Pengaruh gaya hidup, nilai, kepribadian, sikap terhadap pilihan perilaku berhutang: Sebuah kajian lapangan

M. C. Oetami Prasadjaningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=78136&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Awal pemikiran penelitian ini terjadi karena adanya fenomena bahwa ternyata orang berhutang tidak lagi dalam kondisi kekurangan. Penelitian Berthoud & Kempson, 1990, menemukan fakta bahwa orang yang berpenghasilan tinggi makin berani berhutang/meminjam lebih banyak. Saat ini fasilitas untuk berhutang guna mendapatkan sesuatu dengan segera dan mudah juga sangat marak ragamnya. Namun ternyata reaksi konsumen menanggapi berbagai situasi dan fasilitas tidak sama. Berdasarkan hal-hal demikian adakah gaya hidup, sistim nilai, kepribadian, atau sikap yang berbeda diantara reaksi konsumen yang berbeda-beda itu?

Pelbagai reaksi orang menentukan pilihan berhutang atau tidak berhutang dapat dipahami melalui 5 asumsi teori, yaitu:

1. Permanent Income Hypothesis (PIH)

Permanent Income Hypothesis mendapatkan pada ekspektasi atau harapan terhadap pendapatan, apakah perolehannya itu dipersepsikan sebagai yang permanen atau hanya bersifat sementara saja.

2. Life Cyde Theory (LCT)

Life Cyde Theory irii memberi pandangan bahwa secara khusus individu mengalami perolehan pendapatan yang berbeda dalam masa hidupnya LCT mengungkapkan pula bahwa kemilikan kekayaan akan mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

3. Konsep Duessenberry

Memperkenalkan teori konsumsi yang melibatkan perbandingan sosial sebagai proses sentral dalam keputusan berkonsumsi.

4. Sentimen Konsumen

Asumsi ini menghubungkan teori konsumsi dengan bagaimana perasaan seseorang tentang keputusan-keputusan dan persoalan ekonomi pribadinya dimana hal tersebut berhubungan dengan kinerja ekonomi makro akhir-akhir.

5. Mental Accounting

Yaitu konsep yang diduga dipakai individu untuk membentuk perhitungan psikologi; menghubungkan antara biaya dan kemanfaatan (cost-benefit) dalam menentukan pilihan individu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan dimensi gaya hidup, sistim nilai, nilai

perilaku, kepribadian, dan sikap terhadap perilaku seseorang memilih berhutang atau tidak berhutang dalam mengkonsumsi barang tahan lama. Dan dimensi apa saja yang dapat memprediksi pilihan konsumen tersebut.

Penelitian ini dilakukan pertengahan September 1997 sampai dengan awal Oktober 1997 terhadap konsumen yang merasa dalam tahapan siklus hidup masa kerja produktif saja; dengan kriteria penghasilan di atas Rp. 400.000,-/bulan. Metode pengambilan sampel menggunakan 'Non Probability Sampling' yang sifatnya purposif. Jumlah responden yang diikutsertakan dalam penelitian adalah 271 konsumen, terdiri atas 130 wanita dan 141 laki-laki. Dari sisi pilihan perilaku terdapat 171 orang pernah berhutang dan 100 orang tidak pernah berhutang selama 2 tahun terakhir ini dalam hal mengkonsumsi barang-barang tahan lama, untuk keperluan sendiri-bukan bisnis. Pengambilan data dilapangan melalui perangkat kuesioner. Alat ukur yang digunakan dalam penilaian ini adalah AIO (gaya hidup), Nilai Idaman Dalam Kehidupan 1 LOV, Nilai Perilaku Kredit, Kepribadian (Introvert-Ekstrovert Eysenck dan Locus of Control-IPC Levenson) serta sikap terhadap berhutang yang berbobot positif dan negatif. Selain pengukuran di atas, juga disertakan data demografi responden, dasar transaksi yang dilakukan, sarana yang dipakai untuk berhutang, barang yang dibeli & yang diinginkan untuk 5 tahun yang akan datang dengan cara hutang atau tidak hutang. Juga diungkapkan tentang keberadaan responden dalam kelompok kombinasi perilaku berhutang dan menabung.

Analisis data dilakukan dengan metode 'stepwise' - secara komputerisasi dengan menggunakan PCISPPS for windows release 7.51. Teknik analisis yang dipergunakan adalah Anova one way, Chi Square dan Analisis Diskriminan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap pro kontra terhadap berhutang tidak dapat membedakan secara signifikan tipe gaya hidup. Gaya Hidup bergensi saja yang dapat membedakan secara bermakna terhadap pilihan perilaku berhutang-tidak berhutangnya konsumen. Nilai Idaman Dalam Kehidupan (IDK) tidak memberakan makna secara signifikan pada sikap pro kontra berhutang, juga pada pilihan perilaku konsumen untuk berhutang atau tidak berhutang. Nilai perilaku kredit yang merupakan penjabaran nilai IDK lebih membuktikan secara sangat bermakna baik terhadap sikap pro kontra berhutang maupun terhadap pilihan konsumen untuk berhutang-tidak berhutang. Faktor kepribadian yang secara signifikan membedakan adalah rid Introvert-Ekstrovert. Konsumen yang berhutang lebih mencerminkan ciri-ciri kearah Ekstravert yang bersifat Impulsif (menurutkan kata Kati), berfikir praktis, dan cenderung memakai konsep fleksibel. Sedangkan konsumen yang tidak berhutang menampilkan ciri-ciri kearah Introvert yang bersifat reflektif (banyak pertimbangan), terkendali dan cenderung mendasarkan pada patokan-patokan yang baku pada setiap menghadapi situasi.

Faktor sikap yang didukung oleh alasan-alasan yang dianut secara bermakna mempengaruhi pilihan konsumen untuk berhutang/tidak berhutang. Semakin beranggapan berhutang itu memberi beban dan perlu perhitungan yang seksama, mendorong mengkonsumsi lebih, malu terhadap lingkungan maka konsumen cenderung menunjukkan untuk menghindari hutang. Sementara yang bersikap pro terhadap berhutang memberi tampilan persetujuan bahwa dengan berhutang lebih hemat, praktis, dapat segera memperoleh barang yang diinginkan, tidak perlu jadi beban pikiran dan cenderung mengabaikan rasa malu terhadap lingkungan.

Studi ini tidak berhasil membuktikan bahwa kepribadian Locus of Control membedakan pilihan perilaku berhutang perorangan. Hal ini diduga adanya sampel yang tidak sebanding.