

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, seiring perkembangan zaman manusia memiliki kebutuhan hidup yang semakin beragam dan kompleks. Tidak hanya kebutuhan fisik yang harus dipenuhi tapi juga batin. Berkembangnya kebutuhan manusia juga bersamaan dengan munculnya produk-produk dengan inovasi dan kreatifitas produsen. Belanja merupakan salah satu cara manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Kegiatan berbelanja dapat dijumpai diberbagai tempat perbelanjaan seperti *mall*, toko, pasar tradisional terlebih lagi saat ini adanya internet memberikan kemudahan akses pada toko-toko *online* yang mampu mempengaruhi pola konsumsi masyarakat menjadi meningkat hingga konsumtif. Bagi sebagian orang, berbelanja tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan fisik tapi juga batin, dengan perasaan senang yang didapatkan saat berbelanja seseorang menjadikan salah satu cara untuk menghilangkan perasaan negatif pada dirinya.

Perilaku konsumsi yang baik dimana perilaku pembelian barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan. Berbelanja merupakan kegiatan yang biasa dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Namun sebagian orang yang melakukan belanja berdasarkan kepuasan dan kesenangan saja cenderung menjadi perilaku kompulsif. Perilaku ini terjadi karena adanya perasaan negatif yang timbul dalam diri, yang kemudian direspon dengan mengikuti keinginannya melakukan berbelanja yang terus menerus hingga suasana hati berubah menjadi positif. Perasaan senang inilah yang didapatkan setelah melakukan belanja yang kemudian dijadikan sebagai kekuatan dan solusi dalam menghadapi perasaan-perasaan yang tidak menyenangkan jika muncul kembali.

Produk *fashion* merupakan produk yang paling sering mengalami inovasi pembaharuan setiap tahunnya. Solomon dalam Kristanto (2011: 6) mengatakan “*fashion* adalah proses dari difusi sosial dimana gaya baru diadopsi oleh beberapa kelompok konsumen”. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi tren *fashion* kini juga semakin berkembang. Seseorang yang mengikuti tren *fashion* dikarenakan ingin terlihat “*fashionable*” di depan teman-temannya. *Fashion* yang

dimaksud ialah seperti cara berpakaian, gaya rambut, gaya hijab, tas, sepatu dan aksesoris yang dikenakan seseorang.

Fenomena perilaku pembelian kompulsif banyak dialami oleh masyarakat. Pelaku kompulsif dapat terjadi pada siapapun tanpa melihat gender dan usia. Namun, pelaku kompulsif sering ditemui pada anak muda terutama pada remaja di perkotaan yang sebagian besar memiliki gaya hidup modern dan mobilitas yang relatif tinggi. Pelaku kompulsif biasanya melakukan pembelian pada kategori barang tertentu. Wanita memiliki ketertarikan yang lebih pada *fashion*, mereka cenderung lebih tertarik pada penampilan diri dibandingkan laki-laki. Walenta, dkk (2022: 20) mengatakan “*fashion* pada umumnya digunakan sebagai simbol dari citra diri dan menciptakan identitas feminin”. Hal tersebut membuat mahasiswi mempunyai keinginan yang kuat untuk mengikuti tren *fashion* dan lebih mudah melakukan pembelian secara berulang agar memperkuat rasa percaya dirinya di kalangan teman-teman Kuliah nya. Adanya tuntutan gaya hidup kekinian yang mengunggulkan penampilan fisik mampu menjadi tolak ukur dalam menilai seseorang. Perkembangan *fashion* terbaru dapat mendorong diri untuk terus membeli apa yang menurut mereka dapat mendukung penampilannya hingga mendapatkan validasi sosial.

Bagi kebanyakan mahasiswa mengikuti gaya hidup yang sedang tren dapat meningkatkan status sosial nya, hal ini membuat mahasiswa mudah terpengaruh dan cenderung melakukan belanja yang tidak terkendali demi gaya hidup. Mengikuti gaya hidup tentunya tidak lepas dari penampilan diri yang mengikuti tren, dengan menggunakan *fashion* sesuai tren terbaru dapat meningkatkan harga diri seseorang. Berbelanja menjadi salah satu usaha dalam memenuhi kebutuhan penampilan dan harga diri. Menurut Rosenberg dalam Hanley dan Wilhem (1991:8) mengatakan “motif harga diri merupakan motif terkuat dalam perilaku manusia”. Dalam hal berbelanja, konsumen akan terus berusaha agar memiliki suatu barang demi memenuhi harga dirinya dan mendapatkan kepuasan emosional. Dengan berganti-ganti pakaian setiap hari, *Fashion* di kalangan mahasiswa mampu membuat identitas diri.

Selain itu, pengetahuan mengenai keuangan dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan berbelanja, Kurangnya literasi keuangan di kalangan mahasiswa juga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan saat berbelanja, yang menjadikan mahasiswa tidak dapat mengelola keuangannya dengan tepat. Marheni, (2020: 210) mengatakan “literasi keuangan merupakan sesuatu yang penting serta wajib disadari oleh banyak oleh banyak orang”. Kemampuan literasi keuangan yang tidak baik mampu memengaruhi seseorang dalam membuat keputusan, salah satunya berbelanja. Selain pemahaman literasi keuangan yang kurang, penerapan pengetahuan keuangan pada kehidupan sehari-hari juga penting. Belum lagi kemunculan pembayaran *online* juga merubah cara bertransaksi masyarakat, hal ini membuat tingkat berbelanja meningkat. Pembeli yang kompulsif pada umumnya tidak mempertimbangkan terlebih dahulu keputusan berbelanja. Kurangnya literasi keuangan dan pengetahuan keuangan dapat menyebabkan seseorang tidak mampu mengontrol pengeluarannya.

Tabel 1.1
Hasil Survey Pra Penelitian

No	Pertanyaan	Jawaban Responden		
1	Dalam kurun waktu sebulan, Berapa kali anda melakukan belanja pada produk fashion? (Pakaian, celana, tas, sepatu, hijab, aksesoris wanita)	1-2 kali (44%)	3-5 kali (46,4%)	Lebih dari 5 kali (8,9%)
2	Apakah anda merasa senang ketika berbelanja <i>fashion</i>	Ya (80,4%)	Tidak (19,6%)	
3	Pada kategori produk fashion, Barang manakah yang paling sering anda beli?	Pakaian (71,4%)	Hijab (10,7%)	Aksesoris wanita (8,9%)

Sumber: Survei Pra Penelitian, 2022

Pada hasil Pra Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh peneliti kepada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi tahun angkatan 2019-2021 dengan jumlah responden 56 orang menunjukkan hasil dalam kurun waktu sebulan, mahasiswi mampu berbelanja produk *fashion* bahwa 44,6% mahasiswi menjawab berbelanja produk *fashion* 1-2 kali, 46,4% mahasiswi menjawab berbelanja produk *fashion* 3-5 kali dan 8,9% mahasiswi menjawab berbelanja produk *fashion* lebih dari 5 kali dalam kurun waktu sebulan. Hal ini menggambarkan bahwa mahasiswi memiliki ketertarikan yang kuat dalam

mengikuti gaya hidup kekinian terutama pada *fashion*. Pembelian kompulsif disini ditunjukkan dari banyaknya pembelian produk *fashion* yang dilakukan dalam kurun waktu sebulan secara berulang-ulang yang tidak sebanding dengan pendapatan yang dimiliki oleh mahasiswi yang masih bersumber dari orang tua.

Pada pertanyaan “Saya merasa senang ketika sedang berbelanja” yang dijawab dengan pilihan “ya” dengan persentase sebesar 80,4% dan pilih “tidak” oleh 1,6%. Perasaan senang yang dialami konsumen inilah dapat menjadi gejala awal pada pembelian yang tidak terkontrol dan berlebihan hingga menjadi kecanduan yang cenderung kompulsif. Pada pertanyaan “Pada kategori produk fashion, Barang manakah yang paling sering anda beli?” menunjukkan kategori pakaian menjadi produk yang paling sering dibeli oleh mahasiswi. Tingkat konsumsi mahasiswi yang relatif tinggi membuat mahasiswa rentan melakukan pembelian barang demi terlihat mengikuti zaman.

Setiap individu memiliki kecenderungan untuk berperilaku kompulsif. Hikmah dkk dalam Sugiasih dan Cahyanti (2022:3) mengatakan Individu yang melakukan pembelian kompulsif awalnya tidak sadar bahwa ada yang salah dengan perilaku pembeliannya, hal tersebut dikarenakan dengan melakukan pembelian dapat menghilangkan perasaan cemas dalam dirinya. Perilaku pembelian kompulsif memiliki dampak positif dan negatif bagi pelakunya. Dampak positif yang dapat dirasakan konsumen bersifat jangka pendek berupa perasaan senang dan puas yang dapat langsung dirasakan dari kegiatan berbelanja itu sendiri. Pada dampak negatif, perilaku kompulsif mengakibatkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Dalam waktu jangka panjang kerugian tersebut mampu membawa konsumen pada kebangkrutan dan hutang yang menumpuk. Pada lingkup mahasiswa kasus pembelian kompulsif menjadi masalah sebab pengeluaran yang tidak sebanding dengan pendapatan mereka. Perilaku tersebut menjadi hal yang krusial bagi mahasiswa ketika membeli barang didasarkan hasrat emosi tanpa berpikir lebih lanjut kebermanfaatan barang itu sendiri. hal tersebut perlu diperhatikan terlebih pendapatan mahasiswa biasanya didapatkan dari orang tua dan belum memiliki pekerjaan yang tetap. Dengan demikian, fenomena perilaku pembelian kompulsif yang dialami mahasiswa menjadi hal yang penting untuk dicermati dan dikaji lebih mendalam, sehingga

nantinya dapat memberikan masukan mengenai upaya-upaya menekan perilaku pembelian kompulsif pada remaja.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif penulis tertarik pada beberapa faktor yang akan menjadi variabel dalam penelitian ini yaitu *self esteem* dan literasi keuangan. Pelaku perilaku kompulsif sebagian besar berasal dari kalangan remaja khususnya mahasiswi. Mahasiswi jurusan Manajemen telah memperoleh pengetahuan dan wawasan yang cukup memadai melalui proses perkuliahan terkait ilmu ekonomi mengenai pengelolaan uang, waktu dan pengendalian diri serta dalam pengambilan keputusan berbelanja.

Dari penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai **“Pengaruh *self esteem* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian kompulsif” Survei Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2019, 2020 dan 2021”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah terhadap penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *self esteem* terhadap perilaku pembelian kompulsif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2019, 2020 dan 2021?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pembelian kompulsif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2019, 2020 dan 2021?
3. Bagaimana pengaruh *self esteem* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian kompulsif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2019,2020 dan 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *self esteem* terhadap perilaku pembelian kompulsif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2019, 2020 dan 2021
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pembelian kompulsif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2019, 2020 dan 2021
3. Untuk mengetahui pengaruh *self esteem* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian kompulsif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan 2019, 2020 dan 2021

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait dan berkepentingan dengan penelitian ini, baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bermanfaat dan pemikiran mengenai pengaruh *self esteem* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi sekaligus menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada mahasiswa dalam melakukan pemenuhan kebutuhan agar tetap memperhatikan kegunaan atau manfaat dari suatu produk baik itu barang maupun jasa sehingga tidak mengarah pada tindakan perilaku pembelian kompulsif. Selain itu, dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa dalam hal *self esteem* dan literasi keuangan yang sekiranya dapat diterapkan untuk membantu mengelola keuangan dan mengalokasikan keuangan dengan bijak agar perilaku konsumsinya tetap rasional.

b. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bukti empiris serta menjadi rekomendasi untuk penelitian pada masa yang akan datang tentang *self esteem* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian kompulsif.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berpikir kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi kaitannya dengan pendidikan dan ekonomi.