

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang, segala hal yang dilakukan dan digunakan oleh seseorang akan menjadi suatu fokus perhatian bagi individu itu sendiri ataupun bagi orang lain. Hal ini dapat membuat individu untuk terus berusaha agar bisa mendapatkan gaya hidup yang sempurna, ia dapat menampilkan yang terbaik di depan publik. Hasrat individu dalam memenuhi nilai kesempurnaan tersebut, akan membuat individu untuk memposisikan dirinya dengan tingkat kehidupan yang berkualitas tinggi bagi dirinya maupun bagi individu lainnya (Mukaromah et al., 2020). Terdapat berbagai upaya yang akan dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi keinginan dalam berpenampilan agar bisa terlihat sempurna, salah satunya dengan cara berbelanja.

Belanja merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk melengkapi kebutuhan dalam hidupnya, dan menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan sehari-hari. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2017), dijelaskan bahwa orang dewasa khususnya mahasiswa akan merasa bangga dan juga senang apabila mereka berbelanja atau menggunakan produk-produk yang mewah dan sesuai dengan perkembangan zaman atau produk yang sedang tren. Selain itu, berbelanja juga tidak hanya dilakukan oleh usia dewasa saja, tetapi dilakukan dan disukai juga oleh usia remaja (Chita et al., 2015). Berdasarkan hasil data survey yang dilakukan oleh Bayu (2022) melaporkan hasil riset dari DataIndonesia.id yang menunjukkan bahwa pada tahun 2021, mayoritas konsumen yang melakukan pembelian atau berbelanja berdasarkan usia adalah usia muda dan dewasa awal termasuk mahasiswa dengan jumlah mencapai 48%.

Sekitar tahun 2021, Indonesia diramaikan dengan banyaknya kemunculan *coffee shop* atau kafe baru di berbagai kota. Kafe telah menjadi fenomena atau malah mungkin budaya baru yang menjawab kebutuhan masyarakat modern. Berkurangnya ruang publik yang nyaman dan fleksibel membuat kafe menjadi ruang alternatif yang perlahan menjadi pilihan utama untuk berinteraksi dan bersosialisasi bagi berbagai kalangan, baik dikunjungi bersama keluarga maupun teman-teman. Salah satu faktor yang membuat kafe menjadi suatu tempat yang wajib dikunjungi adalah adanya fenomena WFC atau *work from cafe*, yang kemudian menjadi trend terbaru di *social media*.

WFC/*Work from Café* merupakan suatu kegiatan bekerja atau mengerjakan tugas yang dilakukan di suatu café. Hal ini dilakukan agar orang-orang bisa merasa lebih nyaman dan rileks karena jenuh akan rutinitas *work from home*. Istilah ini semakin populer semenjak pandemi. Selain itu, fenomena ini membuat masyarakat modern ingin berpenampilan baik ketika mereka hendak mengunjungi café tersebut agar bisa terlihat bagus baik di lingkungan café maupun di *social media*. Terdapat banyak orang yang berbondong-bondong mampir mengunjungi *coffeshop* hanya untuk sekadar upload di *social media* agar terlihat *trendy*. Salah satunya dilakukan oleh sekelompok mahasiswa.

Mahasiswa merupakan suatu kelompok *social* yang focus pada perilaku pengeluaran konsumsi, dikarenakan kelompok mahasiswa ini umumnya suka mengeksplor suatu hal yang baru. Alasan kuat mahasiswa senang melakukan kegiatan berbelanja adalah untuk menghilangkan rasa jenuh dan juga stres yang sedang mereka alami atau bisa dikatakan sebagai pelampiasan (Fadjrina et al., 2018). Terlebih lagi jika mahasiswa tersebut sudah memiliki pendapatan sendiri dari hasil bekerja. Pendapatan seseorang merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dengan kegiatan konsumsi, dikarenakan konsumsi berbanding lurus dengan

pendapatan atau penghasilan. Semakin tinggi penghasilan yang diterima seseorang maka akan cenderung semakin besar pengeluaran yang digunakan untuk konsumsi.

Menurut Gleason dalam Metriyana (2014) mengungkapkan bahwa mahasiswa yang kuliah sambil bekerja cenderung memperoleh kemampuan finansial yang lebih baik. Sebagai mahasiswa yang memilih untuk bekerja dengan berwirausaha atau paruh waktu dan memiliki penghasilan, hal dasar yang harus dimiliki adalah mengatur keuangan agar pengeluaran tidak melebihi pendapatan. Kemampuan mengelola keuangan sangatlah penting dimiliki dalam menyikapi dan mengelola keuangan pribadi. Sebaliknya, ketidakmampuan dalam mengelola keuangan dapat mengakibatkan pemborosan untuk memenuhi keinginan yang tidak perlu. Ketika individu terus menerus melakukan pembelian dan dilakukan secara tidak terkontrol, maka perilaku tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku *impulsive buying*.

Galih dan Suudi (2022) dalam berita Kompas.com melaporkan bahwa umumnya generasi muda di Indonesia memiliki sifat yang cenderung boros dan pengelolaan keuangan yang kurang baik, serta tidak peduli dengan yang namanya investasi. Hal ini dipengaruhi oleh adanya ketidakmampuan seseorang dalam mengelola rasa keinginan dan juga kebutuhan sehingga akan memberikan dampak negatif yang akan merugikan diri mereka sendiri. Disamping itu, fenomena ini didukung oleh meningkatnya perkembangan teknologi digital yang akan terus mempermudah masyarakat di Indonesia khususnya anak muda termasuk mahasiswa untuk memperoleh informasi yang sedang trend pada masanya yang kemudian melakukan pembelian secara *online* dengan menggunakan *e-commerce* yang mudah diakses dimana saja. Semakin mudah diakses maka akan semakin tinggi juga minat masyarakat untuk melakukan pembelian.

Menurut analisis yang disebarakan oleh Pusat Pelayanan Tes dan Konsultasi Psikologi Universitas Sanata Dharma (P2TKP USD) pada tahun 2022, yang menyatakan bahwa penduduk

Indonesia khususnya mahasiswa dan anak muda lainnya dirisaukan akan memiliki kebiasaan belanja produk secara berlebihan tanpa adanya pertimbangan. Ketika individu sudah memiliki minat atau dorongan untuk membeli suatu barang atau jasa, ia akan tetap mempertahankan kemauan tersebut dan berusaha untuk membeli suatu barang sesuai keinginannya. Perbuatan tersebut termasuk ke dalam perilaku hedonistik karena individu akan merasa puas ketika ia berhasil membeli barang atau jasa yang sesuai dengan keinginannya. Namun, sangat disayangkan terdapat banyak dampak negatif yang ditimbulkan dari perilaku tersebut.

Dalam psikologi perilaku berlebihan tersebut dikenal dengan istilah *impulsive buying*. Verplanken & Herabadi (2001) mendefinisikan *impulsive buying* sebagai jenis perilaku pembelian atau berbelanja yang dilakukan secara tidak rasional, tidak direncanakan, serta dilakukan secara spontan dan cepat seakan-akan terdesak oleh waktu, yang diiringi dengan adanya dorongan emosional dan konflik pikiran. Pembelian impulsif atau *impulsive buying* ini merupakan hasil dari adanya dorongan emosional yang mementingkan kepuasan atau keinginan pribadi, mengabaikan dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari keputusan yang telah dibuat, dan mengalami konflik dalam pemikiran. Misalnya, ketika individu pergi keluar dengan tujuan sekedar jalan-jalan, tetapi ketika ia melihat barang bagus yang dipajang di *display* toko, ia merasa tertarik akan membuat ia masuk ke toko dan melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan jenis barang yang dibeli itu penting atau tidak.

Selain menurut teori Verplanken, Islam juga menyebutkan dalam QS. Al-Israa ayat 26-27 yang berbunyi “Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan”. Pada kenyataannya, seseorang dapat terpengaruh oleh sekitarnya, salah satunya menjadi terobsesi akan berbelanja yang disebabkan oleh dorongan dari dalam diri. Secara umum, perilaku *impulsive buying* dapat

diartikan dengan suatu dorongan yang dirasakan oleh seseorang secara spontan untuk melakukan aktivitas pembelian tanpa memikirkan konsekuensi dari pembelian yang dilakukan. Hal tersebut dilakukan karena munculnya dorongan emosional serta dorongan lainnya baik secara internal maupun eksternal, salah satunya yaitu lingkungan.

Lingkungan sekitar khususnya lingkungan pertemanan menjadi salah satu penyebab yang bisa berdampak negatif secara tidak langsung, salah satunya pola hidup yang berlebihan. Sebagai contoh, pada saat seseorang memiliki kemauan untuk terlihat lebih dari temannya, maka ia akan melakukan pembelian dengan memaksakan diri. Individu tersebut akan fokus untuk melakukan pembelian barang yang branded, dari pembelian tersebut ia berharap akan dianggap mampu untuk membeli barang branded sesuai dengan yang ada di lingkungannya. Hal tersebut membuat individu akan merasa harus membeli barang tersebut secara terus menerus karena adanya keinginan untuk memenuhi kepuasan dari dalam diri, sehingga timbul perilaku yang dinamakan *impulsive buying*. Selain itu, hal ini juga akan membuat individu terbawa ke dalam gaya hidup yang mewah atau berlebihan. Dimana individu akan mementingkan gaya hidup yang memusatkan kepuasan dan kesenangan diri sendiri.

Dalam psikologi gaya hidup tersebut disebut dengan gaya hidup hedonis. Kotler dan Armstrong (2012) mengartikan gaya hidup hedonis sebagai suatu pola hidup yang kegiatan sehari-harinya dilakukan hanya untuk mencari kesenangan dalam hidup, seperti senang akan membeli barang yang termasuk mahal, banyak menghabiskan waktu diluar rumah, senang menikmati keramaian di kota, serta selalu memiliki keinginan untuk menjadi pusat perhatian. Jenis gaya hidup ini juga dialami oleh kalangan mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa masih dalam tahap mencari jati diri, yang kemudian akan membuat mahasiswa menjadi mudah

terpengaruh oleh perubahan yang ada di sekitarnya dan muncul rasa ingin yang besar untuk mencoba hal baru (Sartika & Hudaniah, 2018).

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis ialah salah satu jenis gaya hidup yang berfokus pada kesenangan di dunia. Gaya hidup ini akan membuat individu berpikir bahwa hidup dilakukan hanya untuk memperoleh kepuasan dan kesenangan dalam diri. Individu yang termasuk ke dalam gaya hidup hedonis akan berusaha untuk melakukan berbagai hal dan cara dalam memenuhi kepuasan dirinya. Gaya hidup hedonis juga dapat membuat individu diperbudak oleh rasa keinginan untuk mencapai kepuasan hidup, sehingga terkadang individu tidak dapat mengontrol dirinya sendiri untuk mencapai sumber kesenangannya tersebut. Hilangnya kendali pada individu ketika sedang melakukan aktivitas secara berlebihan demi kesenangan ini mengindikasikan bahwa individu tersebut memiliki tingkat *self-control* yang kurang baik.

Menurut teori yang diungkapkan oleh Averill (1973) *self-control* ialah suatu kemampuan individu dalam mengelola emosi dan membuat keputusan dalam mengekspresikan suatu perasaan serta tindakan secara rasional ketika berkehidupan sosial. Seperti halnya membuat keputusan dalam membelanjakan suatu produk yang sesuai kebutuhan dan manfaat, bukan karena keinginan untuk memuaskan kesenangan semata. Individu yang punya tingkat *self-control* yang tinggi, akan mampu menentukan prioritas dalam melakukan pembelian. Sebaliknya, individu dengan tingkat *self-control* yang rendah akan membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan prioritasnya terlebih dahulu (Sudarisman, 2021).

Berdasarkan pengertian di atas, *self-control* dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan individu untuk mengelola berbagai aspek dan dorongan yang ada dalam diri seseorang. Aspek tersebut dapat berupa aspek internal dan juga eksternal. Aspek internal dapat berupa impuls dan

dorongan atau keinginan tertentu yang ada dari dalam diri, sedangkan aspek eksternal dapat berupa perbuatan yang tampak dan penyesuaian pada suatu standar kehidupan. *Self-control* akan akan memengaruhi kemampuan individu untuk bertindak sesuai dengan prinsip-nilai yang dianutnya. Hal ini mengindikasikan bahwa *self-control* adalah hal penting yang wajib dimiliki setiap individu untuk membantu mengontrol diri mereka ketika akan memilih suatu perilaku dan juga gaya hidup.

Self-control, gaya hidup hedonis serta perilaku *impulsive buying* mempunyai nilai keterikatan satu sama lain. Menurut penelitian Wahyuningsih dan Fatmawati (2016), mengemukakan bahwa individu yang memiliki jenis gaya hidup hedonis akan lebih kesulitan dalam mengendalikan dirinya sendiri, terlebih lagi dalam hal keuangan dan saat mereka berada di toko *fashion*. *Self-control* mempunyai nilai penting pada setiap individu, terutama dalam mengelola keuangan. Jika individu dapat mempertimbangkan minatnya ketika hendak melakukan pembelian, maka pemborosan tidak akan terjadi (Chrisandi, 2018).

Aprilia dan Nio (2019) mendapatkan suatu penemuan baru bahwa adanya hubungan yang negatif antara *self-control* dengan *impulsive buying*. Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa semakin rendah tingkat *self-control* individu, maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku *impulsive buying* yang akan dilakukan. Selain itu menurut Anggraini dan Cahyono (2017) dalam penelitiannya ditemukan bahwa terdapat korelasi yang negatif antara *self-control* dengan gaya hidup hedonis, dijelaskan bahwa semakin tinggi *self-control* seseorang, semakin rendah gaya hidup hedonis yang dimiliki seseorang. Ketika individu mempunyai tingkat *self-control* yang rendah dapat menyebabkan individu merasa kesulitan dalam mengontrol hasrat yang akan berpengaruh pada gaya hidup hedonis itu sendiri.

Menurut penelitian Aditya Yanuar Ramadhan dan Nadia Asandimitra (2019) yang mengungkapkan bahwa kemampuan dalam mengelola keuangan bagi generasi Z sangat penting dilakukan, mulai dari mengatur pemasukan, meminimalisir pengeluaran yang tidak penting dan memiliki cadangan dana untuk kejadian yang tidak terduga. Hasil penelitian tersebut juga menyoroti bahwa perubahan zaman dan peran teknologi sangat berpengaruh terhadap pengetahuan finansial generasi sekarang, dimana mereka lebih suka membaca dan mencari tahu lewat artikel yang ada di internet yang biasa disebut dengan literasi digital. Perilaku pengelolaan keuangan yang dilakukan mahasiswa khususnya yang memiliki penghasilan dari bekerja cenderung dikaitkan dengan persepsi dalam mengawasi kelebihan pengeluaran. Hal tersebut diakibatkan oleh pola hidup konsumtif yang tidak sesuai dengan pendapatan yang diperoleh sehingga dapat menyebabkan masalah keuangan jangka panjang.

Penelitian yang dilakukan oleh Priya dan Chitra (2015) ditemukan adanya fenomena bahwa tidak banyak mahasiswa yang melakukan pengelolaan keuangan pribadi, baik dengan cara melakukan pencatatan keuangan mereka yang bertujuan untuk mengontrol pengeluaran yang mereka lakukan, maupun dengan cara melakukan kegiatan menabung. Hasil penelitian lain dilakukan oleh Wulandari dan Hakim (2013), menyatakan bahwa mahasiswa mengalami masalah keuangan disebabkan karena adanya ketidakmampuan dalam mengontrol keuangan pribadi, tidak bisa dalam menyusun anggaran keuangan bulanan, kurangnya kontrol keuangan dari orang tua, serta adanya kebiasaan mencari kesenangan sesaat.

Berbagai penelitian diatas mengindikasikan bahwa individu yang punya *self-control* baik akan terhindari dari gaya hidup hedonis yang dapat memicu perilaku *impulsive buying*. Jenis gaya hidup hedonis juga dapat muncul akibat tidak terkendalinya individu dalam melakukan berbagai cara yang mampu memenuhi kesenangan dalam dirinya seperti berbelanja dengan

tujuan memenuhi keinginan. *Impulsive buying* dilakukan dengan tujuan untuk menghilangkan dan menjauhkan berbagai emosi negatif yang sedang dialami dan juga untuk mencari kesenangan. Ciri tersebut juga dapat menggambarkan suatu gaya hidup yang hedonis, sehingga dapat disimpulkan bahwa mereka yang mempunyai pola hidup seperti ini akan memiliki perilaku *impulsive buying*. Di samping itu, dengan kurangnya pengendalian diri serta tingginya sifat hedonism dalam kehidupan mampu membawa individu untuk memiliki perilaku *impulsive buying*.

Menyikapi keterkaitan antara *self-control*, gaya hidup hedonis, dan *impulsive buying* tersebut, peneliti melakukan studi awal dengan menyebar kuesioner melalui aplikasi *google form*. Dalam studi awal ini terkumpul 30 responden yang merupakan mahasiswa bekerja dengan kriteria usia 18 sampai 25 tahun. Berdasarkan hasil dari penelitian studi awal dengan menyebarkan kuesioner menunjukkan bahwa dari 30 responden mahasiswa yang bekerja dengan rata-rata usia 22 tahun, terdapat 19 orang yang pernah melakukan pembelian berdasarkan keinginan bukan kebutuhan, diantaranya terdapat 17 orang pernah melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa adanya pertimbangan dan terdapat 15 orang mengalami perubahan sikap berbelanja saat mereka sudah bekerja dengan alasan sudah mempunyai uang sendiri. Selain itu, hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa terdapat 11 orang yang perilaku belanjanya sama saat sebelum bekerja dan sudah bekerja, yang mana 11 orang ini tetap mempertimbangkan apa yang mereka butuhkan untuk dibeli.

Hasil studi awal yang sudah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa responden lebih dominan melakukan *impulsive buying* terindikasi dari gaya hidup yang berasal dari lingkungan disekitarnya dan telah merasa memiliki pendapatan sendiri, oleh karena itu perlu adanya *self-control* untuk mengantisipasi perilaku tersebut. Meskipun terdapat banyak responden yang

melakukan pembelian diluar perencanaan responden tersebut, mereka merasa senang disaat mereka melakukan pembelian. Responden juga merasa bisa membandingkan suatu produk atau barang satu dengan barang lainnya dengan cara melihat-lihat saja. Selain itu, responden mengungkapkan bahwa mood dan perasaan mereka akan menjadi lebih baik ketika melakukan pembelian, terlebih lagi barang tersebut adalah barang branded. Namun ketika mereka membeli barang yang hasilnya tidak sesuai ekspektasi akan membuat perasaan menyesal muncul dalam diri mereka.

Penelitian ini penting dilakukan karena meningkatnya jumlah konsumsi di kalangan usia dewasa termasuk mahasiswa yang disebabkan oleh gaya hidup yang terus berkembang mengikuti jaman. Pada penelitian sebelumnya, peneliti lain lebih banyak menggunakan kriteria mahasiswa sebagai subjek penelitiannya. Namun, pada penelitian ini terdapat suatu kebaruan yaitu subjek yang belum dibahas pada penelitian sebelumnya yakni mahasiswa bekerja, yang umumnya bagi seseorang yang bekerja pada usia yang termasuk dewasa awal akan dapat mengelola penghasilannya dengan baik dan tidak mudah terjerumus ke hal yang mengarah negatif.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas terlebih karena adanya fenomena dan pertentangan penelitian, maka peneliti merasa tertarik untuk mengkaji kembali pembahasan tersebut namun dengan subjek yang berbeda yaitu mahasiswa yang sudah memiliki pekerjaan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian tersebut adalah apakah gaya hidup hedonis dan *self-control* mempengaruhi *impulsive buying* pada mahasiswa bekerja di Bandung?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis dan *self-control* terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa bekerja di Bandung.

Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi pembaca, khususnya bagi peneliti selanjutnya di bidang psikologi. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan kontribusi yang dapat dijadikan referensi dalam psikologi khususnya di bidang konsumen dan sosial mengenai gaya hidup hedonis, *self-control* dan *impulsive buying* pada mahasiswa bekerja di Bandung.

Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi masyarakat luas

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi dan pertimbangan dalam menentukan keputusan dalam melakukan pembelanjaan. Selain itu, masyarakat juga diharapkan lebih menahan diri dari gaya hidup yang hedonis.

b. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai permasalahan pemahaman gaya hidup hedonis yang dapat mempengaruhi *impulsive buying* serta pemahaman pengendalian dirinya.