

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia pada dasarnya merupakan individu yang memiliki kadar tingkat kepuasan yang tidak terbatas dengan keinginan untuk pemenuhan kebutuhan-kebutuhan di dalam diri mereka sendiri. Maka Abraham Maslow (dalam Yuliana, 2018) yang dikenal sebagai bapak *humanistik* membuat suatu teori yang sering dikenal dengan *hierarchy of needs*. Teori ini menyebutkan bahwa manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan yang terdiri dari 5 tingkatan, yaitu : kebutuhan fisiologis (*the psychological needs*), kebutuhan akan keamanan (*the safety needs*), kebutuhan cinta (*love needs*), kebutuhan penghargaan diri (*the esteem needs*), kebutuhan mengaktualisasi diri (*the needs for self-actualization*). Apabila kebutuhan pertama terpenuhi maka kebutuhan selanjutnya pun menuntut untuk dipenuhi (Walgito, 2010). Biasanya kebutuhan fisik manusia akan cenderung dapat dipenuhi dengan adanya kestabilan ekonomi (Takiddin, 2014).

Mahasiswa adalah seorang individu yang sedang dalam suatu proses menuntut ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Anwar, 2017). Mahasiswa dapat dikategorikan ke dalam rentang usia sekitar 18-25 tahun dan jika dilihat dari segi perkembangannya tergolong pada remaja akhir sampai dewasa awal, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini adalah pematapan pendirian hidup (Hulukati & Djibran, 2018).

Menurut (Santrock, 2011) dewasa awal adalah istilah yang saat ini digunakan untuk menunjuk masa peralihan dari masa remaja menuju masa dewasa. Proses dari masa peralihan ini dimulai dari ketergantungan kemasa mandiri baik dari segi ekonomi, kebebasan menentukan diri, dan pandangan masa depan lebih realistis. Rentang usia ini berkisar antara 18 tahun hingga 25 tahun, masa ini ditandai oleh kegiatan bersifat eksperimen dan eksplorasi. Masa peralihan yang terjadi dari masa remaja menuju masa dewasa diwarnai dengan perubahan yang berkesinambungan.

Menurut (Gunawan, 2016) Ekonomi merupakan suatu pengelolaan sumber daya yang bersifat secara material kepada setiap individu, masyarakat, dan negara untuk meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan hidup manusia. Dalam usaha pemenuhan kebutuhan tersebut, seorang individu tidak akan jauh dari yang namanya finansial guna memenuhi kebutuhannya tersebut, karena kehidupan manusia sangat berkaitan erat dengan *financial*. Adapun kebutuhan tersebut yaitu: mengonsumsi makanan, pakaian, *handphone* atau telepon genggam, hingga alat transportasi. Kebutuhan itu paling sering dilakukan dengan transaksi jual-beli menggunakan uang (Pramono & Wibowo, n.d. 2016). Uang merupakan sebuah alat tukar yang bertujuan untuk mendapatkan sesuatu. Menurut (Shohib, 2015) uang didefinisikan sebagai sesuatu yang diterima sebagai alat pembayaran untuk pembelian barang atau jasa serta kekayaan yang berharga lainnya.

Yamuchi dan Templer (dalam Shohib, 2017) menyatakan bahwa terdapat salah satu dimensi sikap terhadap uang yaitu: sebagai sumber kekuasaan bagi individu, sebagai alat untuk mendapatkan pengakuan eksternal, mencari status,

melakukan persaingan serta pencapaian untuk mendapatkan barang-barang mewah. Tanpa disadari beberapa individu sering sekali melakukan perilaku berhutang (*Dissaving*), biasanya hal ini terjadi karena individu tidak memiliki uang dan karena malas untuk mengeluarkan uang miliknya sendiri. Seperti contoh, disaat individu sedang parkir kendaraan, terkadang timbul rasa malas untuk mengeluarkan uang, sehingga adanya kecenderungan untuk meminjam uang kepada teman untuk membayar tagihan parkir tersebut. Menurut (Dyanti, 2019) Perilaku *Dissaving* disebabkan karena adanya pembelian yang berlebihan untuk memenuhi hasrat gaya hidup tinggi tanpa memikirkan dampak setelahnya.

Sekarang ini banyak sekali individu yang melakukan Perilaku *Dissaving* sekedar hanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut (Kamus Bahasa Indonesia, 2015) *Dissaving* didefinisikan sebagai uang yang dipinjamkan dari orang lain dan adanya kewajiban untuk membayar kembali apa yang sudah di terima dalam jangka waktu tertentu. Menurut (Shohib, 2015) tujuan seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan Perilaku *Dissaving* agar dapat meningkatkan rasa percaya diri. Sementara seseorang yang memandang uang sebagai alat untuk membeli barang dengan harga tinggi serta berkualitas cenderung akan melakukan Perilaku *Dissaving* untuk merealisasikan keinginannya tersebut. Begitu pula terjadi dengan seseorang yang menganggap uang sebagai penyebab kegelisahan dan menjadikan uang sebagai pelindung dari penyebab kegelisahan. Dimana, seseorang melakukan Perilaku *Dissaving* agar mendapat kedamaian hati saat dirinya tidak memiliki uang.

Menurut (Hidayat, 2011) salah satu tujuan dari melakukan Perilaku

*Dissaving* adalah untuk tujuan konsumtif, sedangkan faktor yang dapat mempengaruhi Perilaku *Dissaving* yaitu karena perilaku konsumtif dan gaya hidup yang boros (Suryanto, 2017). Kemudian, (Aziz, 2015) menyatakan bahwa perubahan gaya hidup menjadikan kegiatan *shopping* menjadi sangat diminati. Dimana, *Shopping lifestyle* tersebut dapat menyebabkan terjadinya pembelian secara impulsif. Menurut (Nurmalina & Sulastri, 2019) Perilaku *Dissaving* biasanya disebabkan karena seorang individu tidak mampu mengelola keuangan, adanya keinginan untuk memiliki suatu barang dan keinginan untuk mengikuti gaya hidup lingkungan sekitarnya.

Menurut (Nurachma & Arief, 2017) apabila kebutuhan manusia sudah terpenuhi, maka kebutuhan yang lainnya akan muncul seperti mengkonsumsi barang. Hal ini terjadi karena manusia merasa tidak puas akan kebutuhannya, sehingga akan menimbulkan masalah ketika individu tersebut mementingkan keinginan dibandingkan dengan kebutuhannya terlebih dahulu. Prasadjaningsih (Pramono & Wibowo, n.d. 2016) menunjukkan mayoritas subjek yang cenderung memiliki perilaku *dissaving* didominasi oleh perempuan sebesar 69,2%, sedangkan pada kategori usia yang melakukan Perilaku *Dissaving* lebih didominasi oleh kelompok kawula muda sebesar 56,9% dibanding kelompok lainnya. Kemudian, dari kategori pendidikan yang cenderung menunjukkan Perilaku *Dissaving* maupun tidak adalah pada status mahasiswa dan sarjana muda (48% yang berhutang, 40% tidak berhutang).

Menurut (Nurmalina & Sulastri, 2019) Perilaku *Dissaving* terjadi akibat kontrol diri yang buruk dalam mengelola keuangan. Kontrol diri yang buruk akan

menyebabkan seseorang melakukan pembelian suatu barang bukan karena kebutuhan melainkan karena keinginan, gengsi, meningkatkan harga diri serta mengikuti gaya hidup sekitarnya. (Khairunas, 2020) mengatakan bahwa pembelian *impulsive* menjadi salah satu penyebab munculnya Perilaku *Dissaving*, dimana banyak sekali pengeluaran yang tidak terencana atau tidak terduga sebelumnya.

*Impulsive Buying* adalah perilaku dimana konsumen melakukan pembelian tanpa adanya perencanaan, hal tersebut terjadi secara tiba-tiba serta adanya dorongan yang kuat untuk membeli sebuah barang dengan segera tanpa suatu pertimbangan sebelumnya (Fuad & Harjati, 2020). Direktur Shopee Indonesia Handhika Jahja menyatakan bahwa jumlah transaksi di Shopee mencapai 260 juta transaksi (merdeka.com, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa belanja *online* menjadi trend baru bagi masyarakat karena kecanggihan dan kemudahan yang ditawarkan. Ada beberapa alasan yang mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di toko *online*, yaitu: kemudahan dalam menemukan penjual dan produk yang diinginkan, harga barang yang murah, waktu belanja yang efektif, serta terdapat kepercayaan dan kenyamanan. Dari beberapa kemudahan tersebut, membuat konsumen sangat mudah tertarik untuk belanja online sehingga hal ini dapat menyebabkan terjadinya pembelian yang berlebihan sampai dengan membeli barang yang tidak dibutuhkan. Dari beberapa kemudahan yang ditawarkan saat belanja *online*, ada beberapa konsumen yang lebih memilih untuk berbelanja secara langsung di toko. Menurut (Saputri & Yuniati, 2017) *Impulsive Buying* dapat dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis dan emosi positif (faktor suasana hati,

pengaruh karakteristik, dan reaksi dari lingkungan).

*Impulsive Buying* dapat dilakukan oleh siapa saja, baik laki-laki ataupun perempuan. Laki-laki dan perempuan memiliki tingkat kecenderungan yang sama untuk melakukan *Impulsive Buying* (Winawan & Yasa, 2014). Menurut (O’Creevy & Furnham, 2020) perempuan lebih cenderung melakukan *Impulsive Buying* dibandingkan laki-laki. Hal tersebut dikarenakan perempuan lebih menitikberatkan pada perasaan, emosi, dan hasrat dibandingkan logika.

*Impulsive Buying* sekarang ini banyak terjadi di kalangan masyarakat luas hingga terjadi pula pada generasi muda. Menurut (Vishnu & Raheem, 2013) yang melihat dari data koresponden menunjukkan bahwa pada rentang usia 18-25 tahun banyak melakukan *Impulsive Buying*. Maka, *Impulsive Buying* yang banyak terjadi di masyarakat sangat berpeluang besar kepada mahasiswa sebagai generasi muda untuk melakukan *Impulsive Buying*, hal ini dapat terjadi ketika sedang mengakses internet dan ketika sedang pergi belanja di toko yang menjual produk-produk yang menarik. Dengan adanya *e-commerce* dan toko yang menyediakan fasilitas untuk melakukan pembelian dapat mempengaruhi perilaku berbelanja secara impulsif. Menurut (Merchant Machine, 2019), Indonesia mendapatkan peringkat pertama dalam pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia, yaitu: sebesar 78% dan diikuti oleh Meksiko dan Filipina dengan persentase 59% dan 51%. *E-commerce* di Indonesia melakukan strategi marketing dan membuat promosi untuk dapat menarik perhatian masyarakat agar melakukan pembelian. Ada beberapa cara yang dilakukan untuk menarik pembeli, diantaranya yaitu: memberikan voucher belanja maupun diskon besar-besaran pada tanggal tertentu,

mencantumkan jumlah barang yang masih tersedia dan jumlah barang yang sudah terjual serta menyediakan fitur *PayLater* ataupun pinjaman daring.

Maraknya pusat perbelanjaan yang bertaraf internasional dan media massa yang menawarkan berbagai macam produk-produk yang menarik. Ada beberapa kriteria produk-produk yang diinginkan oleh masyarakat terutama mahasiswa, yaitu: produk yang bernilai mahal, bermerk terkenal, jarang dibeli, memiliki status sosial yang tinggi (Effendi, 2016). Berdasarkan hal tersebut menjadikan perilaku konsumtif semakin meningkat, sehingga kebutuhan akan konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan namun hanya berdasarkan pada keinginan saja (Meiyuntari, 2015).

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada 30 Mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2018 Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang pada tanggal 1 hingga 3 Oktober 2021 diperoleh informasi bahwa Mahasiswa cenderung melakukan perilaku berhutang, seorang Mahasiswa menyebutkan bahwa dirinya kurang mampu dalam mengontrol keuangan, selain itu mahasiswa juga mengatakan bahwa dirinya kurang mampu dalam hal merencanakan dan mengelola pengeluaran perbulannya. Mahasiswa mengatakan karena hal tersebut sering sekali uang yang mereka miliki habis padahal ada kebutuhan mendesak yang harus dipenuhi, hal ini menyebabkan mahasiswa memutuskan untuk melakukan perilaku berhutang (*dissaving*) agar kebutuhannya dapat terpenuhi. Setelah ditanyakan kepada 30 mahasiswa tersebut terkait apa yang menyebabkan mahasiswa melakukan perilaku *dissaving* tersebut terjadi, jawabannya adalah karena mahasiswa melakukan pengeluaran disetiap bulannya lebih besar daripada

uang saku yang di berikan orang tua disetiap bulannya, mahasiswa sering tidak mampu mengontrol pengeluaran keuangannya disetiap bulan, dan mahasiswa juga sering melakukan pengeluaran walaupun keadaan keuangannya sedang menipis.

Selain itu, dari wawancara yang telah peneliti lakukan kepada 30 Mahasiswa tersebut ditemukan juga Mahasiswa yang mengatakan bahwa Mahasiswa sering menggunakan uang untuk memenuhi keinginannya tanpa memikirkan kebutuhan mendesak yang harus terpenuhi. Selain itu, mahasiswa mengatakan bahwa mereka berusaha untuk memenuhi semua keinginannya agar mendapatkan kesenangan. Dalam hal ini, mahasiswa merasa kebutuhannya akan pemenuhan keinginan agar mendapatkan kesenangan menjadi awal permasalahan yang terjadi, karena beberapa mahasiswa mengakui bahwa dirinya selalu berusaha memenuhi keinginannya terlebih dahulu daripada kebutuhannya.

Penelitian tentang *impulsive buying* dan perilaku *dissaving* pernah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Andayani, 2021) dengan judul hubungan antara *impulsive buying* dengan perilaku berhutang pada masa pandemi covid-19 dengan menggunakan subjek penelitian dengan kriteria subjek berusia 18-34 tahun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat suatu hubungan yang positif dan signifikan antara pembelian impulsif dengan perilaku berhutang. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh (Kukuh, n.d. 2016) dengan judul hubungan *impulsive buying* dengan perilaku berhutang (*dissaving*) dengan menggunakan subjek penelitian mahasiswa yang sedang menempuh jenjang pendidikan di kota Malang, hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara *impulsive*

*buying* dengan perilaku berhutang (*dissaving*). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Rihani, 2018) tentang "Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Perilaku Berhutang Di Kalangan Mahasiswa" diketahui bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara perilaku konsumtif dengan perilaku berhutang. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah dalam hal sampel penelitian, lokasi penelitian, dan tahun dilakukannya penelitian.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Hubungan Antara *Impulsive Buying* Dengan Perilaku *Dissaving* Pada Mahasiswa Angkatan 2018 Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Terdapat Hubungan Antara *Impulsive Buying* dengan Perilaku *Dissaving* Pada Mahasiswa angkatan 2018 Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang?.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Antara *Impulsive Buying* dengan Perilaku *Dissaving* Pada Mahasiswa angkatan 2018 Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kajian secara teoritis terhadap ilmu pengetahuan psikologi, khususnya dalam bidang psikologi industri dan psikologi konsumen mengenai “Hubungan Antara *Impulsive Buying* dengan Perilaku *Dissaving* Pada Mahasiswa angkatan 2018 Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang”.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Mahasiswa Jurusan Manajemen**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan masukan dan informasi bagi Mahasiswa jurusan manajemen agar dapat mengontrol pembelian sehingga tidak terjadi *Impulsive Buying*, dan agar dapat memikirkan secara matang terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan dalam berhutang agar nantinya tidak menimbulkan efek psikologis seperti stress.

#### **b. Bagi Perguruan Tinggi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan untuk menunjang keefektifan dan optimalisasi proses pembelajaran dikelas bersama mahasiswa guna menurunkan Perilaku *Dissaving*, dan juga agar berkurangnya *Impulsive Buying* pada diri mahasiswa.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti lainnya yang tertarik melakukan penelitian dengan tema yang sama, diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan acuan atau menjadi bahan perbandingan serta menjadi referensi tambahan. Kemudian, diharapkan juga kepada peneliti selanjutnya untuk mempertimbangkan variabel-variabel lain yang lebih mempengaruhi untuk digunakan dengan teori-teori baru, agar dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan.