

Mengubah Perilaku *Compulsive Buying* Pada Remaja Melalui *Cognitive Behavioral Therapy* : Literature Review

¹Norafika Virly, ²Abdul Muhid

¹² Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya , Indonesia

Email: ¹norafikavirly7@gmail.com, ²abdulmuhid@uinsby.ac.id

ABSTRACT

In the current era of globalization, the higher the level of production and circulation of goods and services offered to the public. The number of offers affects attitudes towards the purchase and use of goods. The desire to buy a product that is excessive is the beginning of the emergence of compulsive buying behavior. This behavior affects all circles of society, one of which is teenagers. Adolescents who have the characteristics of being easily persuaded, unstable, impulsive and tend to be extravagant will easily experience compulsive buying behavior. Compulsive buying is defined as a buying behavior that is carried out by a person repeatedly and occurs automatically in response to certain inner states or events. Compulsive buying behavior is not carried out excessively so that it causes problems in life. This study aims to determine whether cognitive behavioral therapy can change compulsive buying behavior in adolescents. Furthermore, in the analysis process, this research uses a literature study method by collecting various sources from scientific journals, scientific articles, and books related to research variables. The results of the literature study show that cognitive behavioral therapy can change compulsive buying behavior in adolescents.

Keyword : *Compulsive Buying, Cognitive Behavioral Therapy, Adolescents*

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, semakin tinggi tingkat produksi dan peredaran produk barang dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Banyaknya penawaran tersebut tentu mempengaruhi sikap individu terhadap pembelian dan pemakaian barang. Adanya keinginan untuk membeli suatu produk yang berlebihan merupakan awal munculnya *compulsive buying behavior*. Perilaku ini melanda semua kalangan masyarakat, salah satunya adalah kaum remaja. Remaja yang memiliki karakteristik mudah terbujuk rayuan, labil, impulsif dan cenderung boros akan dengan mudah mengalami *compulsive buying behavior*. Pembelian kompulsif didefinisikan sebagai perilaku membeli yang dilakukan oleh seseorang secara berulang dan terjadi secara otomatis sebagai respon terhadap keadaan batin atau kejadian tertentu. *Compulsive buying behavior* ini dilakukan cenderung berlebihan sehingga menyebabkan masalah dalam hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *cognitive behavioral therapy* dapat mengubah *compulsive buying behavior* pada remaja. Selanjutnya dalam proses analisis, penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan mengumpulkan beragam sumber dari jurnal ilmiah, artikel ilmiah, serta buku-buku yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil penelitian studi literatur ini menunjukkan bahwa *cognitive behavioral therapy* dapat mengubah *compulsive buying behavior* pada remaja.

Kata Kunci : *Compulsive Buying, Cognitive Behavioral Therapy, Remaja*

Pendahuluan

Berbelanja adalah kegiatan rutin yang lumrah dilakukan masing-masing individu. Berbelanja dilakukan untuk memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder, namun berbelanja dianggap oleh beberapa orang sebagai hal yang menyenangkan & tidak jarang menjadi salah satu usaha untuk mengatur emosi, mengekspresikan diri & membangun identitas diri (Dittmar, 2005). Berdasarkan laporan Nielsen Consumer & Media View Survey periode 2011-2015, tercatat bahwa barang yang paling sering dibelanjakan secara online oleh konsumen di Indonesia adalah pakaian. Nielsen menyebutkan 5 barang yang paling sering dibelanjakan konsumen di *e-commerce* terdiri dari pakaian (69%), peralatan rumah tangga/home appliance (10%), buku (7%), tiket travel (7%), &

komputer (6%) (Lesmana et al., 2017). Akan menjadi gaya hidup, kebiasaan & akhirnya menjadi budaya yang disebut dengan budaya konsumtif apabila sikap konsumtif yang muncul tanpa adanya hambatan atau penyangkalan (Fitri & Nursalim, 2013).

Perasaan & emosi, dua hal ini sangat menjadi motif terbesar konsumen untuk berbelanja, maka sering kali pembelian dilakukan tanpa proses berpikir & tanpa mempertimbangkan kebutuhan sesungguhnya akan produk atau jasa yang dibeli (Lesmana et al., 2017). Menurut Nielsen Company, perusahaan riset di Indonesia, setiap tahunnya tren belanja di Indonesia berkembang semakin impulsif yang dibuktikan berdasarkan data Nielsen menunjukkan pada tahun 2010, 21% belanja tidak pernah merencanakan barang yang ingin dibeli dan hasil ini

mengalami kepesatan dibandingkan pada tahun 2003 yang hanya 10%. Lebih lanjut, data Nielsen mengatakan bahwa tahun 2010 menunjukkan terdapat 39% pembelanja merencanakan membeli sesuatu, namun selalu ada barang tambahan di luar rencana awal. Dengan demikian, masyarakat Indonesia akan menjadi pembeli impulsif disebabkan oleh belanja *online* yang semakin memudahkan seseorang untuk belanja tanpa melihat waktu & tempat (Decilya, 2011). Pembelian barang yang dilakukan tanpa melihat kebutuhan akan barang tersebut dapat merupakan indikasi pembelian kompulsif (Sharma et al., 2009).

Meskipun berbelanja merupakan kebutuhan & hal yang lumrah dalam kehidupan modern, penelitian tentang belanja telah menunjukkan bahwa sebagian orang beranggapan berbelanja juga merupakan kegiatan rekreasi & bentuk hiburan dengan nilai yang bermanfaat. Namun, jika dibawa secara ekstrem, berbelanja (atau membeli) bisa menjadi aktivitas yang berbahaya & merusak bagi sebagian kecil individu (Yuniarti, 2016). Christenson dkk, mencatat bahwa *Compulsive Buying Behaviour* menghasilkan: (i) hutang besar (58,3%), (ii) ketidakmampuan untuk memenuhi pembayaran (41,7%), (iii) kritik dari kenalan (33,3%), (iv) konsekuensi hukum & keuangan (8,3%), (v) masalah hukum pidana (8,3%) & (vi) rasa bersalah (45,8%) (Christenson et al., 1994). Prevalensi *compulsive buying behaviour* telah meningkat secara signifikan selama dua dekade terakhir & semakin mendapat perhatian lebih dari para peneliti. Estimasi prevalensi dalam survei representatif telah mengungkapkan tingkat *Compulsive Buying Behaviour* berada di antara 6% & 7%, & indeks poin bertingkat menunjukkan bahwa orang yang lebih muda & wanita lebih rentan untuk mengembangkan gangguan tersebut (Maraz et al., 2016).

Masa kini perilaku konsumtif sudah melanda semua kalangan masyarakat, salah satunya ialah kaum remaja. Menurut Santrock (2011) di masa remaja, individu akan cenderung menyukai berbagai hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal tersebut disebabkan karena remaja berusaha untuk memperoleh kemandirian & menemukan identitas dirinya (Santrock, 2011). Sementara itu, pada usia remaja akan muncul beberapa perubahan baik perubahan fisik, sikap, perilaku & emosi, yang salah satunya merupakan perubahan perilaku yang cenderung konsumtif (Sukari et al., 2013). Perilaku konsumtif

sama dengan *compulsive buying behavior*, dimana memiliki arti perilaku seseorang yang melakukan pembelian secara tidak wajar (Kurnia, 2013). Shohibullana (2014) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan yang melibatkan pelaksanaan, konsumsi, pembelian produk atau jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului & mengikuti tindakan tersebut (Yuliyawati et al., 2018).

Compulsive buying behaviour ditandai dengan dorongan impulsif & perilaku kompulsif yang mengakibatkan belanja berlebihan yang menyebabkan penurunan nilai yang signifikan, gangguan pada fungsi sosial atau pekerjaan, & sering kali mengakibatkan masalah hukum atau keuangan (Granero et al., 2017). *Compulsive buying behaviour* tidak termasuk dalam versi terbaru DSM-5, maupun dalam CD-10, oleh karena itu tidak ada konsensus mengenai kriteria diagnostik. Definisi operasional umumnya mengandalkan kesamaan dengan gangguan kontrol impuls & mencakup aspek kognitif & perilaku. ini sangat terkait dengan kondisi kejiwaan lainnya, tingkat komorbiditas seumur hidup yang sangat tinggi dengan gangguan mood & kecemasan Axis, gangguan makan, gangguan obsesif-kompulsif, gangguan penggunaan zat, kecanduan perilaku lainnya & gangguan kontrol impuls (el-Guebaly et al., 2011). Penelitian telah menemukan bahwa *Compulsive buying behaviour* cenderung berjalan melalui perjalanan perkembangan kronis dalam keluarga yang menampilkan gangguan suasana hati & penggunaan zat (Spinella et al., 2015).

Compulsive buying behaviour telah didefinisikan sebagai keasyikan dengan membeli, dorongan untuk membeli yang tidak dapat ditolak & membeli lebih dari yang dapat diberikan atau hal-hal yang tidak diperlukan (Spinella et al., 2015). Individu dengan *Compulsive buying behaviour* sering kali menggambarkan tingkat dorongan atau kecemasan yang meningkat yang dapat dikurangi & mengarah pada rasa penyelesaian hanya ketika pembelian dilakukan. *Compulsive buying behaviour* adalah gangguan yang sering terjadi pada sebagian kecil pengunjung pusat perbelanjaan & dikaitkan dengan indikator psikopatologi yang penting & kuat seperti tekanan psikiatri, gangguan kepribadian ambang, & penyalahgunaan zat. Dibandingkan dengan pembeli non-kompulsif, *compulsive buying behaviour* lebih dari dua kali lebih mungkin untuk menyalahgunakan

zat & memiliki gangguan mood atau kecemasan & tiga kali lebih mungkin untuk mengembangkan gangguan makan daripada pembeli non-kompulsif (Black et al., 1998). *Compulsive buying behaviour* didasari adanya hasrat menginginkan dari pada membutuhkan item tertentu, sehingga hasrat untuk belanja dapat muncul kapanpun & dimanapun (O'Guinn & Faber, 1989).

Menyikapi maraknya *compulsive buying behaviour* saat ini, semua orang khususnya para remaja harus bisa mengontrol keinginan untuk menggunakan atau mengonsumsi barang-barang yang tidak diperlukan secara berlebihan untuk menghindari munculnya *compulsive buying behaviour*. *Compulsive buying behaviour* pada remaja harus dikontrol mengingat remaja tidak memiliki penghasilan sendiri. Jika hal ini terjadi pada remaja bahkan sudah menjadi gaya hidup, maka akan mempengaruhi perilaku remaja itu sendiri terlebih lagi pada kestabilan ekonomi keluarga, khususnya bagi orang tua (Fitri & Nursalim, 2013). *Compulsive buying behaviour* memiliki kesamaan dengan perilaku konformitas yaitu didasari oleh pikiran atau keyakinan yang salah, sehingga *compulsive buying behaviour* dapat di hilangkan dengan menggunakan pendekatan konseling *cognitive behavioral therapy* yang mana *cognitive behavioral therapy* menekankan perubahan keyakinan seseorang bahwa pola pikir membeli barang yang sebenarnya tidak perlu itu harus dirubah tidak boleh dijadikan kebiasaan (Palupi, 2018). *Cognitive behavioral therapy* didasarkan pada prinsip bahwa pikiran merupakan salah satu penyebab terbentuknya perasaan & perilaku seseorang (Jacobs et al., 2011).

Dengan melihat fenomena yang telah dijabarkan diatas maka layanan konseling yang dapat digunakan untuk membantu konseli dalam mengurangi *compulsive buying behaviour* adalah dengan menggunakan pendekatan *cognitive behavioral therapy* (Yulianawati et al., 2018). *Cognitive Behavioral Therapy* membantu klien melihat bagaimana mereka menginterpretasi & mengevaluasi apa yang terjadi sekarang di sekitar mereka & dampak dari persepsinya tersebut pada pengalaman emosional mereka. Dalam *cognitive behavioral therapy*, terapis akan mengidentifikasi, bertanya, & mengubah pikiran, sikap, asumsi, & kepercayaan klien. Cara untuk meminimalisir masalah emosi tersebut yaitu dengan mengidentifikasi pikiran yang mengganggu klien, melihat apa yang dipikirkan & kenyataan yang terjadi,

serta memposisikan atau menegakkan kembali 'pikiran yang lurus' dengan mempertimbangkan situasi dari berbagai sudut pandang (Wahidah & Adam, 2018). *Cognitive behavioral therapy* tidak hanya membantu konseli belajar mengenali & menghentikan pikiran yang tidak realistis, tetapi juga menggantikan pikiran yang tidak realistis menjadi realistis secara akurat (Nursalim, 2007).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis *systematic review*. Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan tulisan ilmiah dari berbagai mesin atau *data base* yang terkait topik *compulsive buying* pada remaja (Ashford et al., 2010). Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan berbagai tulisan ilmiah dengan menggunakan bantuan mesin data *pubmed*, *media neliti*, *mason publishing*, *prosiding SNBK*, *journal unnes*, *prosiding seminar nasional psikologi*, *sage*, dan *research gate*. Peneliti menggunakan *keyword* diantaranya adalah "*compulsive buying behavior*" "*cognitive behavioral therapy*" "*perilaku konsumtif*" "*fenomena perilaku konsumtif remaja*" "*hedonis*" "*addictive behaviour*" "*consumer behaviour*" "*shopping addiction*" "*impulsivity*" "*compulsivity*". Kemudian proses selanjutnya adalah melakukan *judgement & selection* untuk mendapatkan artikel-artikel yang relevan dengan tujuan penelitian.

Hasil dan pembahasan

1. Compulsive Buying Behaviour

Compulsive buying behaviour menurut Kwak et. al (2003), yaitu suatu perilaku pembelian yang tidak terkontrol yang merupakan respon atas suatu kejadian atau perasaan yang negatif. Tujuan utamanya adalah mencari kesenangan pada proses pembeliannya bukan pada produknya (Kwak et al., n.d.). *Compulsive buying* merupakan salah satu bentuk pembelian yang menyimpang dimana individu yang memiliki perilaku *addictive* cenderung mempunyai rasa percaya diri yang rendah sebagai anak-anak maupun remaja. Rasa percaya diri yang rendah ini sering dijumpai pada individu yang memiliki perilaku *compulsive buying*, dan mereka akan merasa lebih nyaman dengan membeli sesuatu yang dapat meningkatkan identitas diri mereka (Kurnia, 2013). Dittmar (2005), mengemukakan bahwa *compulsive buyer* memiliki hasrat yang tidak dapat ditahan (*irresistible*) untuk membeli atau mendapatkan sesuatu, tidak memiliki

kemampuan untuk mengendalikan perilaku pembeliannya, dan akan terus melakukan kebiasaan untuk membeli sesuatu secara berlebihan, yang terkadang tidak dibutuhkan, tanpa mengindahkan dampak yang mungkin timbul dalam kehidupan pribadi, sosial, ataupun pekerjaan dan kesulitan dalam masalah finansial (Dittmar, 2005).

O'Guinn dan Faber (1989) mendefinisikan *compulsive buying behaviour* sebagai keadaan kronis dengan pembelian repetitif menjadi respon utama terhadap peristiwa atau perasaan negatif (O'Guinn & Faber, 1989). Aktivitas membeli yang dirasa memberikan perasaan menyenangkan sementara waktu, menjadi sesuatu yang sulit dihentikan dan akhirnya membawa dampak buruk bagi *compulsive buyer*. Menurut Edwards (1993), *compulsive buying behaviour* merupakan bentuk abnormal dari belanja dan pengeluaran di mana konsumen yang terlibat memiliki suatu dorongan sangat kuat, tidak terkontrol, kronis, dan berulang untuk belanja dan menghabiskan uang. Penghabisan uang secara kompulsif secara khusus berfungsi sebagai cara untuk meringankan perasaan negatif seperti stress dan kecemasan (Lesmana et al., 2017). Individu dengan *compulsive buying behaviour* sering berada pada kondisi mendesak sehingga akan mengalami *tension* (ketegangan) yang mengharuskan mereka untuk segera membeli (Dwarawati, 2015).

American Psychiatric Association (1985), mendefinisikan *compulsive buying* sebagai perilaku berulang dan kelihatannya bertujuan yang dilakukan sesuai dengan aturan atau dengan cara stereotip (Workman & Paper, 2010). Nataraajan dan Goff (1991) mendefinisikan bahwa *compulsive buying* merupakan kecenderungan adiktif, perilaku *compulsive buying* tersebut merupakan perilaku yang muncul secara terus menerus karena tidak adanya keinginan individu untuk melawan keinginan atau merupakan motif yang berulang karena perasaan bahagia ketika melakukan pembelian barang-barang yang menarik, yang bermerek, ataupun tidak menarik bahkan yang tidak menyenangkan sehingga kecenderungan pembelian tersebut dapat mengganggu fungsi fundamental yang baik. *Compulsive buying* terjadi dikarenakan adanya perasaan yang tidak nyaman pada diri seseorang sehingga untuk menghidari dari ketidaknyamanan individu mengalihkan dengan melakukan belanja. Mereka tidak berfikir seberapa

banyak uang yang akan dihabiskan ketika berbelanja mereka hanya menginginkan kenyamanan dan kesenangan (Sharma et al., 2009). Salah satu penyebab perilaku *compulsive buying* di Jerman adalah maraknya pusat perbelanjaan dan gaya hidup yang semakin tinggi (Raab et al., 2011).

Pembelian kompulsif adalah gangguan yang sering terjadi pada sebagian kecil pengunjung pusat perbelanjaan dan dikaitkan dengan indikator psikopatologi yang penting dan kuat seperti tekanan kejiwaan, gangguan kepribadian ambang, dan penyalahgunaan zat (Maraz et al., 2016). Pembelian kompulsif adalah perilaku dari kecanduan belanja, hal ini muncul karena adanya dorongan ataupun keinginan dari psikologis jiwa individu yang disebabkan perasaan dirinya berbeda dengan orang lain, merasa tidak dihargai dan memiliki harga diri yang lemah (Spinella et al., 2015). Perilaku pembelian kompulsif merupakan respon natural ketika individu mengalami emosi negatif dan penurunan harga diri. Individu melakukan hal tersebut karena ingin keluar dari kenyataan yang terjadi pada dirinya sehingga pembelian kompulsif dilakukan untuk melindungi dirinya dari gambaran diri (*self image*) atau untuk memperbaiki emosi negatif yang dialami (Faber, 2010).

Pembelian kompulsif didasari adanya hasrat menginginkan dari pada membutuhkan tem tertentu, sehingga hasrat untuk belanja dapat muncul kapanpun dan di manapun (O'Guinn & Faber, 1989). Definisi pembelian kompulsif yang banyak diterima dalam kajian literatur klinis menurut Faber (2010) dengan tiga kriteria yaitu: (1) kesibukan maladaptif dengan pembelian atau belanja atau dorongan maladaptif dari membeli atau belanja. (2) Dorongan dan perilaku membeli yang dialami menyebabkan kesulitan dalam hidup, menghabiskan waktu, secara signifikan mengganggu fungsi sosial atau pekerjaan atau menyebabkan masalah finansial yang serius. (3) Pembelian atau perilaku belanja yang berlebihan tidak hanya terjadi secara khusus selama periode *hypomania*, akan tetapi bisa juga terjadi pada episode *mania* (Faber, 2010). Berdasarkan teori-teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembelian kompulsif adalah pembelian yang dilakukan individu secara repetitif, terjadi secara otomatis sebagai respon terhadap kondisi perasaan atau peristiwa tertentu (Lesmana et al., 2017).

2. Cognitive Behavioral Therapy

Cognitive behavior therapy merupakan pendekatan konseling yang berfokus pada pembenahan kognitif yang menyimpang akibat peristiwa yang merugikan dirinya baik secara fisik maupun psikis (Palupi, 2018). *Cognitive behavioral therapy* adalah intervensi psikologis yang menangani interaksi antara cara berpikir, merasakan dan berperilaku (Lesmana et al., 2017). Selain itu, *cognitive behavioral therapy* dianggap penggabungan terapi perilaku dan kognitif yang sebagian besar berfokus pada bekerja dengan klien. Meskipun ada banyak pendekatan untuk *cognitive behavioral therapy*, cenderung ada beberapa fitur umum. Misalnya, *cognitive behavioral therapy* umumnya merupakan pendekatan direktif untuk psikoterapi yang membantu klien untuk menantang pikiran bermasalah mereka dan untuk mengubah perilaku yang terkait dengan pikiran tersebut (Rice, 2015).

Cognitive behavioral therapy didasarkan pada model kognitif penyakit mental, yang pertama kali dikembangkan oleh Beck (1964). Dalam bentuk yang paling sederhana, model kognitif 'membuat hipotesis bahwa emosi dan perilaku orang dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap peristiwa (Fenn & Byrne, 2013). ini bukanlah situasi di dalam dan dari dirinya sendiri yang menentukan apa yang orang rasakan melainkan cara mereka menafsirkan suatu situasi (J. S. Beck, 2011). Dengan kata lain, bagaimana perasaan orang ditentukan oleh cara mereka menafsirkan situasi daripada situasi itu sendiri. Misalnya, pasien depresi dianggap terlalu negatif dalam interpretasi kejadian (A. T. Beck, 1976).

Dalam *cognitive behavioral therapy*, 'model kognitif' digunakan sebagai kerangka kerja untuk memahami tekanan mental seseorang atau masalah yang muncul (J. S. Beck, 2011). Proses menempatkan pengalaman stimulus individu dalam kerangka perilaku kognitif dikenal sebagai 'formulasi'. Formulasi adalah 'Hipotesis tentang penyebab, pencetus dan mempertahankan pengaruh masalah seseorang' (Eels, 1997). Formulasi ini dimaksudkan untuk memahami pengalaman individu dan membantu saling memahami kesulitan individu. Formulasi dapat dikembangkan dengan menggunakan format yang berbeda, dicontohkan dengan berbagai cara merumuskan depresi (Fenn & Byrne, 2013).

Konseling *cognitive behavioral therapy* mengasumsikan bahwa perilaku terbuka individu dipengaruhi oleh proses kognitif (Corey, 2012).

Selain itu, *cognitive behavioral therapy* didasarkan pada prinsip bahwa pikiran merupakan salah satu penyebab terbentuknya perasaan & perilaku seseorang (Jacobs et al., 2011). Pendekatan ini juga telah diadaptasi untuk pasien dengan berbagai tingkat pendidikan & pendapatan serta berbagai budaya & usia, dari anak-anak hingga orang dewasa & orang tua. Saat ini digunakan juga di pusat perawatan & kantor medis, program sekolah kejuruan & penjara di berbagai pengaturan lainnya. Selain itu, pendekatan konseling ini digunakan dalam kelompok, pasangan, & format keluarga (J. S. Beck, 2011).

Pendekatan dari *cognitive behavioral therapy* ini tidak hanya berfokus pada perubahan perilaku, tetapi lebih pada adanya distorsi kognitif pada individu untuk menyelesaikan masalah (Corey, 2012). Dalam proses intervensi *cognitive behavioral therapy*, teknik yang digunakan adalah restrukturisasi kognitif & penghentian pikiran. Restrukturisasi kognitif adalah prosedur yang mencoba membentuk kembali pola kognitif, asumsi, keyakinan, & penilaian yang tidak rasional, merusak, & merugikan diri sendiri (Nursalim, 2007). *Cognitive behavioral therapy* adalah bentuk psikoterapi yang dapat membantu mengurangi emosi, perilaku, dan respons fisiologis yang berpotensi merugikan. Terapi ini banyak digunakan untuk mengobati gangguan kejiwaan, masalah psikologis, masalah medis dengan komponen psikologis, gangguan kejiwaan komorbiditas, kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan penyakit, kepatuhan yang buruk terhadap pengobatan dan masalah perilaku terkait penyakit lainnya (Tunsuchart et al., 2020).

Compulsive Buying Behaviour pada Remaja

Masa remaja merupakan masa di mana individu akan mengalami perubahan fisik, sikap, emosi, dan perilaku. Salah satunya adalah perubahan pada perilaku yang cenderung konsumtif (Sukari et al., 2013). Menurut Sumartono (2002) munculnya perilaku konsumtif pada remaja disebabkan karakteristik psikologis remaja yang masih berada dalam proses pencarian jati diri, serta emosi remaja yang cenderung labil menyebabkan mereka mudah terkena pengaruh lingkungan (Sumartono, 2002). Parma (2007) menyatakan bahwa remaja selalu mengikuti keinginan mereka supaya terlihat *fabulous*

atau *cool*, dan memotivasi mereka untuk memiliki sesuatu yang bukan keharusan sehingga menjadi lebih konsumtif (Anggraini & Santhoso, 2017).

Menurut Bush (Hylander, 2013) remaja merupakan salah satu kelompok yang sangat potensial bagi pemasar sebagai target pemasaran produk mereka, sehingga remaja tumbuh dalam budaya konsume-risme yang membuat remaja terlibat dalam perilaku konsumtif. Lebih lanjut, Mangkunegara (2005) mengungkapkan bahwa karakteristik remaja yang mudah terbuju rayuan dan masih labil, impulsif dalam berbelanja kurang realistis dalam berpikir, serta cenderung berperilaku boros yang menjadikan remaja lebih konsumtif. Sukari, *et al.* (2013) mengungkapkan bahwa kecenderungan remaja untuk berperilaku konsumtif dikarenakan semakin banyaknya sarana dan prasarana yang ada seperti pusat perbelanjaan atau *mall*, *cafe*, tempat makan atau restoran yang mengalami peningkatan (Sukari *et al.*, 2013). Remaja yang terjebak dalam kehidupan perilaku konsumtif seringkali menghabiskan uangnya hanya untuk membeli berbagai macam keperluan yang berdasarkan keinginannya bukan kebutuhan, seperti membeli *handphone*, pakaian, makanan, hiburan, dan lain-lain. Hal ini senada dengan pendapat Solomon (1996) yang mengungkapkan bahwa sebagian besar uang remaja digunakan hanya untuk membeli produk-produk yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan pada diri mereka sendiri (Anggraini & Santhoso, 2017).

Mangestuti (2014) melakukan penelitian yang dilakukan pada remaja Indonesia, ditemukan model pembelian kompulsif pada remaja dalam perspektif teori belajar sosial terjadi melalui proses dinamika (Mangestuti, 2014). Proses dinamika tersebut adalah lingkungan keluarga yang kondusif berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga diri. Harga diri yang tinggi mempengaruhi kemampuan subjek dalam mengontrol diri (Sukari *et al.*, 2013). Kontrol diri yang tinggi mampu mengendalikan diri dari materialisme. Materialisme yang rendah mampu mengurangi terjadinya pembelian kompulsif (Lesmana *et al.*, 2017).

Fenomena dimana adanya perilaku konsumtif, menurut Sumartono (2002) bahwa perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja (Sumartono, 2002). Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Bukan

hanya sebatas makanan saja, akan tetapi konteks perilaku konsumtif sangat luas (Maraz *et al.*, 2016). Contohnya penggunaan pemakaian pulsa baik pulsa internet ataupun pulsa telepon, pembelian brand-brand mahal sebagai wujud dari eksistensi sosial, makanan dan minuman, dan masih banyak hal lainnya (Palupi, 2018).

Perilaku konsumtif didominasi oleh kalangan remaja ini dibuktikan oleh Penelitian yang dilakukan Schiffman dan Kanuk (2004) menunjukkan bahwa remaja pada usia antara 16-21 tahun tergolong konsumen yang konsumtif, karena dalam membeli produk hanya ditujukan untuk prestise dan harga diri (Schiffman & Kanuk, 2004). Remaja menyadari bahwa dalam usahanya mengikuti mode terbaru dibutuhkan modal yang tidak sedikit. Apalagi pergantian mode yang relatif cepat (3-4 bulan) membuat remaja semakin konsumtif dalam mengkonsumsi pakaian mode terbaru sehingga remaja rela menekan dana untuk pembelian (Palupi, 2018). Naomi dan Mayasari (2010) menemukan bahwa kontrol diri dan materialisme berpengaruh terhadap pembelian kompulsif pada remaja (Naomi & Mayasari, 2009).

Penelitian lainnya dilakukan oleh Sumarto, Subroto dan Arianto (2011) yang menemukan bahwa penggunaan kartu kredit berpengaruh terhadap pembelian kompulsif yang berkorelasi dengan kecenderungan untuk gagal membayar kredit. *Compulsive buying* menjadi sebuah permasalahan ketika perilaku ini lebih sering dialami individu berusia muda (Risamana & Suminar, 2017). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penderita *compulsive buying* cenderung berada di akhir masa remaja dan awal usia dua puluhan (Black *et al.*, 1998). Perkiraan *compulsive buying* terjadi pada dewasa awal berkisar antara 6-12.2% dari populasi. Angka tersebut lebih tinggi dari *compulsive buying* pada populasi dewasa yang berkisar antara 1-6% saja (Ergin, 2010).

Mengubah Perilaku *Compulsive Buying* Pada Remaja Melalui *Cognitive Behavioral Therapy*

Cognitive behavioral therapy adalah sebuah istilah untuk menjelaskan intervensi psikoterapi yang tujuannya adalah untuk mengurangi kesulitan psikologis dan perilaku maladaptif dengan mengubah cara berpikir (Islamiah *et al.*, 2015). *Cognitive behavioral therapy* didasarkan kepada pemahaman bahwa perilaku yang tampak adalah hasil dari cara

berpikir. Dengan intervensi kognitif, maka akan dapat mengubah cara berpikir, merasa, dan berperilaku (Kendall, 1998). Restrukturisasi kognitif telah digunakan selama beberapa tahun terakhir untuk menangani gangguan kognitif. Salah satunya adalah perilaku konsumtif pada remaja (Yuliyawati et al., 2018).

Model perilaku kognitif menunjukkan harapan dalam menjelaskan dan mengelola *compulsive buying behavior* (Rice, 2015). Model yang disajikan oleh Kellett dan Bolton membedakan dan menyatukan faktor-faktor kunci kognitif, afektif dan perilaku yang dikembangkan dalam empat fase yang berbeda: anteseden, pemicu internal-eksternal, tindakan pembelian, dan status pasca-pembelian (Kellett & Bolton, 2009). Model ini menggambarkan *compulsive buying behavior* dalam bentuk lingkaran setan, di mana tahap akhir pasca-pembelian negatif menghasilkan pemicu emosional untuk pengulangan seluruh siklus, yang memungkinkan *compulsive buying behavior* untuk memperkuat diri sendiri dari waktu ke waktu. Program *cognitive behavioral therapy* yang diadaptasi untuk sampel *compulsive buying behavior* mencakup berbagai elemen yang menyoroti sensitivasi, kontrol stimulus, psikoedukasi, konseling keuangan, restrukturisasi kognitif, dan pencegahan kambuh. Intervensi ini telah diterapkan baik dalam format kelompok dan individu (Granero et al., 2017).

Studi yang meneliti keefektifan intervensi tersebut sejauh ini telah memberikan hasil yang menjanjikan. Ketika membandingkan program *cognitive behavioral therapy* kelompok dengan kelompok kontrol daftar tunggu, *cognitive behavioral therapy* dilaporkan secara signifikan mengurangi jumlah episode pembelian kompulsif (Mitchell et al., 2006), dan peningkatan gejala *compulsive buying behavior* ini dipertahankan dengan baik pada tindak lanjut 6 bulan (Mueller & de Zwaan, M., 2008). Studi lain menyimpulkan bahwa *cognitive behavioral therapy* menyebabkan perbaikan dalam variabel hasil utama tetapi tidak mempengaruhi psikopatologi komorbid (penimbunan kompulsif, impulsif dan tingkat gejala umum). Baru-baru ini, sebuah studi percontohan, yang secara acak mengalokasikan pasien ke kelompok *cognitive behavioral therapy*, bantuan mandiri yang dipandu melalui telepon dan daftar tunggu, menemukan bahwa kelompok *cognitive behavioral*

therapy tatap muka lebih efektif daripada dua kondisi lainnya. Pendekatan perawatan campuran yang inovatif juga telah menunjukkan potensi untuk menjadi efektif dalam mengurangi gejala pembelian kompulsif secara keseluruhan (Granero et al., 2017).

Cognitive behavioral therapy sebagai intervensi psikologis yang menangani interaksi antara bagaimana individu berpikir, merasa dan berperilaku diasumsikan mampu mengubah cara seseorang berpikir dan penilaian terhadap dirinya yang kemudian dapat mempengaruhi nilai materialisme dan membangun *self-esteem* yang dimiliki. Berdasarkan penelitian sebelumnya (McManus et al., 2009), *cognitive behavioral therapy* memang diketahui mampu mengatasi *self-esteem* yang rendah, masalah depresi dan juga kecemasan, oleh karena itu *cognitive behavioral therapy* disimpulkan dapat membantu membangun *self-esteem*. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Mitchell, Burgard, Faber, dan Crosby (2006) yang meneliti penggunaan *cognitive behavioral therapy* untuk mengatasi pembelian kompulsif diketahui 28 partisipan yang mendapatkan intervensi *cognitive behavioral therapy* mengalami perubahan dibanding 11 partisipan kelompok kontrol yang tidak diberi *cognitive behavioral therapy* dalam hal penurunan jumlah frekuensi pembelian, durasi waktu belanja serta mengalami penurunan tingkat pembelian kompulsif berdasarkan alat ukur *Yale-Brown Obsessive Compulsive Scale* (Lesmana et al., 2017). Mengenai intervensi farmasi, tidak ada obat khusus yang saat ini disetujui untuk pengobatan *compulsive buying behavior*, tetapi studi pengobatan psikofarmakologis telah secara aktif dilakukan dalam dekade terakhir. Secara keseluruhan, uji coba label terbuka dengan intervensi obat menunjukkan bahwa antidepresan bisa meningkatkan perilaku terkait pembelian kompulsif, meskipun hasilnya sejauh ini beragam (Black et al., 2000).

Simpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, menunjukkan bahwa *cognitive behavioral therapy* dapat membantu mengubah *compulsive buying behavior* pada remaja. Salah satu faktor yang mempengaruhi *compulsive buying behavior* adalah rendahnya *self-esteem*, karena mereka akan merasa mendapat pengakuan dan peningkatan pada identitas diri mereka dengan berbelanja yang berlebihan. *Compulsive buying*

behaviour memiliki kesamaan dengan perilaku konformitas yang didasari oleh pikiran atau keyakinan yang salah. Berdasar dari dua hal tersebut, disimpulkan bahwa *compulsive buying behavior* dapat di hilangkan dengan konseling *cognitive behavioral therapy* karena *cognitive behavioral therapy* memiliki konsep intervensi psikologis untuk menangani interaksi antara bagaimana individu berpikir, merasa dan berperilaku yang mampu mengubah cara seseorang berpikir dan penilaian terhadap dirinya yang kemudian dapat mempengaruhi nilai materialisme dan membangun *self-esteem* yang dimiliki.

Saran

1. Saran untuk peneliti selanjutnya

Untuk peneliti yang ingin meneliti mengenai penerapan *cognitive behavioral therapy* terhadap *compulsive buying behavior* pada remaja disarankan untuk melihat aspek lain untuk diteliti seperti gangguan perilaku penimbunan barang (*hoarding*) yang mungkin terjadi pada orang yang mengalami *compulsive buying behavior*. Adapun hal lain yang perlu diteliti adalah kemungkinan adanya peran faktor kepribadian seseorang yang menyebabkan terjadinya pembelian kompulsif.

2. Saran untuk pembaca

Pembaca harus bisa berhati-hati dalam berbelanja, karena *compulsive buying behavior* dialami oleh siapapun dan kapanpun. Pembaca harus mampu membedakan mana kebutuhan riil dan keinginan sehingga tidak akan muncul *compulsive buying behavior*. Selain itu, diharapkan pembaca mampu mengatur kondisi finansialnya agar hanya membeli barang ketika membutuhkan dan sesuai dengan batas kemampuan finansialnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology*, 7 (1), 131–140.
- Ashford, S., Edmunds, J., & French, P. D. (2010). What s the Best Self-Efficacy to Promote Life Style and Recreational Physical Activity? A Systematic Review with Meta-analysis. *British Journal Psychology*, 15.
- Beck, A. T. (1976). *Cognitive Therapy and the Emotional Disorders*. Penguin.
- Beck, J. S. (2011). *Cognitive Behavior Therapy (Basic and Beyond)*. The Guilford Press.
- Bak, D. W., Gabel, J., Hansen, J., & Schlosser, S. (2000). A Double Blind Comparison of Fluvoxamine Versus Placebo in the Treatment of Compulsive Buying Disorder. *Annals of Clinical Psychiatry*, 12(11), 205.
- Bak, D. W., Repertinger, S., Gaffiney, G. R., & Gabel, J. (1998). Family History and Psychiatric Comorbidity in Persons with Compulsive Buying: Preliminary Findings. *Am J Psychiatry*, 155.
- Christenson, G., Faber, R. J., de Zwaan, M., Raymond, N. C., Specker, S. M., & Ekern, M. D. (1994). Compulsive Buying: Descriptive Characteristics and Psychiatric Comorbidity. *J Clin Psychiatry*, 55.
- Corey, G. (2012). *Theory and Practice of Group Counseling* (8th ed.). Cole Publishing Company.
- Deaily, S. (2011). Tempo.co. *Pembelanja ndonesia Makin impulsif*.
<https://m.tempo.co/read/news/2011/06/21/090342265/pembelanja-indonesia-makin-impulsif>
- Dinghar, H. (2005). Compulsive Buying, A Growing Concern? An Examination of Gender, Age and Endorsement of Materialistic Values as Predictors. *British Journal Psychology*.
- Dwarawati, D. (2015). Pengaruh Konseling Kelompok Regulasi Diri Terhadap Peningkatan Regulasi Diri pada Penderita Pembelian Kompulsif. *Jurnal Intervensi Psikologi*, 7 (2), 191–214.
- Elsas, T. (1997). *Handbook of Psychotherapy Case Formulation*. Guilford Press.
- Gaebaly, N., Mudry, T., Zohar, J., Tavares, H., & Potenza, M. N. (2011). Compulsive Features in Behavioural Addictions: The Case of Pathological Gambling. *Society for the Study of Addiction*, 1–9.
- Engin, A. (2010). Compulsive Buying Behavior Tendencies: The Case of Turkish Consumer. *African Journal of Business Management*, 4 (3), 333–348.
- Faber, R. J. (2010). Self-control and Compulsive Buying. *American Psychological Association*.
<http://psycnet.apa.org/books/10658/010.pdf>
- Fennell, M. K., & Byrne, D. M. (2013). The Key Principles of Cognitive Behavioural Therapy. *nnovAiT*, 6 (9), 579–585.
- Finn, A. D., & Nursalim, M. (2013). Penerapan Strategi Pengelolaan Diri Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA Kelas X-11 SMAN 14 Surabaya. *Jurnal BK UNESA*, 1 (1).
- Granero, R., Aranda, F. F., Bach, G. M., Steward, T., Barrio, M., Aguera, Z., Bague, N. M., Aymami, N., Pena, M. G., Sancho, M., Sanchez, ., Menchon, J. M., Romera,

- V. M., & Murcia, S. J. (2017). Cognitive Behavioral Therapy for Compulsive Buying Behavior: Predictors of Treatment Outcome. *European Psychiatry*, 39(1), 57–65.
- Hylander, F. (2013). To Think, To Feel, To Have: The Effects of Need for Cognition, Hedonism and Materialism on Impulse Buying Tendencies in Adolescents. *Journal of European Psychology Students*, 4 (2), 25–32.
- Islamiah, N., Daengsari, D. P., & Hartiani, F. (2015). Cognitive Behavior Therapy untuk Meningkatkan Self-Esteem pada Anak Usia Sekolah. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 8 (3), 142–152.
- Jacobs, E. E., Harvill, R. L., & Mason, R. L. (2011). *Group Counseling: Strategies and Skill*. Cole Publishing Company.
- Kellet, S., & Bolton, J. V. (2009). Compulsive Buying: A Cognitive Behavioural Model. *Clin Psychol Psychother*, 16, 83–99.
- Kendall, P. C. (1998). *Abnormal Psychology Human Problems: Understanding Second Edition*. Houghton Mifflin Company.
- Kurnia, N. . (2013). Compulsive Buying Behavior pada Konsumen Ritel Format Fashion Store. *Jurnal Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*, 2 (2).
- Kwak, H., Zinkhan, G. M., & Crask, M. R. (n.d.). Effects of Compulsive Buying Tendencies on Attitudes toward Advertising: The Moderating Role of Exposure to TV Commercials and TV Shows. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 24 (2).
- Lesmana, T., Mar'at, S., & Risnawati, W. (2017). Application of CBT in Coping with Compulsive Buying on Online Shopping by Young Adult Woman. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1 (1), 65–75.
- Mangestuti, R. (2014). *Model Pembelian Kompulsif Pada Remaja*. Disertasi Program Doktor Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. <https://core.ac.uk/download/pdf/80816695.pdf>
- Maraz, A., Griffiths, M. D., & Demetrovics, Z. (2016). The Prevalence of Compulsive Buying: A Meta-Analysis. *Society for the Study of Addiction*, 408–419.
- McManus, F., Waite, P., & Shafran, R. (2009). Cognitive Behavior Therapy for Low Self Esteem: A Case Example. *Cognitive Behavioral Practice*, 16(3), 266–275.
- Mitchell, J. E., Burgard, M., Faber, R., Crosby, R. D., & Zwaan, M. de. (2006). Cognitive Behavioral Therapy for Compulsive Buying Disorder. *Behaviour Research and Therapy*, 44(12), 1859–1865.
- Muller, A., & de Zwaan, M. (2008). Treatment of Compulsive Buying. *Fortschr Neurol Psychiatr*, 69, 1131.
- Nurmi, P., & Mayasari, . (2009). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Siswa SMA dalam Berperilaku Pembelian Kompulsif: Perspektif Psikologi.
- Nurhalim, M. (2007). *Strategi Konseling*. UNESA University Press.
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2).
- Pahapi, E. P. D. (2018). Mengurangi Perilaku Konsumtif dengan Menggunakan Terapi Kognitif Perilaku (CBT) dengan Mengusung Nilai Budi Pekerti Budaya Jawa. *Prosiding SNBK (Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling)*, 2 (1), 254–259.
- Praha, G., Eldger, C., Neuner, M., & Weber, B. (2011). A Neurological Study of Compulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Policy*, 34 (4), 401–413.
- Raines, R. H. (2015). Cognitive Behavioral Therapy. *The SAGE Encyclopedia of Theory in Counseling and Psychotherapy*, 1, 194–199.
- Ridwan, W., & Suminar, R. (2017). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Pengasuhan Orang Tua dengan Kecenderungan Compulsive Buying pada Wanita Dewasa Awal di Surabaya. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 6, 13–23.
- Santrock, J. W. (2011). *Psikologi Pendidikan*. Salemba Humanika.
- Schiffman, & Kanuk. (2004). Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 (2).
- Sharma, V., Narang, K., Rajender, G., & Bhatia, M. S. (2009). Shopaholism (Compulsive Buying)—A New Entity. *Delhi Psychiatri Journal*, 12 (1), 110–113.
- Spinella, M., Lester, D., & Yang, B. (2015). Compulsive Buying Tendencies. *Psychological Reports: Disability & Trauma*, 649–655.
- Susanti, Larasati, A., Mudjijono, & Susilantini, E. (2013). Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Daerah istimewa Yogyakarta. Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB).
- Susanto. (2002). *Terperangkap dalam klan: Meneropong mbas Pesan klan Televisi*. Alfabeta.
- Tunsuchart, K., Lerttakamnon, P., Srithanaviboonchai, K., Likhitsathian, S., & Skulphan, S. (2020). Benefits of Brief Group Cognitive Behavioral Therapy in Reducing Diabetes-Related Distress and HbA1c in Uncontrolled Type 2 Diabetes Mellitus Patients in

Pengaruh Resiliensi dan Self Determination Terhadap LOC Masyarakat Berpenghasilan Harian di Indonesia Tahun 2020 Pasca Penanganan Percepatan Covid-19

- Thailand. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 1–10.
- Wahidah, F. R. N., & Adam, P. (2018). Cognitive Behavior Therapy untuk Mengubah Pikiran Negatif dan Kecemasan pada Remaja. *Jurnal ndigenous*, 3 (2), 57–69.
- Workman, L., & Paper, D. (2010). Compulsive Buying: Theoretical Framework. *The Journal of Business Inquiry*, 91–92.
- Yulianawati, ., Wibowo, M. E., & Jafar, M. (2018). The Effectiveness of Cognitive Behavior Therapy Group Counseling Cognitive with Cognitive Restructuring and Thought Shopping Techniques to Reduce Students Consumptive Behavior. *Jurnal Bimbingan Konseling*, 7 (2), 125–131.
- Yaniarti, A. (2016). Study Literature: Prilaku Compulsive Buying? (Remaja dan Gaya Hidup Hedonisme). *Prosiding Seminar Nasional Psikologi*, 52–58.