

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di negara maju dan berkembang saat ini teknologi dan informasi telah mengubah kecenderungan perilaku pembelian masyarakat. Masyarakat mempunyai tingkat kebutuhan maupun keinginan yang semakin bertambah sehingga terjadi penyimpangan dalam berbelanja. Ada dua jenis penyimpangan yang terjadi yaitu impulsive buying dan compulsive buying. Menurut Valence et al, (dalam Wibawa Mulia B 2020:1), bahwa “saat ini muncul fenomena compulsive buying yang dianggap menyimpang oleh masyarakat. Dikutip dari katadata (2018), bahwa “Bappenas mencatat terjadi pergeseran pola konsumsi dari komponen non-leisure (kebutuhan pokok) dan komponen leisure (seperti rekreasi, dll).” Sejalan dengan penelitian Nielsen (2017), bahwa “belanja publik saat ini terfokus pada tiga hal, yaitu makanan, pendidikan dan kenyamanan (leisure dan lifestyle).

Setiap individu mempunyai sikap dalam mengkonsumsi barang, ada yang mengkonsumsi karena kebutuhan, keinginan yang sesaat, kelompok, trend, dan lain-lain. Dalam kehidupan sehari-hari tidak menjadi masalah jika seseorang ingin memiliki sesuatu untuk bisa memenuhi kebutuhannya, selama pembelian tersebut sifatnya benar-benar dibutuhkan. Ada beberapa faktor yang mendorong perilaku belanja konsumen salah satunya adalah faktor psikologis berupa keinginan yang tak tertahankan untuk memenuhi kepuasan sementara tanpa mempertimbangkan lebih lanjut kebutuhan dan keinginan. Hal ini menjadi fenomena konsumsi negatif yang penting untuk pengembangan bidang perilaku konsumen, sebagaimana dijelaskan Faber & O'Guinn (dalam Aviv Shoham dan Maja Makovec B, 2003:127). Banyaknya toko-toko di Indonesia yang memberikan promosi untuk dapat menarik perhatian. Perilaku pembelian kompulsif akan merugikan konsumen karena akan membuatnya mengeluarkan uang secara berlebih meski tidak pasti membutuhkan barang tersebut.

Perilaku pembelian kompulsif atau sering disebut compulsive buying ini merupakan sikap seorang individu dalam melakukan pembelian yang tidak

tertahankan, cenderung lebih emosional yang muncul dalam diri, dan memiliki dampak positif maupun negatif. Marviel Celsea Rizky Haikal (2021:15), menyatakan bahwa “perilaku pembelian kompulsif yang didefinisikan sebagai bentuk pengeluaran yang tidak terkendali dan berulang dimana individu memiliki keinginan yang tak tertahankan dan sulit dikendalikan untuk berbelanja sehingga mengakibatkan individu mengalami kesulitan finansial.” Sedangkan menurut Parzalis et al, (dalam Wibawa Mulia B, dkk 2020:1), menyatakan bahwa “compulsive buying merupakan sebuah proses belanja secara berkala yang seolah-olah sudah menjadi kewajiban bagi pelakunya, bersifat sangat mengganggu dan tidak memiliki makna atau tidak berguna.” Perilaku pembelian kompulsif cenderung menimbulkan perasaan negatif seperti stres dan cemas.

Pembelian kompulsif tidak terlepas dari dampak setelahnya. Dampak positif dari pembelian kompulsif dalam jangka pendek adalah berupa kepuasan yang dapat langsung dirasakan dari aktivitas pembelian tersebut karena tujuan pembelian kompulsif pembeli itu sendiri tidak semata-mata untuk memperoleh produk tertentu, melainkan untuk memenuhi keinginan mereka untuk mencapai kepuasan melalui proses pembelian itu sendiri, sebagaimana dijelaskan Gwin dkk. (dalam Megawati Simanjuntak, 2020:4). Adapun perilaku pembelian kompulsif memiliki dampak jangka pendek berupa adanya kepuasan tertentu, hilangnya perasaan tidak nyaman yang sebelumnya dan mengurangi stres dan dampak jangka panjang berupa kerugian finansial, kecemasan, rasa frustrasi dan rasa bersalah, sebagaimana dijelaskan Resty Puspitalini I (2022: 4).

Di era perkembangan zaman yang semakin maju, individu memiliki keinginan untuk terus mengikuti perubahan zaman yang terjadi dalam lingkungannya atau sering disebut modernitas individu. Salah satu pihak yang paling mudah dalam mengikuti perubahan arus globalisasi yang identik dengan hal-hal modern dan semakin maju adalah mahasiswa. Hardiman (dalam Dewi Komalasari dan Yohanes S, 2019:62), bahwa “modernitas individu tampak sebagai peralihan dari situasi yang lebih primer, partisipatif, determinatif dan tertutup ke situasi yang lebih sekunder, distantif, kreatif dan terbuka”. Mahasiswa cenderung memperhatikan penampilannya, dan membelanjakan uangnya sesuai

dengan mode dan barang-barang yang sesuai dengan keinginan pribadinya. Mahasiswa cenderung mengikuti trend fashion, gadget terbaru, tempat nongkrong yang terkenal dan banyaknya pusat pembelanjaan (mall), sehingga menambah daya tarik mahasiswa untuk mengunjunginya entah untuk sekedar jalan-jalan ataupun berbelanja. Hal ini juga dapat mengurangi rasa cemas dan stres pada mahasiswa yang bertujuan untuk mencari kepuasan yang bersifat sementara dan cenderung dilakukan secara berulang-ulang.

Selain modernitas individu, money attitude atau sering disebut sikap terhadap uang adalah wujud perilaku seseorang sebagai hasil evaluasi terhadap manfaat kepemilikan, kegunaan, dan makna simbolis dari uang yang mempengaruhi perilaku pembelian individu (Diah Ayu K dan Raeny Dwi S 2019:4). Setiap individu memiliki cara pandang dan perilaku yang berbeda terhadap uang. Uang dapat memberikan dampak bagi setiap individu untuk berpikir dan bertindak secara irasional, maka dari itu setiap individu harus mampu menyikapi uang dalam pemenuhan hidupnya. Perilaku pembelian kompulsif yang timbul dikalangan mahasiswa dapat memberikan dampak negatif, seperti membentuk budaya konsumtif, hedonism, dan penggunaan uang yang tidak tepat (Wibawa Mulia B dkk, 2020:2). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Diah Ayu K dan Raeny Dwi S (2019:9), bahwa “money attitude berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif.” Dimana jika money attitude tinggi maka perilaku pembelian kompulsif semakin tinggi dan sebaliknya jika money attitude rendah maka perilaku pembelian kompulsif juga semakin rendah.

Tabel 1. 1
Hasil Pra-penelitian

No	Pertanyaan	Jawaban Responden		
1.	Sering melakukan pembelian barang (dalam 1 bulan).	1-2 kali (9,5 %)	3-5 kali (8,1%)	Lebih dari 5 kali (82,4%)
2.	Melakukan pembelian yang tidak direncanakan.	Ya (83,4%)	Tidak (16,6%)	
3.	Melakukan pembelian untuk menghilangkan rasa stress dan cemas.	Ya (84,3%)	Tidak (15,7%)	

4.	Ketika memiliki banyak uang selalu menghabiskannya dengan berbelanja.	Ya (82,2%)	Tidak (17,8%)	
5.	Mengikuti perkembangan zaman (trend) pada produk yang akan dibeli.	Ya (85%)	Tidak (15%)	
6.	Terdapat dorongan yang tidak tertahankan dalam diri untuk membeli produk.	Ya (82,%)	Tidak (18%)	
7.	Merasa gugup ketika tidak berbelanja.	Ya (81,1%)	Tidak (18,9%)	
8.	Hal yang lebih disukai pada suatu pembelian.	Proses dalam memilih produk (84,4%)	Mendapatkan produk (15,6%)	
9.	Jenis produk barang yang paling sering dibeli secara terus-menerus.	Fashion (80%)	Makanan atau Minuman (12,6%)	Produk Kecantikan (7,4%)
10.	Yang paling berperan untuk selalu melakukan pembelian secara terus-menerus.	Diri Sendiri (86,3%)	Lingkungan Pertemanan (7,4%)	Orang tua (6,3%)
11.	Berbelanja sebagai cara menghibur diri.	Ya (84,4%)	Tidak (15,6%)	
12.	Ketika ada promo terdorong untuk selalu ingin berbelanja.	Ya (85,3%)	Tidak (14,7%)	

(Sumber : Hasil Pengolahan Data Pra-Penelitian 2022)

Berdasarkan tabel diatas identifikasi jawaban yang diperoleh dari beberapa pertanyaan yang diberikan kepada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 sebanyak 50 orang. Dapat disimpulkan bahwa terdapat dorongan yang tidak tertahankan dalam diri mahasiswa untuk membeli produk sebesar 82% yang menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung kompulsif, karena adanya suatu dorongan yang tidak tertahankan dalam diri untuk membeli produk.

Menurut teori dari Rook dalam (Edwards:1993), yang menyebutkan bahwa stres adalah salah satu dorongan utama untuk berbelanja dan menghabiskan uang. Pada hal tersebut mereka senang berbelanja adalah masalah kepercayaan diri dan gengsi yang tinggi, serta pengendalian diri pada subjek yang kurang. Menurut

Roberts (1998) dampak yang kemungkinan besar dapat terjadi dari perilaku pembelian yang kompulsif meliputi berbagai aspek, misalnya dari sisi finansial adalah tingginya hutang kartu kredit dan rendahnya dana yang bisa ditabung.

Hal ini tentu dapat dikatakan bahwa perilaku pembelian kompulsif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan 2021 tidak rasional dalam melakukan pembeliannya yang cenderung terus menerus yang bisa dilihat dari intensitas pembeliannya lebih dari 5 kali dalam sebulan sebesar 82,4%, karena adanya dorongan yang tidak tertahankan dan cenderung mengandalkan perasaan emosi dari diri mahasiswa.

Menurut DeSarbo dan Edwards dalam (Lisan:2009), yang ditimbulkan dari faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian kompulsif yaitu Predispositional dan Circumstantial factors. Predispositional factors yaitu konstruk-konstruk yang mempengaruhi individu untuk melakukan pembelian kompulsif dan mengindikasikan kecenderungan secara umum yang mengarah pada pembelian kompulsif. Dan circumstantial factors yaitu faktor yang dihasilkan dari kondisi individu pada saat ini dan juga dapat memicu munculnya perilaku-perilaku pembelian kompulsif selanjutnya.

Pada Predispositional factors ini berhubungan dengan modernitas individu, dimana mahasiswa cenderung mengikuti perubahan ke arah yang lebih modern sehingga dapat mempengaruhi untuk melakukan pembelian kompulsif yang semakin meningkat dengan adanya barang-barang baru yang selalu mengikuti mode trend terbaru yang sedang saat ini terjadi, dan mengindikasikan kecenderungan secara umum yang mengarah pada pembelian kompulsif yang mementingkan suatu gengsi sehingga tidak dianggap ketinggalan zaman dengan membeli suatu barang secara terus-menerus. Pada circumstantial factors berhubungan dengan money attitude, dimana kondisi mahasiswa pada saat ini cenderung belum bisa menggunakan uang dengan bijak yang memberikan dampak negatif sehingga memicu munculnya perilaku-perilaku pembelian kompulsif yang bisa juga dikatakan matrealis, karena menitik tekankan suatu kehidupan dengan uang ataupun barang (Aftiana:2016).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Modernitas Individu dan Money Attitude Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif” (Survey Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 dan 2021 Universitas Siliwangi).**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah modernitas individu berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif ?
2. Apakah money attitude berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif ?
3. Apakah modernitas individu dan money attitude berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitiannya yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh modernitas individu terhadap perilaku pembelian kompulsif.
2. Untuk mengetahui pengaruh money attitude terhadap perilaku pembelian kompulsif.
3. Untuk mengetahui pengaruh modernitas individu dan money attitude terhadap perilaku pembelian kompulsif.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan pada bidang ekonomi, serta diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam melakukan penyusunan penelitian terhadap objek atau masalah yang sama di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan manfaat mengenai pengawasan dan ilmu pengetahuan khususnya mengenai materi tentang pengaruh modernitas individu dan money attitude terhadap perilaku pembelian kompulsif.

2. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi dan tambahan referensi tentang penelitian lain yang berhubungan dengan pengaruh modernitas individu dan money attitude terhadap perilaku pembelian kompulsif.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan pada mahasiswa dalam perilaku pembelian sehingga nantinya bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dalam bidang ekonomi.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan masukan pada masyarakat agar dapat mengatasi terjadinya perilaku pembelian kompulsif yang berhubungan dengan modernitas individu dan money attitude.

5. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan, sumbangan pemikiran dan bahan pembanding untuk penelitian pada masalah yang sama, yang merupakan penelitian yang lebih lanjut sehingga dapat memberikan masukan terhadap pihak lain.