

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, berbelanja, dan mengelola keuangan. Kelompok generasi yang paling terdampak oleh perubahan ini adalah generasi Z (lahir antara 1997 dan 2012). Mereka adalah konsumen yang sangat terhubung dengan teknologi, dan perilaku belanja mereka sering kali dipengaruhi oleh tren digital, media sosial, dan iklan online. Salah satu fenomena yang muncul di kalangan kedua generasi ini adalah *doom spending*, yang merujuk pada perilaku belanja impulsif yang dilakukan tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang terhadap kesehatan finansial individu.

Doom spending adalah fenomena yang semakin umum di kalangan generasi muda, terutama generasi Z. Istilah ini merujuk pada perilaku belanja impulsif yang dilakukan sebagai respons terhadap stres dan ketidakpastian ekonomi. Dalam konteks global, *doom spending* sering kali dipicu oleh berita buruk mengenai kondisi ekonomi, perubahan iklim, dan ketidakstabilan politik, yang membuat individu merasa bahwa mereka harus "hidup di saat ini" dan menghabiskan uang untuk barang-barang yang tidak selalu diperlukan. *doom spending* sering diartikan sebagai pengeluaran yang berlebihan dan tidak terencana, di mana individu merasa tertekan untuk memenuhi ekspektasi sosial atau mengikuti tren yang sedang populer [1]. Dalam konteks generasi Z, perilaku ini sering kali didorong oleh berbagai faktor, termasuk keinginan untuk mendapatkan pengakuan di media sosial, tekanan dari teman sebaya, dan iklan yang agresif. Meskipun belanja dapat memberikan kepuasan jangka pendek, dampak jangka panjang dari *doom spending* dapat berakibat fatal, seperti akumulasi utang dan penurunan kualitas hidup, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada masalah finansial.

Dampak dari perilaku *doom spending* sangat merugikan, baik secara individu maupun sosial. Secara individu, perilaku ini dapat menyebabkan

masalah finansial yang serius, termasuk utang yang menumpuk dan kesulitan dalam menabung untuk masa depan. Menurut penelitian, generasi muda yang terjebak dalam perilaku ini cenderung merasa lebih miskin dibandingkan generasi sebelumnya, dengan hanya 36,5% orang dewasa merasa lebih baik secara finansial dibanding orang tua mereka [2]. Selain itu, perilaku ini dapat memicu masalah kesehatan mental, seperti kecemasan dan depresi, akibat tekanan finansial yang dihadapi.

Jumlah *doom spending* di kalangan generasi z semakin meningkat, dan ini tidak dapat dibiarkan begitu saja. Survei menunjukkan bahwa 96% orang dewasa merasa khawatir tentang keadaan ekonomi, dan lebih seperempat dari mereka menghabiskan uang untuk mengatasi stres yang mereka rasakan [2]. Fenomena ini menciptakan siklus negatif di mana individu merasa terpaksa untuk terus berbelanja demi mengatasi perasaan cemas, yang pada gilirannya memperburuk kondisi finansial mereka.

Dengan meningkatnya jumlah individu yang terjatuh dalam perilaku *doom spending*, penting untuk melakukan analisis yang mendalam guna memahami pola perilaku yang menyebabkan seseorang dikatakan *doom spending* dan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku tersebut. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis pola pengeluaran adalah metode *K-Means Clustering*. Metode ini dapat membantu mengelompokkan individu berdasarkan karakteristik dan pola pengeluaran mereka, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kelompok-kelompok yang rentan terhadap perilaku *doom spending*.

Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan wawasan mengenai faktor-faktor yang mendorong perilaku belanja impulsif di kalangan generasi Z, serta cara untuk mengintervensi dan mengurangi dampak negatif dari perilaku tersebut. Metode *k-means clustering* adalah teknik analisis data yang mengelompokkan variabel ke dalam cluster berdasarkan kesamaan karakteristik. Prosesnya meliputi inisialisasi *centroid*, penugasan objek ke cluster terdekat, dan perhitungan ulang *centroid* secara iteratif hingga konvergensi. Kelebihannya adalah kesederhanaan dan kecepatan, namun memerlukan penentuan jumlah

cluster di awal dan sesnsitif terhadap outlier[3]. Metode k-means clustering dalam penelitian ini di terapkan menggunakan Google Collaboratory, adalah platform berbasis cloud yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan menjalankan kode Python secara interaktif melalui web browser. Platform ini dirancang untuk memudahkan kolaborasi antara pengguna, terutama di bidang data science, machine learning, dan analisis data.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini yang berjudul “**Analisis Pola Perilaku Doom Spending Menggunakan Metode K-Means Clustering Pada Generasi Z**” bertujuan untuk mengidentifikasi pola perilaku *doom spending* pada generasi z dengan menggunakan metode K-Means Clustering serta mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku tersebut. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna untuk merancang intervensi yang lebih efektif dalam meningkatkan literasi finansial dan mengurangi dampak negatif dari perilaku *doom spending* di kalangan generasi z.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana metode K-Means Clustering dapat digunakan untuk mengelompokkan pola perilaku *doom spending* pada generasi Z?
2. Bagaimana pola perilaku *doom spending* yang terjadi pada generasi Z dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini akan berfokus pada generasi z berusia 18 hingga 27 tahun, menganalisis variabel pengeluaran, dan faktor – faktor yang memengaruhi perilaku belanja, serta menggunakan data kuesioner dengan metode analisis k-means clustering untuk mengelompokkan data pengeluaran berdasarkan demografi dan perilaku.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis data perilaku *doom spending* generasi z menggunakan metode k-means clustering untuk mengelompokkan pola-pola pengeluaran berdasarkan karakteristik tertentu dan menemukan tren yang mendasari pola perilaku *doom spending*.
2. Mengidentifikasi pola perilaku *doom spending* pada generasi z dan faktor-faktor yang mempengaruhi pola perilaku tersebut.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan mengetahui pola perilaku pengeluaran mereka, generasi z dapat lebih sadar akan dampak pengeluaran impulsif terhadap kestabilan keuangan pribadi, serta diberdayakan untuk membuat keputusan finansial yang lebih bijak.
2. Penelitian ini dapat membantu memahami faktor-faktor yang mendorong perilaku *doom spending* pada generasi z, sehingga memungkinkan pihak terkait untuk menjauhi faktor penyebab *doom spending* tersebut agar tidak merugikan diri sendiri.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian yang dibutuhkan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penyusunan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang terkait dengan masalah yang diteliti, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari metode pengumpulan data, objek penelitian, alat pendukung, metode penelitian, tahap penelitian dan pengolahan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai garis besar tentang penelitian dari deskripsi data, hasil, dan implementasi.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian. Isi dari bab ini meliputi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN