

PEDOMAN OBSERVASI

- Judul Penelitian:

Analisis Psikologi Keuangan Dalam Mengatasi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kepemimpinan Kristen Angkatan 2021 Menggunakan Aplikasi Belanja Online.

- Fokus Observasi:

Perilaku konsumtif mahasiswa yang dipengaruhi oleh aspek-aspek psikologi keuangan dalam penggunaan aplikasi belanja online.

- Tujuan Observasi:

Untuk mengamati secara langsung dan tidak langsung pengaruh psikologi keuangan dalam perilaku konsumtif mahasiswa.

- Waktu dan Lokasi observasi:

Dilaksanakan di kampus IAKN Toraja Kecamatan Mengkendek, Kabupaten Tana Toraja, Sulawesi Selatan. Sesuai dengan jadwal kegiatan lapangan.

- Aspek yang Diamati

Aspek dan Indikator Psikologi Keuangan yang Diamati

No.	Aspek Psikologi Keuangan	Indikator pengamatan	Perilaku yang diamati	Catatan / temuan
1.	Kesadaran Finansial (Financial Awareness)	Individu memiliki pemahaman dasar tentang pengelolaan uang	Apakah individu mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengeluaran sehari-hari?	Banyak informan mengaku membeli karena ingin meskipun barang tidak dibutuhkan; beberapa mempertimbangkan ulasan sebelum membeli
2.	Kontrol Diri (Self-Control)	Kemampuan mengendalikan dorongan untuk berbelanja secara impulsif	Apakah individu sering menunda pembelian dan mempertimbangkan keputusan keuangan dengan matang?	Informan sering terdorong belanja saat promo; ada yang mengaku bisa menahan diri jika dana tidak cukup
3.	Perilaku Konsumtif (Consumer Behavior)	Kecenderungan membelanjakan uang secara tidak terencana	Apakah individu mudah tergoda diskon dan promo dari aplikasi belanja online?	Hampir semua informan mengaku pernah belanja karena promo/iklan, kadang tanpa rencana
4.	Perencanaan Keuangan (Financial)	Individu memiliki perencanaan jangka pendek	Apakah individu memiliki anggaran bulanan atau target	Mayoritas tidak mencatat atau kontrol anggaran secara

	Planning)	dan jangka panjang dalam keuangan	menabung yang jelas?	tertulis; hanya ada kontrol secara lisan atau sekadar sisihkan uang
5.	Pengaruh Sosial dan Media	Keputusan keuangan dipengaruhi oleh lingkungan sosial atau iklan media	Apakah individu sering membeli barang karena pengaruh teman atau konten media sosial?	Sebagian besar mengaku terpengaruh teman atau iklan; beberapa bahkan membeli barang karena rekomendasi teman/influencer
6.	Pengelolaan Emosi dalam Keuangan	Respon emosional terhadap kondisi keuangan	Apakah individu menggunakan belanja sebagai pelarian dari stres, marah, atau bosan?	Banyak informan menggunakan belanja sebagai hiburan, pelarian dari bosan atau memperbaiki mood
7.	Literasi Keuangan Digital	Kemampuan menggunakan aplikasi keuangan atau belanja dengan bijak	Apakah individu paham fitur-fitur dompet digital dan menggunakan aplikasi belanja dengan penuh pertimbangan?	Ada yang tahu ada yang tidak soal dompet digital atau kredit kalau menggunakan aplikasi belanja dengan penuh pertimbangan sering buka aplikasi tanpa kebutuhan jelas, sekadar cuci mata

Perilaku Konsumtif

No.	Aspek Perilaku Konsumtif	Indikator moderasi beragam	Perilaku yang diamati	Catatan/temuan
1	Belanja Impulsif	Membeli barang tanpa perencanaan	Apakah individu sering membeli barang hanya karena tertarik sesaat, tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang?	Informan sering belanja spontan, menumpuk barang yang tidak dibutuhkan
2.	Pengaruh Iklan dan Promo	Terpengaruh oleh promosi dan diskon	Apakah individu sering belanja karena tergoda diskon, atau iklan di media sosial?	Diskon/promo jadi faktor utama keputusan belanja
3.	Gaya Hidup Konsumtif	Pengeluaran untuk gaya hidup mewah atau tidak perlu	Apakah individu membeli barang-barang atau mengikuti tren meski tidak sesuai kebutuhan?	Beberapa informan membeli barang karena trend atau artis meskipun tidak butuh
4.	Ketergantungan pada Aplikasi Belanja	Frekuensi penggunaan aplikasi belanja online	Apakah individu membuka dan menggunakan aplikasi belanja setiap hari tanpa ada kebutuhan yang jelas?	Sebagian besar informan buka aplikasi untuk cuci mata, sering tanpa kebutuhan nyata

5.	Kurangnya Perencanaan Keuangan	Tidak memiliki anggaran atau batas pengeluaran	Apakah individu jarang mencatat atau mengontrol pengeluaran hariannya?	Mayoritas tidak punya catatan anggaran atau kontrol belanja tertulis
6.	Pengaruh Lingkungan Sosial	Membeli karena dorongan teman atau tren sosial	Apakah individu merasa perlu membeli sesuatu karena orang lain di sekitarnya memilikinya?	Sosial media dan teman sering jadi pemicu belanja
7.	Emotional Spending	Belanja sebagai pelarian dari emosi negatif	Apakah individu sering berbelanja saat sedang stres, sedih, atau bosan?	Banyak informan mengaku belanja untuk memperbaiki mood, pelarian dari bosan

- Teknik Observasi:

- Pengamatan dilakukan secara langsung dan tidak langsung kepada mahasiswa Kepemimpinan Kristen angkatan 2021, khususnya dalam aktivitas sehari-hari yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan, penggunaan aplikasi belanja online, dan keputusan konsumsi.
- Menggunakan pendekatan non-intervensi, artinya peneliti tidak mengganggu atau mengarahkan aktivitas mahasiswa. Observasi

dilakukan secara alami dalam lingkungan tempat mahasiswa biasa beraktivitas (kampus, kost, tempat nongkrong, dll).

c) Mengamati reaksi atau respon mahasiswa terhadap situasi yang berkaitan dengan keuangan, seperti:

- Respon saat ada promo di aplikasi belanja.
- Pola perilaku saat mengalami tekanan sosial atau emosional (misalnya: belanja karena stres, ikut-ikutan teman, dll).
- Cara mereka merencanakan dan mengatur anggaran.

d) Dokumentasi kegiatan dilakukan dalam bentuk:

- Foto: Misalnya, tampilan keranjang belanja, catatan keuangan mahasiswa (dengan persetujuan).
- Rekaman: Cuplikan wawancara singkat atau aktivitas saat membuka aplikasi belanja.
- Catatan Lapangan: Peneliti menuliskan pengamatan mengenai perilaku konsumtif, ekspresi, dan situasi yang memengaruhi keputusan keuangan mahasiswa.

Instrumen Wawancara

Variabel 1 Psikologi Keuangan		
No.	Indikator	Pertanyaan
1.	Bias Kognitif (Kesalahan Berfikir)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda pernah merasa yakin suatu produk sangat bagus hanya karena iklannya menarik, tanpa mencari tahu lebih lanjut? 2. Bagaimana anda menilai keputusan belanja anda, apakah anda lebih mengikuti pengalaman belanja yang menyenangkan sebelumnya atau anda masih berfikir baik buruk yang mungkin akan terjadi dari cara anda belanja?
2.	Los Aversion (Takut Rugi)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda pernah membeli sesuatu karena takut kehilangan promo, meskipun anda sebenarnya tidak terlalu membutuhkannya? 2. Saat melihat diskon atau promo terbatas di aplikasi belanja, apakah anda merasa

		<p>terdorong untuk segera membeli agar tidak merasa “rugi”?</p>
3.	<p>Overconfidence (Terlalu Percaya Diri)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda pernah merasa yakin bisa mengendalikan keuangan, lalu akhirnya belanja lebih dari rencana? 2. Apakah anda merasa yakin dapat mengatur pengeluaranmu dengan baik meskipun anda sering belanja dengan spontan?
4.	<p>Heuristik (Jalan Pintas Berfikir)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa sering anda membeli produk hanya karena ada label “terlaris” atau “bintang lima” tanpa membaca ulasannya? 2. Apakah anda sering memilih produk atau toko tertentu hanya karena anda sudah mengenalnya atau merasa familiar, tanpa melakukan perbandingan harga, kualitas, atau alternatif lain terlebih dahulu? Jika iya, apa yang biasanya membuat anda lebih percaya atau nyaman dengan pilihan tersebut?
5.	<p>Pengaruh Sosial</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa besar pengaruh teman atau media sosial terhadap keputusan belanja onlinemu?

		<p>2. Apakah anda pernah membeli sesuatu karena melihat temanmu atau influencer membelinya, meski anda tidak membutuhkannya?</p>
--	--	--

<p>Variabel 2</p> <p>Perilaku Konsumtif</p>		
No.	Indikator	Pertanyaan
1.	<p>Pembelian berdasarkan keinginan bukan kebutuhan</p>	<p>1. Seberapa sering anda membeli barang yang sebenarnya tidak anda butuhkan tetapi anda inginkan? dan jika anda sering apa yang menyebabkan anda sering melakukannya?</p> <p>2. Saat melihat barang menarik, apakah anda langsung ingin membelinya tanpa mempertimbangkan kegunaannya?</p>

2.	Ketidakmampuan mengontrol diri dalam berbelanja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda kesulitan menahan diri untuk tidak berbelanja saat melihat diskon atau promo? 2. Pernahkah anda merasa menyesal setelah berbelanja karena membeli terlalu banyak barang? 3. Seberapa sering anda membeli barang tanpa mempertimbangkan anggaran yang tersedia? 4. Apakah anda membuka dan menggunakan aplikasi belanja setiap hari tanpa ada kebutuhan yang jelas? 5. Apakah anda mencatat atau mengontrol pengeluaran harian dan bulanan?
3.	Pengaruh iklan dan promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda pernah membeli produk karena terpengaruh iklan di media sosial? 2. Seberapa besar pengaruh promosi seperti cashback, diskon, atau bonus dalam keputusan belanja anda?

		<p>3. Apakah anda cenderung membeli produk baru setelah melihat iklan yang menarik?</p>
4.	<p>Menggunakan kredit atau utang untuk berbelanja</p>	<p>1. Apakah anda pernah menggunakan kartu kredit atau layanan paylater untuk membeli barang?</p> <p>2. Seberapa sering anda menggunakan pinjaman atau utang untuk memenuhi keinginan belanja?</p> <p>3. Apakah anda merasa nyaman berbelanja meskipun belum memiliki dana yang cukup dan mengandalkan utang?</p>
5.	<p>Perasaan puas atau bangga setelah berbelanja</p>	<p>1. Apakah anda merasa senang atau bangga setelah berhasil membeli barang yang Anda inginkan?</p> <p>2. Seberapa besar kepuasan yang anda rasakan setelah melakukan pembelian, meskipun barang tersebut tidak terlalu penting?</p> <p>3. Apakah berbelanja menjadi cara anda untuk memperbaiki suasana hati?</p>

		<p>4. Apakah anda menggunakan belanja sebagai pelarian dari stres, marah, atau bosan?</p>
--	--	---