

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Permasalahan**

Belanja adalah kegiatan yang disukai banyak orang sehingga hal ini sangat melekat pada kehidupan masyarakat (Larasati & Budiani, 2014). Menurut Faiz (dalam Emirna et al., 2021) keberagaman produk serta kemudahan dalam melakukan transaksi dan memilih barang dapat menyebabkan individu menjadi konsumtif. Berdasarkan survei databoks (2024) Indonesia berada pada peringkat 9 negara yang sering melakukan belanja *online*. Badan Pusat Statistik (BPS) (2024) menyatakan pengeluaran riil rata-rata per kapita masyarakat Indonesia meningkat 3,71% dari tahun 2023. Tingginya tingkat pembelian disebabkan karena pembelian dilakukan tidak lagi berdasarkan kebutuhan melainkan untuk memenuhi hasrat yang ada dalam diri individu (Fitri dalam Larasati & Budiani, 2014). Fenomena ini dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari individu dewasa awal karena mereka perlu memenuhi standar sosial (Pradipto et al., 2016). Selain itu, individu pada dewasa awal umumnya telah memiliki penghasilan sehingga kemampuan dalam melakukan pembelian lebih tinggi dari individu pada masa remaja (Emirna et al., 2021).

Dewasa awal, yaitu transisi dari masa remaja ke masa dewasa serta mampu membangun kemandirian pribadi, ekonomi, melakukan perencanaan, dan memecahkan masalah secara efektif (Santrock, 2011). Selama periode perkembangan ini, individu mengalami transisi dari ketergantungan finansial pada orang tua mereka menjadi mandiri secara finansial, sehingga mereka memiliki

kendali penuh atas keuangan mereka (Pradipto et al., 2016). Namun, kemandirian finansial ini dapat menyebabkan mereka menjadi konsumtif dan melakukan *impulsive buying* (Henrietta, 2012). Dibandingkan kelompok usia lainnya individu dengan usia 18 hingga 25 tahun lebih sering belanja *online* (Gurning et al., 2025). Hasil survei dari kredivo dan *Katadata Insight Center* (KIC) (2020) 36% transaksi pada *ecommerce* di Indonesia dilakukan oleh individu dengan rentang usia 18-25 tahun. Menurut survei yang dilakukan kredivo dan *Katadata Insight Center* (KIC) (2024) individu berusia 18-25 memakai 5,4% dari gaji untuk melakukan pembelian.

Menurut Verplanken dan Herabadi (2001) *impulsive buying* adalah pembelian irasional tanpa perencanaan dan terjadi dengan cepat diikuti dengan konflik pikiran dan dorongan emosional. Aspek-aspek *impulsive buying* (Verplanken & Herabadi, 2001) adalah aspek kognitif berupa kurangnya perencanaan, pemikiran, dan pertimbangan dalam proses pembelian dan aspek afektif berupa proses emosional yang dirasakan individu saat berinteraksi dengan produk.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Jordan et al., (2023) dengan subjek mahasiswi dewasa awal sebanyak 96 orang didapatkan hasil sebanyak 62,5% subjek masuk dalam kategori *impulsive buying* tingkat tinggi. Dalam penelitian yang dilakukan Zahra & Eryani (2021) dengan subjek mahasiswa dewasa awal sebanyak 399 orang, 74% subjek masuk dalam kategori *impulsive buying* tinggi. Melalui penelitian yang dilakukan pada Ghinarahima & Idulfilastri (2024) menggunakan individu dewasa awal sebanyak 8,03% subjek memiliki tingkat *impulsive buying* yang tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 18-25 April 2024 pada 10 subjek melalui *gmeet* dan wawancara langsung berlokasi di kediaman subjek, diketahui 7 dari 10 subjek melakukan pembelian barang tanpa ada perencanaan sebelumnya. Selanjutnya, 5 dari 10 subjek tidak memikirkan dampak dari pembelian barang. Kedua hal tersebut terjadi karena terlalu fokus pada keinginan memiliki barang yang dirasakan saat itu, terpengaruhi teman, dan potongan harga. Pernyataan ini senada dengan aspek kognitif, yaitu kurangnya perencanaan dan pertimbangan. Berdasarkan aspek afektif yaitu kesenangan, kepuasan, dan penyesalan setelah pembelian didapatkan 7 dari 10 subjek merasakan perasaan senang karena berhasil memiliki barang yang diinginkan ketika melakukan pembelian dan 7 dari 10 subjek merasakan penyesalan setelah pembelian karena menghabiskan uang untuk barang yang tidak terlalu dibutuhkan, melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang, dan barang tersebut tidak terlalu sering digunakan.

Menurut Santrock (Zahra & Eryani, 2021) pada dewasa awal individu telah mencapai tahap pemikiran operasional sistemasi, di mana individu mampu melakukan perencanaan, masalah, dan pengambilan keputusan dengan baik. Selaras dengan pernyataan tersebut *impulsive buying* seharusnya tidak terjadi. Individu seharusnya telah memiliki kontrol diri yang baik di mana kontrol diri adalah kemampuan untuk merencanakan, mengatur, dan mengarahkan perilaku yang memiliki konsekuensi positif dan menghindari terjadinya perilaku *impulsive buying* (Ghufron & Risnawita, 2020). Pada tahap dewasa awal individu mampu mengambil keputusan secara rasional dan tidak dipengaruhi oleh keinginan yang bersifat

impulsif (Pratiwi & Rahmasari, 2022). Namun, sebaliknya individu pada dewasa awal justru melakukan *impulsive buying* hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Wood (1998) yang menyatakan peluang terjadinya *impulsive buying* meningkat dengan bertambahnya usia antara 18-39 tahun tetapi kemudian turun.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rook (1987), responden merasakan beberapa dampak negatif dari melakukan *impulsive buying* seperti mengalami masalah finansial, kekecewaan, merasa bersalah, terganggunya rencana non-finansial mereka, dan trauma emosional. Diba (2014) dalam penelitiannya mengatakan banyaknya barang yang jarang terpakai, meminjam uang kepada teman, menyesal membeli barang karena harganya lebih murah di toko lain, menyesal karena makanan terlihat menarik daripada rasa dan kualitasnya, meminjam uang kepada teman, dan uang saku yang dimiliki habis sebelum waktunya, adalah beberapa contoh efek dari *impulsive buying*. Menurut Safirah (Mukaromah et al., 2021) *impulsive buying* dapat menyebabkan perasaan bersalah, konflik, masalah keuangan, perasaan tidak nyaman, dan kurang sesuai dengan standar kesehatan mental. Menurut Zebardast, Besharat, dan Hghighatgoo (Gawi & Rinaldi, 2019) menemukan bahwa jika individu mampu mengontrol *impulsive buying* maka individu dapat mencapai target yang ditentukan sebelumnya, menurunkan kecemasan, mengoptimalkan kesejahteraan psikologis, sehingga mampu menunjang individu untuk membentuk strategi yang dapat menolong mereka.

Sejalan dengan penjelasan di atas kita harus memahami faktor dari *impulsive buying*. Beberapa faktor yang menyebabkan *impulsive buying* adalah depleksi ego,

membuat pilihan dan keputusan, tujuan yang bertentangan, dan regulasi diri (Baumeister, 2002). Kegagalan untuk mengendalikan diri mungkin menjadi faktor utama dalam *impulsive buying* (Baumeister, 2002). Rendahnya regulasi diri merupakan gejala dari *impulsive buying* (Larose, 2001). Terjadinya *impulsive buying* dipandang sebagai kegagalan mekanisme regulasi diri individu (Larose, 2001). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Jordan, Khotimah, dan Hakim (2023) regulasi diri memiliki hubungan negatif yang signifikan terhadap *impulsive buying* sehingga individu dengan tingkat regulasi diri dapat mengatur perilaku mereka ketika berbelanja dan dapat menentukan apa yang mereka butuhkan sedangkan individu dengan tingkat regulasi rendah cenderung mengabaikan risiko yang akan datang dan membeli berdasarkan perasaan mereka.

Regulasi diri berarti kemampuan individu untuk mengesampingkan dan mengubah reaksinya dalam hal ini adalah proses di mana individu berusaha mengontrol dorongan yang tidak diinginkan agar tetap pada tujuannya (Baumeister & Vohs, 2007). Aspek-aspek regulasi diri menurut Baumeister dan Vohs (2007) adalah *standard* yaitu ketentuan yang dibuat oleh individu, *monitoring* yaitu menilai keadaan diri dengan ketentuan yang berlaku, *self-regulatory strength* yaitu kekuatan individu dalam mencapai standar atau ketentuan yang telah dibuat, dan *motivation* yaitu dorongan untuk memenuhi standar yang dibuat.

Kegagalan dalam mengembangkan regulasi diri dapat menyebabkan munculnya perilaku impulsif salah satunya adalah *impulsive buying* sehingga dapat disimpulkan bahwa regulasi diri adalah sistem pengendalian impuls yang ada pada diri kita (Pradipto et al., 2016). Woolfolk berpendapat bahwa regulasi diri

memengaruhi perilaku individu (Jordan et al., 2023). Regulasi diri dapat menyebabkan *impulsive buying* dengan memengaruhi strategi yang digunakan individu untuk mengelola emosi dan perilaku mereka (Verplanken & Sato, 2011). Individu dengan tingkat regulasi rendah kurang dapat mengendalikan perilaku mereka serta tidak memikirkan dampak dari pembelian yang dilakukan, sebaliknya individu dengan tingkat regulasi diri tinggi mampu mengendalikan perilakunya dan bertanggung jawab apa yang mereka lakukan sehingga individu dapat mencegah terjadinya *impulsive buying* (Siregar & Rini, 2019). Hal ini sejalan dengan pernyataan Padji & Rahayu (2023) di mana regulasi diri yang tinggi dapat membantu individu untuk mengontrol diri mereka ketika membeli barang-barang dan menetapkan apa yang dibutuhkan sehingga dapat terhindar dari *impulsive buying*. Maka dengan regulasi diri individu dapat menekan terjadinya *impulsive buying* (Siregar & Rini, 2019). Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian Siregar dan Rini (2019) pada subjek remaja perempuan bahwa regulasi diri memiliki hubungan negatif signifikan terhadap *impulsive buying*. Hasil penelitian Padji & Rahayu (2023) dengan subjek remaja akhir penggemar K-pop juga menyebutkan rendahnya tingkat regulasi diri diikuti dengan meningkatnya *impulsive buying* artinya ada hubungan negatif antara regulasi diri dengan *impulsive buying*. Melalui penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara regulasi diri dengan *impulsive buying* dengan subjek dewasa awal.

Berdasarkan paparan di atas, permasalahan yang dikemukakan untuk dicari jawabannya dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara regulasi diri dengan *impulsive buying* pada dewasa awal?

## **B. Tujuan dan Manfaat**

### 1. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan regulasi diri dengan *impulsive buying* pada dewasa awal.

### 2. Manfaat

#### a. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan menambah pengetahuan tentang psikologi organisasi dan industri serta memberikan informasi kepada peneliti yang akan datang tentang regulasi diri dan *impulsive buying*.

#### b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat dimanfaatkan oleh:

##### 1. Subjek

Penelitian diharapkan dapat menambah informasi terkait pengaruh regulasi diri terhadap *impulsive buying* bagi subjek sehingga individu dewasa awal dapat menurunkan perilaku *impulsive buying* pada diri mereka dengan membentuk strategi regulasi diri yang efektif .

##### 2. Peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan dalam mengembangkan penelitian terkait hubungan antara regulasi diri dengan *impulsive buying* .