

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta ketrampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat Rahman A dkk (2022). Pendidikan merupakan suatu hal yang sangat penting dan sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia. Pendidikan di Indonesia menjadi prioritas utama, karena mendapatkan penanganan yang khusus dari pemerintah pusat. Pendidikan merupakan usaha manusia untuk membina kepribadian sesuai dengan nilai-nilai di masyarakat atau sebagai upaya membantu peserta didik untuk mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan, kecakapan, nilai, sikap dan pola tingkah laku yang berguna bagi hidup Nasution dkk (2022). Menurut Taofik (2020), didalam perjalanannya, jenjang pendidikan di Indonesia terbagi menjadi beberapa tahap, mulai dari pendidikan usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi atau perguruan tinggi.

Perguruan tinggi adalah lembaga ilmiah yang mempunyai tugas menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran diatas perguruan tingkat menengah, dan yang memberikan pendidikan dan pengajaran berdasarkan kebudayaan dan kebangsaan Indonesia dengan cara ilmiah. Simatupang & Yuhertiana (2021). Menurut Pratama & Dewi (2023), Perguruan tinggi adalah salah satu lembaga pendidikan formal yang disertai tugas dan tanggung jawab untuk mempersiapkan mahasiswa dan menghasilkan lulusan berkualitas baik dalam hard skill

maupun soft skill, perguruan tinggi inilah yang menghasilkan mahasiswa-mahasiswa yang cerdas di Indonesia.

Menurut Inayah (2022) Secara umum, mahasiswa adalah sebutan yang ditujukan bagi seseorang yang tengah menempuh atau tengah menjalani pendidikannya di sebuah perguruan tinggi, akademi, maupun universitas. Mahasiswa juga dapat didefinisikan sebagai seorang individu yang belajar di perguruan tinggi dan ia terdaftar sebagai seorang murid di perguruan tinggi tersebut. Namun, definisi mahasiswa memiliki pengertian yang lebih dari sekadar seseorang yang belajar di perguruan tinggi.

Menurut Putra Daulay dkk (2021) Secara etimologis, mahasiswa berasal dari maha yang artinya ialah paling serta kata siswa yang memiliki makna pelajar. Sehingga, mahasiswa dapat diartikan sebagai seseorang yang paling terpelajar. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, mahasiswa merupakan seseorang yang belajar di perguruan tinggi dan berada di dalam struktur pendidikan di Indonesia, mahasiswa juga memegang status pendidikan yang paling tinggi di antara yang lainnya. Sedangkan menurut Knopfelmacher (dalam Putra Daulay ddk, 2021) ia mendefinisikan mahasiswa sebagai insan yang akan menjadi calon dengan gelar sarjana dan memiliki keterkaitan pada sebuah perguruan tinggi, mahasiswa dididik sekaligus diharapkan untuk menjadi calon individu yang intelektual.

Pengertian mahasiswa menurut Hudori (dalam Permatasari 2021) sebagai *agent of change* ialah seseorang yang mampu bertindak sebagai penggerak serta mampu mengajak seluruh masyarakat untuk bergerak melakukan perubahan-perubahan yang menjadi lebih baik, dengan beberapa pertimbangan dari berbagai ilmu, pengetahuan serta gagasan yang dimiliki oleh mahasiswa tersebut. Menurut peranan mahasiswa sebagai *moral of force*, mahasiswa dapat

didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki tingkat pendidikan paling tinggi. Sehingga ia memiliki kewajiban untuk memiliki moral yang baik.

Tingkat intelektual yang dimiliki oleh seorang mahasiswa, akan disejajarkan dengan tingkat moralitas yang ia miliki dalam kehidupan. Hal tersebutlah yang membuat mahasiswa memiliki peran sebagai *moral of force* bagi suatu bangsa dan bahkan diharapkan untuk menjadi contoh yang baik sebagai penggerak agar masyarakat mampu memperbaiki moral ke arah yang lebih baik. Selain memiliki tugas untuk belajar serta berprestasi di bidang akademik ketika mengenyam pendidikan di perguruan tinggi, mahasiswa juga memiliki peran serta fungsi lainnya di lingkungan masyarakat. Menurut Fahrizal & Danil (2021), mahasiswa manajemen memiliki peran dan tugas yang penting, yaitu sebagai calon pemimpin, agen perubahan, dan pengontrol sosial. Mereka diharapkan mampu menerapkan ilmu manajemen dalam berbagai bidang, seperti perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian, dan mereka juga akan banyak mencoba hal untuk mengeksplorasi diri mereka.

Menurut Santrock (dalam Rohmah & Rahayu, 2022) mahasiswa akan mencoba berbagai hal untuk mengeksplorasi diri, ketidakstabilan dan memiliki kesadaran terhadap hal yang akan terjadi, dalam mengeksplorasi gaya hidup, mahasiswa akan mencoba beberapa hal salah satunya yaitu eksplor mengenai produk fashion, fashion merupakan suatu bentuk gaya hidup yang biasa diaplikasikan dalam kehidupan, untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka para mahasiswa melakukan kegiatan berbelanja.

Verplanken & Herbaai (dalam Purwanto, 2021), *impulsive buying* didefinisikan sebagai perilaku pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan yang diikuti dengan adanya konflik pikiran dan dorongan emosional . Berbelanja untuk membeli suatu barang kebutuhan sehari-hari merupakan hal yang wajar untuk menunjang

kehidupan atau kegiatan, namun kegiatan berbelanja menjadi tidak wajar saat seseorang melakukan pembelian hanya untuk memenuhi keinginannya dan dilakukan secara *impulsive* atau tanpa perencanaan terlebih dahulu Pramono & Wibowo (2019). Banyak sekali kegiatan berbelanja yang dilakukan tanpa pertimbangan secara matang, individu tidak hanya membelanjakan uangnya untuk kebutuhan pokok melainkan juga memenuhi kebutuhan hasratnya. Hal ini merupakan gambaran bahwa manusia tidak memiliki rasa puas sepenuhnya. Munculnya kondisi ini disebabkan oleh lingkungan yang membuat hasrat dan keinginannya semakin kuat untuk membeli secara *impulsive*. Elnina (2022).

Syamsudin (2022) *Impulsive Buying* ialah pembelian suatu barang secara tidak masuk akal, saat membeli tersebut membutuhkan waktu yang cepat juga tidak ada persiapan, disertai oleh adanya konflik pada pikiran dan dorongan secara emosional. Dapat diartikan dengan perasaan yang mendalam serta ditunjukkan dalam cara membeli pada suatu barang, karena dengan ketersediaan mendesak untuk membeli produk secara segera, untuk mengabaikan hasil apapun yang berdampak negatif, yang terpenting merasakan kepuasan pada saat proses pembelian suatu barang, namun pada akhirnya mengakibatkan adanya konflik di dalam pemikiran pembeli tersebut.

Menurut Sari (2021) *Impulsive buying* terjadi ketika terjadinya konflik emosional yang berkejolak pada individu pada saat melakukan pembelian secara tiba-tiba dengan mencoba memenuhi keinginan individu agar dapat merubah hidupnya. *Impulsive buying* mengacu kepada pembelian tidak terencana, karena adanya dorongan yang sangat kuat untuk membeli barang. Bahkan lebih dari itu pembelian impulsif terjadi karena tidak memikirkan akibat yang akan terjadi setelah melakukan pembelian tersebut. Perilaku *impulsive buying* terjadi secara mendadak dan individu tersebut tidak dapat menahan hasrat untuk membeli suatu barang

walaupun barang tersebut bukan merupakan kebutuhan atau tujuannya. Pada hakikatnya pembelian secara impulsif merupakan perilaku ketika seorang individu merasakan desakan secara spontan agar membeli suatu produk tanpa direncanakan sebelumnya, Harmon & Novia (dalam Sari, 2020). Hal ini menunjukkan individu memiliki kepuasan hidup yang relatif rendah, Individu yang mempunyai tingkatan kepuasan hidup yang tinggi jarang merasakan hal yang tidak nyaman dalam kehidupannya, sehingga mereka dapat dikategorikan sebagai individu yang bahagia Prasetyawati (2021).

Menurut Seinauskiene (dalam Maevani dan Aviani, 2023) Emosi negatif kerap terjadi setelah belanja berlebihan karena individu tidak memikirkan efek dari belanja berlebihan. Ketika individu hanya menghabiskan waktu yang singkat dalam pengambilan keputusan dalam pembelian cenderung tidak cukup dengan kehidupannya, mencerminkan tingkat kesejahteraannya yang rendah, dan mempengaruhi kecenderungannya yang tinggi terhadap perilaku pembelian impulsif. Menurut Maevani (2023) Kesejahteraan adalah komposisi yang menggambarkan sisi positif dari kesehatan mental seseorang berdasarkan pengalaman individu dengan kualitas hidup secara emosional dan kognitif. Afeksi positif dan negatif adalah bagian dari kesejahteraan emosional. Penilaian diri dari komponen kognitif dan emosional individu dapat melihat bagaimana individu mengevaluasi pengalaman kesejahteraan dalam hidup, ini disebut dengan *Subjective Well-being* (Diener dalam Maeva, 2023).

Menurut Sihombing & Cutmetia (2024), *Subjective well-being* adalah evaluasi seseorang terhadap kehidupannya, adapun evaluasi tersebut adalah evaluasi afektif dan kognitif. Evaluasi kognitif yang dimaksud adalah kepuasan hidup individu secara menyeluruh dan secara khusus. Sedangkan evaluasi afektif yang dimaksud adalah reaksi individu terhadap kejadian kejadian dalam hidup yang meliputi emosi yang menyenangkan dan emosi yang tidak menyenangkan.

Seseorang dikatakan memiliki *Subjective well-being* yang tinggi adalah ketika mereka banyak merasakan emosi yang menyenangkan dan sedikit merasakan emosi yang tidak menyenangkan, ketika mereka terikat pada aktivitas yang menarik, ketika mereka banyak memiliki pengalaman-pengalaman yang menyenangkan dan sedikit memiliki pengalaman yang menyedihkan, dan ketika mereka puas dengan kehidupan mereka (Nurchahyo dkk 2024).

Menurut Nastasia & Candra (2024), *Subjective well-being* merupakan evaluasi seseorang mengenai kehidupannya yang mencakup penilaian kognitif terhadap kepuasan hidupnya serta evaluasi afektif yang meliputi perasaan-perasaannya terhadap emosi positif maupun negatif yang telah dialami. Fauziya (2022) menjelaskan *Subjective well-being* merupakan salah satu prediktor kualitas hidup individu karena *Subjective well-being* mempengaruhi keberhasilan individu dalam berbagai domain kehidupan. Individu dengan tingkat *Subjective well-being* yang tinggi akan merasa lebih percaya diri, dapat menjalin hubungan sosial dengan lebih baik, serta menunjukkan performansi kerja yang lebih baik. Selain itu dalam keadaan yang penuh tekanan, individu dengan tingkat *Subjective well-being* yang tinggi dapat melakukan adaptasi dan coping yang lebih efektif terhadap keadaan tersebut sehingga merasakan kehidupan yang lebih baik.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa mahasiswa jurusan manajemen Universitas Negeri Padang ditemukan saat di *mall* untuk menemani teman berbelanja mahasiswa pada akhirnya juga ikut untuk berbelanja, lalu disaat ada notifikasi iklan di *handphone* mahasiswa langsung tergoda untuk membeli, dan disaat ada informasi promosi yang didapat secara *online* maupun *offline* mahasiswa akan terburu-buru untuk membeli dan mendapatkan barang tersebut.

Selanjutnya ditemukan bahwa banyak mahasiswa yang cenderung merasakan bahwa keinginan belum terpenuhi secara baik, hal ini juga membuat mahasiswa merasa kurang puas

dengan hidupnya, mahasiswa juga mengatakan banyak hal dalam hidup mereka belum tercapai, mahasiswa cenderung ingin terlihat lebih unggul agar mereka merasa terhormat dan dihargai.

Penelitian tentang *Subjective Well-being* dengan *Impulsive Buying* pernah dilakukan oleh Hidayatul Maevani, dan Yolivia Irna Avian (2023) yang berjudul “Hubungan *subjective well-being* dengan perilaku *impulsive buying* di *e-commerce* pada mahasiswa tingkat akhir Universitas Negeri Padang” menemukan hasil bahwa terdapat hubungan antara *subjective well-being* dengan perilaku *impulsive buying*. Penelitian ini juga menyatakan bahwa semakin tinggi *subjective well-being* seseorang maka cenderung memiliki perilaku *impulsive buying* yang rendah, begitupun sebaliknya, semakin rendah *subjective well-being* seseorang maka cenderung akan memiliki perilaku *impulsive buying* yang tinggi.

Penelitian juga dilakukan oleh Jollyn & Debora Basaria (2023) yang berjudul “Analisis Korelasi Antara Perilaku *Impulsive Buying* dengan *Subjective Well-being* Pada Individu Dewasa Awal” menemukan bahwa *impulsive buying* memiliki hubungan yang negatif dan signifikan dengan *subjective well-being*. Hal ini juga menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku *impulsive buying* maka semakin rendah *subjective well-being*. Begitu pula sebaliknya semakin rendah perilaku *impulsive buying* maka semakin tinggi *subjective well-being*. Disimpulkan juga bahwa *impulsive buying* berhubungan positif dengan emosi negatif di mana jika *impulsive buying* tinggi maka emosi negatifnya akan tinggi juga. Terdapat perbedaan juga antara perilaku *impulsive buying* antara pria dan wanita.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan peneliti lakukan sekarang adalah dari objek yang diteliti, tempat penelitian, jumlah variabel, waktu, populasi dan sampel penelitian. Berdasarkan uraian yang telah disebutkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Hubungan Antara *Subjective Well-Being* dengan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: “Bagaimanakah Hubungan Antara *Subjective Well-Being* dengan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Hubungan Antara *Subjective Well-Being* dengan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini mempunyai beberapa manfaat, antara lain adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian tentang hubungan *Subjective Well-Being* dan *Impulsive Buying* Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Padang. diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumbangan yang positif bagi perkembangan ilmu Psikologi khususnya pada bidang Psikologi Sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Bagi subjek penelitian diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang baik tentang tentang *Subjective Well-Being* dan *Impulsive Buying*

b. Bagi Pihak Prodi Manajemen

Bagi pihak Prodi Manajemen diharapkan bisa memberikan motivasi dan arahan agar

mahasiswa dapat memahami bagaimana Hubungan *Subjective Well-Being* dan *Impulsive Buying*

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dasar dan sumber ilmu yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.