

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumsi merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, dalam beberapa kasus, konsumsi tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga pada keinginan sesaat yang mendorong seseorang melakukan pembelian tanpa perencanaan matang. Fenomena ini dikenal sebagai pembelian impulsif (*impulsive buying*). Pembelian impulsif terjadi ketika seseorang membeli suatu barang secara spontan tanpa mempertimbangkan manfaat atau kebutuhannya. Perilaku ini sering kali berdampak pada pemborosan keuangan, penumpukan barang yang tidak terpakai serta peningkatan jumlah limbah rumah tangga.¹

Pola hidup konsumtif yang tidak sesuai dengan pendapatan yang dimiliki dengan perilaku konsumsi mereka dapat menyebabkan kegagalan finansial. Perilaku konsumtif dan tingkat penghasilan mengacu pada kecenderungan seseorang dalam berperilaku berlebihan ketika membeli sesuatu atau melakukan pembelian yang tidak direncakan. Mereka cenderung mengkonsumsi sesuatu untuk mengikuti mode yang sedang populer untuk dapat diakui eksistensinya ditengah lingkungan.²

¹ Maslatun Nisak and Tutik Sulistyowati, “Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan),” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, no. 2 (2022): 86–96.

Pembelian impulsif menjadi fenomena yang cukup umum, terutama dikalangan ibu-ibu yang memiliki peran sentral dalam mengelola keuangan rumah tangga. Studi menunjukan bahwa ibu-ibu seringkali terpengaruh oleh barbagai faktor seperti tingkat penghasilan, gaya hidup serta kemampuan dalam mengontrol diri ketika berbelanja, keputusan membeli secara impulsif dapat berdampak pada keseimbangan finansial rumah tangga, baik dalam skala kecil maupun besar.³

Hasil observasi awal yang telah dilakukan menunjukan bahwa masyarakat di Perum Bumi Lestari, khususnya ibu-ibu pengajian, memiliki kecenderungan tinggi dalam melakukan pembelian impulsif. Mereka sering membeli barang yang sebenarnya sudah dimiliki dalam jumlah cukup, sehingga menyebabkan penumpukan barang yang pada akhirnya hanya menjadi sampah. Perilaku konsumtif ini bukan hanya berpengaruh pada kondisi finansial rumah tangga, tetapi juga berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan akibat meningkatnya limbah rumah tangga.

Menurut data yang diperoleh dari hasil observasi awal yang dilakukan kepada ibu-ibu pengajian Perum Bumi Lestari sebanyak 30 orang, sebagai berikut:

² Eni Nur Aini and Anik Lestari Andjarwati, “Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 1 (2020): 17.

³ Yuki Firmanto et al., “Optimalisasi Pengelolaan Sistem Keuangan Dan Anggaran Keluarga : Solusi Praktis Bagi Ibu Rumah Tangga Di Kota Malang,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 6 (2024): 419–432.

Tabel 1.1 Hasil Observasi Awal Pembelian Impulsif**Kepada Ibu-Ibu Pengajian Perum Bumi Lestari**

No	Pertanyaan	Setuju
1	Membeli produk tanpa ada perencanaan sebelumnya	53%
2	Membeli berdasarkan ketertarikan terhadap produk tersebut tanpa berpikir panjang	41%
3	Ketika berbelanja merasa sulit menahan keinginan membeli barang yang disukai meskipun sebenarnya tidak dibutuhkan	59%
4	Sering merasa kecanduan saat berbelanja dan sulit menghentikannya	32%
5	Setelah melakukan pembelian impulsif sering merasa bingung antara senang dan menyesal	63%
6	Ketika berbelanja sering mengalami konflik batin antara keinginan berbelanja dan kebutuhan untuk menghemat uang	59%
7	Sering menyesal setelah membeli barang karena tidak sesuai ekspektasi	59%

Berdasarkan hasil observasi awal dari 4 indikator dengan 7 instrumen pertanyaan pembelian impulsif di atas. Hal tersebut disimpulkan bahwa ibu-ibu pengajian melakukan pembelian impulsif. Sebesar 53% ibu-ibu pengajian perum bumi lestari membeli produk tanpa ada perencanaan

sebelumnya, 41% ibu-ibu pengajian perum bumi lestari membeli berdasarkan ketertarikan terhadap produk tersebut tanpa berpikir panjang, 59% ibu-ibu pengajian perum bumi lestari ketika berbelanja merasa sulit menahan keinginan membeli barang yang disukai meskipun sebenarnya tidak dibutuhkan, 32% ibu-ibu pengajian perum bumi lestari sering merasa kecanduan berbelanja dan sulit menghentikannya, 63% ibu-ibu pengajian perum bumi lestari setelah melakukan pembelian impulsif sering merasa bingung antara senang dan menyesal, 59% ibu-ibu pengajian perum bumi lestari ketika berbelanja sering mengalami konflik batin antara keinginan berbelanja dan kebutuhan untuk menghemat uang, 59% ibu-ibu pengajian perum bumi lestari sering menyesal setelah membeli barang karena tidak sesuai ekspektasi. Pembelian secara spontan artinya pembelian yang dilakukan diluar dari perencanaan. Hal ini merupakan bagian dari kontrol diri seseorang yang rendah dan mengakibatkan keputusan pembelian impulsif.⁴

Tabel 1.2 Data statistik yang mendukung perempuan melakukan pembelian impulsif

Gender	Persentase Pembelian Impulsif	Keterangan
Perempuan	50%	Menunjukkan bahwa 50% perempuan melakukan

⁴ “Kuesioner Kepada Ibu-Ibu Pengajian Perum Bumi Lestari” (n.d.).

		pembelian yang tidak terencana, perempuan biasanya merasakan tingkat kegembiraan yang lebih besar ketika melakukan pembelian impulsif
Laki-laki	47%	Menunjukkan bahwa 47% laki-laki yang memiliki tingkat antusiasme yang sama, bahwa kecendurungan pembelian impulsif lebih dominan pada perempuan

Mayoritas pembelian impulsif adalah perempuan menunjukkan bahwa 50% perempuan melakukan pembelian yang tidak terencana. Ini menjadi indikasi kuat bahwa kecenderungan pembelian impulsif lebih dominan pada perempuan.⁵

⁵ Khalid Saleh, “Kondisi Pembelian Impulsif,” last modified 2025, <https://share.google/dP0mRRQm8A6mAmtv3>.

Tingkat penghasilan seseorang berperan dalam menentukan daya beli serta pola konsumsi. Individu dengan penghasilan lebih tinggi cenderung memiliki kebebasan finansial yang lebih besar untuk melakukan pembelian tanpa pertimbangan panjang. Namun hal ini tidak berarti bahwa mereka dengan penghasilan lebih rendah tidak terpengaruh oleh pembelian impulsif, individu dengan penghasilan terbatas lebih rentan melakukan pembelian impulsif sebagai bentuk kompensasi psikologis atau kepuasan instan.⁶

Selain tingkat penghasilan, gaya hidup juga menjadi faktor utama dalam mempengaruhi keputusan konsumsi. Gaya hidup saat ini mempengaruhi pola kebutuhan konsumen, banyak masyarakat yang terjebak dalam konsep kapitalis dimana perbedaan antara kebutuhan dan keinginan menjadi kabur. Keinginan digunakan sebagai standar kepuasan bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya. Karena keinginan dijadikan sebagai titik kepuasan, maka konsep ini menyebabkan masyarakat melakukan perilaku konsumtif dan hedonis. Semakin tinggi motivasi hedonis dan kebiasaan berbelanja sebagai gaya hidup maka semakin besar kemungkinan terjadinya pembelian impulsif.⁷

⁶ Siti Laelatul Marwiyah, MH Ainulyaqin, and Sarwo Edy, “Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 3 (2023): 4279.

⁷ Uswatun Chasanah and Muhammad Mathori, “Impulsive Buying : Kajian Promosi Penjualan , Gaya Hidup , Dan Norma Subyektif Pada Marketplace Di Yogyakarta,” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 12, no. 2 (2021): 231–255.

Keberadaan teknologi yang didukung dengan inovasi peningkatan pada internet yang semakin canggih membawa pengaruh positif pada berbagai sektor kehidupan. Salah satunya dalam bidang bisnis yang memudahkan dalam menjual dan membeli barangnya maupun jasa yang diinginkan. Teknologi yang berkembang pesat saat ini telah melahirkan media sosial maupun aplikasi belanja yang berbasis *online*. Diantaranya, shopee, tokopedia, lazada, blibli dan lain sebagainya. Namun dengan perkembangan tersebut dapat pula mendorong seseorang untuk melakukan pembelian impulsif. Seperti yang dikemukakan oleh Rook dalam jurnal menurut Ishma Azizah Dwi Putri dan Khusnul Fikriyah “Pengaruh Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Kosmetik Halal Di Tiktok Shop” mendefinisikan pembelian impulsif sebagai pembelian yang tidak mempertimbangkan secara logis dan tidak direncanakan karena adanya dorongan emosional dan konflik fikiran. Kecenderungan konsumen melakukan pembelian impulsif adalah nalariah dan menunjukkan kecenderungan umum untuk pembelian impulsif.⁸

Menurut Darma dan Japrianto menyebutkan bahwa situasi emosi konsumen memainkan peran penting dalam pembuatan keputusan pembelian impulsif. Selain itu, pengaruh tingkat penghasilan, gaya hidup

⁸ Ishma Azizah Dwi Putri and Khusnul Fikriyah, “Pengaruh Influencer Dan Online Customer Review Terhadap Pembelian Impulsif Pada Produk Kosmetik Halal Di Tiktok Shop,” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 07, no. 01 (2023): 1–12, <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/8062/pdf>.

serta kontrol diri juga memberikan pengaruh besar bagi konsumen dalam melakukan pembelian impulsif.⁹

Disisi lain kontrol diri berperan sebagai faktor pembatas dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Individu dengan kontrol diri yang baik cenderung lebih mampu menahan dorongan untuk berbelanja secara impulsif, sementara mereka yang memiliki kontrol diri rendah lebih mudah tergoda oleh diskon, promosi atau dorongan emosional saat berbelanja. Kurangnya kontrol diri dalam pengelolaan keuangan dapat menyebabkan pemborosan, bahkan berujung pada masalah finansial jangka panjang.¹⁰

Teori kontrol diri (*self-control theory*) ini dikembangkan oleh Walter Mischel dan menjelaskan bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengontrol impuls, emosi dan perilaku seseorang. Dalam konteks pembelian impulsif, kontrol diri dapat membantu seseorang untuk mengontrol keinginan untuk membeli barang-barang yang tidak diperlukan. Lemahnya kontrol diri seseorang dapat diakibatkan oleh keadaan *ego-depleted* yang merupakan sebuah kondisi dimana seseorang mengalami kelelahan dan penipisan kemampuan kontrol diri sehingga tidak bisa melakukan kontrol diri kembali. Sementara itu Burkley, memaknai kontrol diri yang lemah juga akan menyebabkan seseorang mudah terpersuasi oleh

⁹ Rini Anggriani et al., “Pengaruh Motivasi Hedonik Terhadap Impulsive Buying Dan Compulsive Buying,” *Target : Jurnal Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (2022): 87–96.

¹⁰ Clara -, “Hubungan Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Karyawan Pt. Bank Mega, Tbk Medan,” *Psikologi Prima* 5, no. 1 (2022): 25–31.

stimulus. Pentingnya kontrol diri menahan keinginan seseorang dalam berperilaku menjadi salah satu alasan untuk melakukan penelitian ini.¹¹

Ketiga faktor tersebut tingkat penghasilan, gaya hidup dan kontrol diri tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi dalam membentuk pola konsumsi seseorang. Kombinasi antara penghasilan yang tinggi, gaya hidup konsumtif, serta rendahnya kontrol diri dapat meningkatkan frekuensi dan jumlah pembelian impulsif. Sebaliknya meskipun seseorang memiliki penghasilan tinggi dan terbiasa dengan gaya hidup konsumtif, apabila ia memiliki kontrol diri yang kuat, maka kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif dapat diminimalisir.¹²

Penelitian ini berfokus pada ibu-ibu pengajian di Perum Bumi Lestari sebagai subjek penelitian. Kelompok ini dipilih karena mereka memiliki peran strategis dalam pengelolaan keuangan rumah tangga sekaligus terpapar berbagai faktor eksternal yang memengaruhi keputusan konsumsi mereka. Dengan memahami pengaruh tingkat penghasilan, gaya hidup dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi masyarakat khususnya ibu-ibu untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan serta menghindari dampak negatif dari kebiasaan belanja impulsif.

¹¹ Ardian Rahman Afandi and Sri Hartati, “Pembelian Impulsif Pada Remaja Akhir Ditinjau Dari Kontrol Diri” 3, no. 3 (2017): 123–130.

¹² Sri Nuryani, Willem Paul Pattiwael, and Muhammad Iqbal, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Tiktokshop,” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6, no. 2 (2022): 444.

Pembelian impulsif merupakan fenomena yang umum terjadi, terutama dikalangan ibu-ibu pengajian di Perum Bumi Lestari. Pembelian impulsif ini sering kali dipicu oleh keinginan sesaat yang tidak didasarkan pada kebutuhan yang nyata dan dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan serta lingkungan akibat penumpukan barang yang tidak terpakai. Tiga faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif adalah tingkat penghasilan, gaya hidup dan kontrol diri.¹³ Individu dengan penghasilan lebih tinggi cenderung lebih rentan terhadap pembelian impulsif karena memiliki daya beli yang lebih besar. Selain itu, gaya hidup yang konsumtif dan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar juga berkontribusi pada perilaku ini. Di sisi lain, kontrol diri yang rendah membuat individu lebih mudah terjebak dalam godaan untuk berbelanja tanpa perencanaan.¹⁴

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka dapat merumuskan beberapa masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh tingkat penghasilan terhadap pembelian impulsif pada ibu-ibu pengajian di perum bumi lestari?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap pembelian pembelian impulsif pada ibu-ibu pengajian di perum bumi lestari?

¹³ Ibid.

¹⁴ Aini and Andjarwati, "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian."

3. Bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada ibu-ibu pengajian di perum bumi lestari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditemukan tujuan yang dicapai, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat penghasilan terhadap pembelian impulsif pada ibu-ibu pengajian di perum bumi lestari.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap pembelian impulsif pada ibu-ibu pengajian di perum bumi lestari.
3. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada ibu-ibu pengajian di perum bumi lestari.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara praktis, akademik maupun masyarakat. Adapun manfaat yang diharapkan dari penulis :

1. Bagi Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi para konsumen, khususnya ibu rumah tangga, agar lebih bijak dalam berbelanja. Dengan memahami pengaruh tingkat penghasilan, gaya hidup dan kontrol diri, konsumen diharapkan dapat menghindari sifat boros dan perilaku pembelian yang tidak direncanakan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau tambahan literatur yang bermanfaat bagi kalangan akademisi, baik dosen maupun mahasiswa, dalam memperluas pengetahuan mengenai perilaku konsumen khususnya terkait pembelian impulsif.

3. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini dapat memberikan wawasan untuk masyarakat mengenai pentingnya mengelola keuangan dengan baik, serta menumbuhkan kesadaran bahwa tingkat penghasilan, gaya hidup dan kontrol diri memiliki pengaruh besar terhadap kebiasaan belanja sehari-hari.