

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku pembelian masyarakat di Indonesia pada saat ini cenderung konsumtif. Konsumen seringkali melakukan pembelian yang melebihi dari rencana pembelian sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sering melakukan pembelian secara tidak terencana. Kenaikan dalam pendapatan dan ketersediaan kredit membuat pembelian tidak terencana menjadi perilaku umum bagi konsumen. Pembelian tidak terencana juga disebut dengan pembelian impulsif (*Impulsif buying*).

Menurut Utami (2010:51) Pembelian impulsif (*Impulsive buying*) adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen melihat produk atau merek tertentu, kemudian konsumen menjadi tertarik untuk mendapatkannya, biasanya karena adanya rangsangan yang menarik dari toko tersebut. Perilaku pembelian impulsif merupakan salah satu perilaku dari konsumen sedang berbelanja. *Impulse buying* adalah pembelian yang dilakukan tanpa direncanakan sebelumnya, dimana konsumen tidak menentukan merek maupun kategori produk yang dibelinya. Sebagian masyarakat berbelanja tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan namun hanya untuk menghilangkan kejenuhan.

Pembelian tanpa rencana merupakan kegiatan menghabiskan uang yang tidak terkontrol, terutama pada barang-barang yang tidak diperlukan. hal tersebut akan berakibat pada perilaku konsumen yang dapat menjadi berlebihan. Pembelian Impulsif disebabkan dari beberapa faktor, salah satunya adalah gaya hidup. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Gaya hidup juga mencerminkan pilihan dan sesuatu yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini banyak gaya hidup yang berkembang di masyarakat satunya adalah gaya hidup hedonis.

Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan.

Kebanyakan konsumen di Indonesia saat ini berorientasi pada kesenangan, kenikmatan, dan hiburan. Salah satu hiburan adalah dengan bepergian ke tempat pusat pembelanjaan atau mall yang memungkinkan akan melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Faktor lain yang menyebabkan seseorang melakukan pembelian secara tidak terencana adalah kepemilikan kartu pembayaran, salah satunya adalah kartu kredit. Berdasarkan penggunaan, belanja menjadi kontributor utama transaksi menggunakan kartu kredit. Sebanyak 97,1% dari total transaksi digunakan untuk hal tersebut. Pada tahun 2019 transaksi belanja menggunakan kartu kredit di Indonesia naik 5,6% year of year (Bisnis.com)

Banyak gerai toko yang memberikan potongan harga bagi pengguna kartu kredit dan dapat mengajukan pembelian secara kredit dengan secara mudah dengan menggunakan kartu kredit. Salah satu Bank yang memberikan layanan kartu kredit adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik Pemerintah yang berdiri pada tahun 1895 dan tumbuh menjadi Bank yang terbesar dengan aset terbesar di Indonesia (dikutip dari CNBC Indonesia).

Prestasi tersebut tentu dikarenakan Bank Rakyat Indonesia (BRI) memiliki produk – produk keuangan terbaik, salah satunya adalah kartu kredit BRI. Kartu kredit BRI yang diluncurkan pada tahun 2006 hingga sekarang terus diminati oleh masyarakat karena memberikan kemudahan pada akses pembayaran masyarakat, terutama pada masyarakat di Kota yang memiliki banyak pilihan untuk melakukan pembelian, salah satunya adalah di Kota Palembang. Kartu kredit dari Bank Rakyat Indoensia (BRI) berhasil menarik perhatian masyarakat untuk menjadi nasabah Bank BRI Wilayah Kota Palembang. Pengguna kartu kredit pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Wilayah Kota Palembang terus meningkat dapat dilihat dari data berikut :

Tabel 1.1
Pengguna Kartu Kredit BRI

Tahun	2015	2016	2017	2018	2019
Jumlah	941,605	1,124,499	1,385,892	1,680,872	1,966,261

Sumber : BRI (2020)

Dari data diatas dapat menjadi bukti bahwa kartu kredit terus diminati oleh nasabah, terjadi peningkatan dari tahun 2015 hingga 2019 pada tahun 2015 ke tahun 2016 meningkat sebesar 1,9%, tahun 2017 meningkat sebesar 2,3%, pada tahun 2018 meningkat sebesar 2,1 %, dan pada tahun 2019 meningkat sebesar 1,7 %. Adanya kartu kredit sebagai salah satu penunjang konsumen dalam melakukan pembelian membuat konsumen bebas melakukan pembelian bahkan pada produk yang tidak direncanakan sebelumnya.

Akan tetapi, hal tersebut menjadikan konsumen tidak dapat membayar iuran kartu kredit kepada pihak Bank karena terlalu sering melakukan transaksi pembelian hingga over kredit dan menyebabkan kemacetan iuran pada kartu kredit. Angka kemacetan kartu kredit pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Wilayah Kota Palembang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Angka Kemacetan Kartu Kredit BRI

Tahun	2015	2016	2017	2018	2019
Jumlah	201	374	523	595	667

Sumber : BRI (2020)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa angka kemacetan kartu kredit pada Bank BRI kantor wilayah Palembang terus mengalami peningkatan, dari tahun 2015 hingga tahun 2019 terus meningkat. Pada tahun 2015 ke 2016 meningkat sebesar 8,6%, tahun 2017 meningkat sebesar 3,9%, pada tahun 2018 meningkat sebesar 1,3% dan pada tahun 2019 meningkat sebesar 1,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyaknya nasabah kartu kredit yang tidak dapat membayar iuran kartu kredit yang digunakan tepat pada waktunya. Selain berdampak pada keuangan seseorang, ternyata perilaku pembelian impulsif juga dapat menyebabkan kerugian pada pihak Bank.

Dari paparan dan fenomena diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam apakah gaya hidup hedonis dan kepemilikan kartu kredit dapat memicu seseorang untuk melakukan pembelian secara tidak terencana atau *Impulsive Buying* dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kepemilikan Kartu Kredit Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus PT Bank BRI Kantor Wilayah Palembang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah gaya hidup hedonis dan kepemilikan kartu kredit berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif?
2. Variabel apa yang berpengaruh besar terhadap perilaku pembelian impulsif?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Membahas mengenai gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif.
2. Membahas mengenai perilaku konsumen terhadap penggunaan kartu kredit Bank BRI Kota Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis dan kepemilikan kartu kredit terhadap perilaku pembelian impulsif
- b. Menganalisis variabel yang paling berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang bisa didapatkan dari penulisan ini, yaitu:

- a. Manfaat teoritis
 1. Bagi akademika, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, ilmu pengetahuan, dan bermanfaat mengenai perilaku konsumen terkhusus perilaku pembelian impulsif.
 2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat memberikan gambaran tentang perilaku pembelian impulsif.
- b. Kegunaan praktis
 1. Bagi Penulis, untuk menambah wawasan perilaku konsumen terkhusus perilaku pembelian impulsif.

2. Bagi pihak Pebisnis, dapat memberikan gambaran dan penjelasan yang nyata terhadap kondisi dilapangan terkait kecenderungan perilaku konsumen.
3. Bagi Masyarakat, dapat menjadikan pembelajaran dan evaluasi bagi masyarakat terhadap perilaku mereka dalam berbelanja sebagai konsumen
4. Bagi pihak Bank, dapat menambah bentuk promosi dalam penggunaan kartu kredit dan bekerja sama dengan pihak toko.