nilai pada masyarakat yang berpengaruh positif.

Fenomena yang terjadi pada klub pengguna motor *custom* di Palembang adalah para pengguna motor *custom* ini cenderung mudah tergoda untuk membeli barang untuk memodifikasi motor yang tidak terlalu diperlukan hanya karena mereka merasa terinspirasi dari sosial media. Para pengguna motor *custom* ini kesulitan untuk mengendalikan pengeluaran mereka dan sering kali menghabiskan lebih banyak uang daripada yang mereka hasilkan. Selain itu, para pengguna motor *custom* suka merasa cemas ketinggalan trend motor *custom* sehingga mendorong mereka membeli barang untuk modifikasi motor yang sebenarnya tidak mereka butuhkan hanya untuk mengikuti orang lain. Para pengguna motor *custom* ini juga lebih mudah terpengaruh oleh strategi pemasaran, seperti iklan, diskon, dan

promosi. Hal ini karena terkadang mereka membeli barang yang tidak mereka butuhkan namun hanya karena harganya murah atau karena merasa harus memilikinya.

Peneliti juga melakukan observasi pada klub pengguna motor *custom* Palembang untuk mendukung fenomena yang ada, hasil observasi yang didapatkan adalah bahwa pada klub ini para pengguna motor *custom* sering melakukan pembelian aksesoris motor secara spontan tanpa pertimbangan pikir panjang. Selain itu dilihat dari pengobservasian peneliti diketahui bahwa para pengguna motor *custom* ini juga membeli barang untuk modifikasi yang cukup mahal, seperti sparepart motor yang digunakan pada tiap pengguna terbilang mahal.

Peneliti juga melakukan wawancara pada beberapa pengguna motor di Palembang. Pada wawancara ini dikembangkan dari teori Thompson (Nurbianyah, 2016) mengidentifikasi beberapa ciri individu yang memiliki kontrol diri, yakni: 1) kemampuan mengendalikan perilaku impulsif ataupun tindakan yang diikuti dengan kemampuan saat menghadapi rangsangan yang tidak diinginkan; 2) kemampuan untuk menunda sebuah kepuasan dengan segera yang bertujuan mengatur tindakan untuk meraih hasil yang bernilai atau lebih diterima di sekitar; 3) kemampuan untuk mengantisipasi suatu kejadian/peristiwa mendatang.

Pada hasil wawancara pertama pada subjek A pada tanggal (*personal communication* 27 April 2024) berdasarkan ciri pertama yakni kemampuan mengendalikan perilaku impulsif ataupun tindakan yang diikuti dengan kemampuan saat menghadapi rangsangan yang tidak diinginkan, didapatkan hasil bahwa subjek mengungkapkan mudah tergoda untuk membeli barang untuk motor

apalagi pada saat barang untuk modifikasi motor tersebut sedang trend, meskipun barang yang dibelipun hanya untuk cadangan saja dan bahkan sebenarnya terkadang membeli barang trend yang tidak dibutuhkan. Subjek juga menjelaskan bahwa dia terkadang ingin menjadi yang pertama di komunitasnya memiliki barang yang sedang trend tersebut, subjek tidak berpikir panjang lagi dengan harga dan kegunaan barang yang dibelinya yang terpenting bagi subjek barang trend tersebut ada di motor *customnya*. Subjek juga menjelaskan contoh barang trend yang dibelinya adalah *stop lamp*, *head lamp*, *shock springer* dan masih banyak lagi. subjek mengatakan bahwa barang trend yang dibelinya tersebut sebenarnya tidak terlalu perlu diganti namun subjek merasa harus memilikinya karena subjek menganggap barang trend tersebut harus ada di motor *customnya*. Cara agar subjek terhindar dari perilaku impulsif ini adalah dengan cara dia meminta kepada temannya untuk selalu mengingatkannya agar tidak terlalu boros dalam memodifikasi motor. Temanya selalu mengingatkan agar uang milik subjek lebih baik di simpan atau di gunakan untuk hal-hal yang bermanfaat lainnya.

Pada hasil wawancara pada subjek J pada tanggal (*personal communication* 27 April 2024) berdasarkan ciri kedua yakni kemampuan untuk menunda sebuah kepuasan dengan segera yang bertujuan mengatur tindakan untuk meraih hasil yang bernilai atau lebih diterima di sekitar, didapatkan hasil bahwa subjek mudah tergiur untuk langsung memodifikasi motor *customnya* terutama pada saat para pengguna motor *custom* di klub motornya mulai melakukan modifikasi terbaru, hal ini juga agar dirinya tidak merasa tertinggal dari modifikasi motor di klubnya namun subjek masih memiliki kendali pada dirinya untuk menahan membeli *sparepart* yang

subjek inginkan agar bisa menabung terlebih dahulu supaya bisa memodifikasi motor *customnya* secara penuh sesuai keinginan subjek. Subjek juga menjelaskan cara agar dia terhindar dari Tindakan tersebut dengan memikirkan masa depan agar subjek lebih sering untuk menabung untuk kebutuhan yang lebih penting atau subjek akan menggunakan uangnya agar memodifikasi motornya sekaligus.

Pada hasil wawancara pertama pada subjek L pada tanggal (*personal communication* 27 April 2024) berdasarkan ciri ketiga yakni kemampuan untuk mengantisipasi suatu kejadian / peristiwa mendatang, didapatkan hasil bahwa subjek terkadang melakukan pembelian barang untuk motor *customnya* dengan harga yang dinilainya cukup besar baginya, namun karena dirinya tidak ingin ketinggalan trend maka terkadang dirinya sampai-sampai berhutang untuk membeli perlengkapan modifikasi motor *customnya*, karena barang yang trend terkadang cepat habis. Sehingga dirinya terkadang ditagih hutang terus-menerus oleh orang yang menjadi tempatnya berhutang tersebut. Subjek juga menjelaskan bahwa dirinya untuk sekarang ingin mengubah pola pikirnya yang selalu bertindak tergesa-gesa tanpa berpikir Panjang, subjek mulai sekarang ingin melunasi hutang-hutangnya dan ingin lebih bersyukur dengan motor *cutom* yang dimilikinya sekarang.

Berdasarkan hasil kuisioner awal yang dilakukan peneliti tanggal 08 – 09 Juni 2024 melalui Google form dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang merupakan anggota komunitas motor *custom* yang ada di Palembang. Angket awal ini diambil berdasarkan ciri-ciri dari control diri yaitu : 1) kemampuan mengendalikan perilaku impulsif ataupun tindakan yang diikuti dengan

kemampuan saat menghadapi rangsangan yang tidak diinginkan; 2) kemampuan untuk menunda sebuah kepuasan dengan segera yang bertujuan mengatur tindakan untuk meraih hasil yang bernilai atau lebih diterima di sekitar; 3) kemampuan untuk mengantisipasi suatu kejadian/peristiwa mendatang.

Pada pernyataan angket awal yang disebar pada ciri yang pertama yaitu kemampuan mengendalikan perilaku impulsif ataupun tindakan yang diikuti dengan kemampuan saat menghadapi rangsangan yang tidak diinginkan terdapat 73 orang atau 73% anggota komunitas motor *custom* marah-marah ketika modifikasi motor yang dihasilkan tidak sesuai keinginan, 81 orang atau 81% anggota komunitas motor *custom* bertengkar pada orang yang menghalangi keinginan untuk memodifikasi motor. Pada pernyataan angket awal yang disebar pada ciri yang kedua yaitu kemampuan untuk menunda sebuah kepuasan dengan segera yang bertujuan mengatur tindakan untuk meraih hasil yang bernilai atau lebih diterima di sekitar terdapat 82 anggota atau 82% anggota komunitas motor *custom* tetap membeli aksesoris motor *custom* meskipun keluarga tidak setuju, 73 orang atau 73% anggota komunitas motor *custom* tetap menggunakan motor *custom* meskipun lingkungan rumah mengoceh. Pada pernyataan angket awal yang disebar pada ciri yang ketiga yaitu kemampuan untuk mengantisipasi suatu kejadian/peristiwa mendatang terdapat 87 orang atau 87% anggota komunitas motor *custom* lebih mementingkan pembelian aksesoris motor tanpa memikirkan dana darurat, 82 orang atau 82% anggota komunitas motor *custom* memiliki tabungan pribadi.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku Konsumtif pada klub pengguna motor *custom* di Palembang.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada dasarnya mempunyai tujuan dan menjelaskan secara empiris mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada klub pengguna motor *custom* di Palembang.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sumbangan ilmiah dan pemikiran dalam ranah ilmu psikologi, khususnya ranah psikologi industri dan organisasi.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Manfaat penelitian yang didapatkan bagi penulis adalah menjadi sebuah penambah wawasan dan pengalaman langsung terkait ilmu tentang Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri.

b) Bagi Subjek Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terhadap subjek penelitian diharapkan bisa menjadi acuan pembelajaran untuk bisa terus menerapkan kontrol diri dalam kehidupan sehari-hari.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi inspirasi terkait penelitian selanjutnya dalam meneliti topik yang sama dengan menggunakan sebagian komponen sebagai referensi dan diharapkan untuk bisa lebih dikembangkan lagi dalam penelitian selanjutnya.

D. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini merupakan hasil dari beberapa penelitian terdahulu dimana penelitian tersebut memiliki karakteristik yang hampir serupa atau sama dalam hal tema yang dikaji walaupun ada perbedaan dalam kriteria subjek penelitian, jumlah populasi dalam variabel penelitian dan metode analisis yang digunakan. Penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengenai “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Klub Pengguna Motor *Custom* Di Palembang”.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan Sudarisman (2021) Terkait dengan judul penelitian tentang Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi. Metode pengumpulan data menggunakan pendekatan kuantitatif dan Subjek Penelitian Ini sejumlah 130 mahasiswi. Instrumen penelitian ini menggunakan dua skala yaitu

skala perilaku konsumtif melalui online shop yang terdiri dari 26 item dengan reliabilitas sebesar 0.966 serta skala kontrol diri yang terdiri dari 15 item dengan reliabilitas sebesar 0.920. Hasil analisis data menggunakan Pearson Product Moment menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui online shop pada mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2016, dengan nilai korelasi sebesar -0.861 dan signifikansi $p < 0.05$ yang artinya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif melalui online shop, begitu pula sebaliknya.

Tripambudi & Indrawati (2020) melakukan penelitian yang hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 207 Mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan skala kontrol diri (26 aitem valid dengan koefisien reliabilitas 0.935) dan skala perilaku konsumtif pembelian gadget (26 aitem valid dengan koefisien reliabilitas 0.895). Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget ($r_{xy} = -0,207$; $p=0,003$). Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pembeli gadget, dan semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pembelian gadget. Kontrol diri memberikan sumbangan efektif sebesar 4,3% terhadap perilaku konsumtif pembelian gadget.

Penelitian lain yang hampir serupa dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Arum & Khoirunnisa (2021) dengan judul penelitian Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi jurusan Psikologi UNESA dengan jumlah sampel 131 mahasiswi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik parametrik korelasi Product Moment Pearson. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce Shopee, hal ini diketahui berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,00 ($p < 0,01$). Selain itu, diketahui pula nilai koefisien korelasi sebesar -0.633 dengan artian bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk kuat dan negatif. Semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimunculkan.

Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Siallagan dkk (2021) dengan judul Hubungan kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. Desain penelitian ini adalah menggunakan metode korelasional dengan pendekatan cross sectional. Pengambilan sampel yang digunakan probability sampling dengan jumlah 135 orang. Hasil penelitian menunjukkan self control tinggi 78 orang (57,8%) dan perilaku konsumtif tinggi 39 orang (28,9%). Hasil analisis dengan uji statistik chi-square diperoleh nilai p (value) = 0,001 ($p < 0,05$) yang berarti ada

hubungan yang signifikan antara self control dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi ners di STIKes Santa Elisabeth Medan. Diharapkan mahasiswa untuk lebih meningkatkan self control sehingga perilaku konsumtif tidak semakin tinggi.

Salamah (2022) melakukan penelitian yang hampir serupa dengan penelitian ini dengan judul Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Pakaian Online Pada Mahasiswi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebanyak 256 mahasiswa. Hasil penelitian mengatakan bahwa antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terdapat hubungan dengan nilai $\rho = -0,182$ dan $p = 0,004$ pada sig. (2-tailed) yang berarti korelasinya signifikan karena lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Korelasi tersebut disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dengan nilai $r = (0,182)$. Pada penelitian ini rata-rata mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki kecenderungan tingkat perilaku konsumtif yang sedang yaitu sebesar 72,7%. Sedangkan tingkat kontrol diri rata-rata mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki kecenderungan tingkat kontrol diri sedang yaitu sebesar 60,9%.

pada penelitian ini dilakukan di Klub pengguna motor *custom* di Palembang dengan subjek penelitian para anggota klub motor *custom*. Jumlah subjek penelitiannya yakni sejumlah 150 orang dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni angket tertutup menggunakan google form dengan teknik analisis data menggunakan

teknik analisis regresi sederhana. Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa meskipun penelitian sebelumnya sudah banyak penelitian terdahulu terkait Kontrol diri dan perilaku konsumtif, namun tetap terdapat beberapa perbedaan yang dapat dilihat dari sisi subjek penelitiannya, tempat penelitian, metode yang digunakan, serta data-data yang digunakan dalam penelitian ini. Maka dari itu, keaslian pada penelitian dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya

