



BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berbelanja, membeli suatu barang yang dibutuhkan dalam keseharian tentunya adalah hal yang sangat wajar. Sebagai manusia, pastinya kita membutuhkan sesuatu untuk menunjang kehidupan atau kegiatan yang kita jalani setiap hari. Sebagai penunjang kebutuhan, banyak cara manusia untuk mendapatkan barang kebutuhannya tersebut. Bagi masyarakat tradisional, masih sering diketahui mereka mendapatkan kebutuhannya dari hasilnya sendiri seperti berkebun, memburu hewan, menangkap ikan, dan lain sebagainya. Dan bagi masyarakat di perkotaan, mereka cenderung untuk membeli barang-barang penunjang kebutuhan. Kegiatan membeli untuk kebutuhan dalam hal ini masih bisa dikatakan wajar karena manusia butuh barang-barang yang mendukung untuk kelangsungan hidup mereka.

Contohnya misalkan pada masyarakat perkotaan, untuk memenuhi kebutuhannya dalam bertahan hidup, mereka harus makan. Dan biasanya dari kita memasak sesuatu untuk dimakan. Dan tentunya jika ingin memasak sesuatu kita memerlukan bahan-bahan. Bagaimana cara mendapatkan bahan-bahan tersebut? Yaitu dengan cara membelinya baik itu di pasar tradisional, pasar modern, atau *supermarket* terdekat yang berada di sekitaran rumah kita. Barulah setelah itu akan terpenuhi kebutuhan kita mengenyangkan perut dan akhirnya kita bisa beraktivitas.

Hal seperti diatas adalah wajar ketika kita membeli sesuatu untuk kebutuhan hidup kita. Tapi kegiatan membeli sesuatu itu bisa dikatakan tidak wajar ketika kita melakukan kegiatan membeli untuk sekedar memenuhi keinginan kita dan hal tersebut dilakukan secara berlebihan dan dilakukan tanpa rencana. Kegiatan pembelian yang tanpa renacan seperti itu dalam bahasa lain disebut dengan pembelian impulsif atau *impulsive buying*. Dari perencanaan untuk membeli yang dilakukan terdapat dua kategori yaitu melakukan pembelian dengan rencana dan pembelian yang tanpa rencana. Untuk pendahuluan kecenderungan pembelian impulsif dipengaruhi oleh faktor demografis dan faktor kepribadian atau dari diri sendiri (Lin & Lin, 2005). Pembelian impulsif terjadi karena kurangnya kontrol dari diri seseorang (Vohs & Faber, 2007) dan kontrol diri yang dimaksud disini dapat disamakan dengan regulasi diri (Vohs & Baumeister, 2011). Pembelian yang terencana adalah bagaimana individu menetapkan untuk melakukan pembelian sebelum memasuki toko. Sedangkan pembelian yang tanpa rencana adalah dalam melakukan pembeliannya individu tidak mempertimbangkan untuk membeli sehingga melakukan pembelian yang tidak direncanakan ketika memasuki toko.

Suprana (dalam Agustina, 2005), berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah bentuk perilaku sebagai kecenderungan seseorang yang dalam membeli sesuatu secara berlebihan atau melakukan pembelian tanpa rencana. Perilaku membeli impulsif juga termasuk kedalam perilaku konsumtif dan tanpa disadari, menurut ekonom dari Universitas Indonesia, Lana Soelistianingsih, perilaku konsumtif masyarakat kita ini berdampak pada impor yang tinggi sehingga kinerja

perdagangan nasional berpotensi negatif karena impor-impor barang dari luar tidak terkendali. Pada kenyataannya, era globalisasi berdampak negatif pada kehidupan masyarakat kita. Teknologi yang canggih membuat informasi yang didapatkan pun mudah sehingga dapat memengaruhi masyarakat untuk berperilaku konsumtif. Menurut Beck (1992) Globalisasi adalah salah satu ciri atau konsekuensi dari modernisasi dimana ketika modernisasi mencapai titik tertentu, ia akan meradikalisasi dirinya. Beck juga mengatakan bahwa modernisasi berbeda dengan *post-modernism*, modernitas tidak serta-merta akan hilang, melainkan akan berkembang dan mejadi sangat kompleks. Pada belakangan ini terlihat bagaimana masyarakat kita khususnya remaja berperilaku. Kebanyakan dari mereka mengalami krisis sosial-budaya dalam masyarakat yang mana dapat menyebabkan banyaknya gaya hidup konsumerisme dan hedonisme.

Dalam penelitian sebelumnya didapatkan bahwa pada umumnya konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena remaja pada umumnya memiliki ciri khas dalam berdandan, berpakaian, gaya rambut, tingkah laku, kesenangan musik, dalam pertemuan dan pesta. Remaja selalu ingin berpenampilan menarik dan dapat perhatian dari orang lain yang terutama adalah teman sebaya sehingga kebanyakan remaja membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut (Monks dkk, 1995; dalam Sari, 2009). Salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif adalah faktor demografis yakni gender (lin & Lin, 2005). Dan pada penelitian sebelumnya (Dittmar dkk, 1995 dalam Wathani, 2009) didapatkan bahwa konsumen perempuan lebih cenderung melakukan pembelian impulsif ketimbang konsumen laki-laki.

Regulasi diri merupakan kemampuan seseorang mengontrol diri dalam mencapai tujuan, sehingga dalam konteks ini remaja putri meregulasi diri demi tercapai tujuan. Pembelian impulsif berbicara penuh tentang bagaimana seseorang melakukan pembelian dengan rencana atau tanpa rencana. Dengan perencanaan tersebut berhubungan dengan regulasi diri atau bagaimana individu menetapkan suatu tujuan dengan melakukan perencanaan dari tahap kognitif sampai terbentuk perilaku. Dan menurut Verplanken dan Sato (2011) pembelian impulsif dapat dipahami dalam fungsi psikologis pada bagian dari regulasi diri dan kapasitas regulasi diri juga mungkin mengurangi kerugian dari konsekuensi atas pembelian impulsif. Maka peneliti ingin meneliti apakah ada hubungan antara regulasi diri dengan pembelian impulsif pada remaja putri? Hal tersebut yang akan peneliti coba jawab dalam penelitian ini.

1.2. Identifikasi Masalah

Perilaku berbelanja dilihat dari orang tersebut membutuhkan atau hanya menginginkan suatu barang saja untuk dikonsumsi. Rencana apa yang sebelumnya telah dibangun untuk membeli suatu barang, lalu dilaksanakan atau pengeksesian untuk membeli barang yang akan dibeli, lalu evaluasi terhadap pembelian barang yang sudah dibeli.

Berdasarkan data statistik ekonomi dan keuangan Indonesia, total simpanan masyarakat pada oktober 2013 menurun sebesar 17 Trilyun Rupiah dari bulan sebelumnya. Hal ini tidak sebanding dengan upaya pemerintah dan Bank Indonesia untuk menurunkan defisit transaksi berjalan. Kondisi yang demikian

menurut ekonom dari Universitas Indonesia, Lana Soelistianingsih harus diwaspadai oleh pemerintah. Warga rela menggerus simpanannya untuk kegiatan konsumsi. Menurutnya dengan suku bunga bank yang tinggi seharusnya membuat masyarakat meningkatkan simpanannya di bank dan yang terjadi malah sebaliknya yakni simpanan masyarakat mengalami penurunan dan hal tersebut bisa membahayakan pengendalian impor (Masyarakat Diminta Kurangi Perilaku Konsumtif, 2013).

Pembelian impulsif seringkali dikaitkan dengan emosi yang positif dan negatif. Pembelian impulsif juga dikaitkan dengan penghargaan diri atau *self-esteem* yang rendah, dan juga dengan nilai hedonistik, ekstroferti atau keterbukaan diri, narsisme, dan simbol untuk identitas (Verplanken & Sato, 2011). Asumsi yang mempengaruhi dari pembelian impulsif adalah proses informasi, pemilihan waktu yang tidak konsisten, sifat kepribadian dan nilai, identitas diri, emosi, kontrol diri yang sadar, dan pembelian kompulsif atau pembelian yang berulang.

Dalam penelitian sebelumnya didapatkan bahwa pada umumnya konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena remaja pada umumnya memiliki ciri khas dalam berdandan, berpakaian, gaya rambut, tingkah laku, kesenangan musik, dalam pertemuan dan pesta. Remaja selalu ingin berpenampilan menarik dan dapat perhatian dari orang lain yang terutama adalah teman sebaya sehingga kebanyakan remaja membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut (Monks dkk, 1995). Salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif adalah faktor demografis yakni gender (Lin & Lin, 2005). Dan pada penelitian sebelumnya (Dittmar dkk, 1995 dalam Wathani, 2009) didapatkan

bahwa konsumen perempuan lebih cenderung melakukan pembelian impulsif ketimbang konsumen laki-laki.

Pembelian impulsif dilatar belakangi oleh beberapa hal, konsumen membeli produk tidak direncanakan secara khusus. Pembelian impulsif didefinisikan sebagai pembelian yang tiba-tiba atau tidak direncanakan secara khusus yang ditandai dengan dorongan yang besar, perasaan senang dan bergairah (Loudon & Bitta; dalam Wathani, 2009). Engel & Blackwell (1995 dalam Wathani, 2009) mendefinisikan pembelian yang tidak direncanakan atau yang disebut pembelian impulsif sebagai suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa rencana sebelumnya, atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada didalam toko.

Hal tersebut menandakan seseorang tersebut tidak mampu meregulasi dirinya dimana regulasi diri berarti kemampuan untuk mencapai tujuan secara optimal. Fase-fase proses *self-regulation* atau kemampuan mengontrol diri sendiri dalam perspektif *social cognitive* dari Bandura (Vohs & Baumeister, 2011), digambarkan dalam tiga fase perputaran yaitu: *forethought* (perencanaan), *performance or volitional control* (pelaksanaan), *self reflection* (proses evaluasi).

Definisi baru-baru ini menjelaskan *impulsive buying* telah menunjukkan beberapa karakteristik penting dari *impulsive purchase*. Di antaranya adalah gagasan bahwa keputusan untuk membeli yang relatif cepat (Kacen & Lee, 2002 dalam Vohs & Baumeister, 2011) bahwa ada kekhawatiran berkurang untuk konsekuensi dari tindakan (Beatty & Ferrell, 1998; Rook, 1987 dalam Vohs & Baumeister, 2011) dan bahwa keputusan untuk membeli muncul dari konflik

antara mempengaruhi (keinginan) dan kognisi (kontrol) (Hoch & Loewenstein, 1991 dalam Vohs & Baumeister, 2011). Karakteristik ini juga dapat dilihat sebagai elemen dasar dari usaha regulasi diri yang gagal.

Penelitian mengenai hubungan antara regulasi diri dengan pembelian relatif jarang ditemukan, maka dari itu diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai regulasi diri pada perilaku konsumtif. Karena pembelian impulsif berbicara mengenai perilaku individu dalam hal berbelanja yang dilakukan tanpa perencanaan. Dalam hal ini regulasi diri adalah salah satu konsep yang dapat menjelaskan mengapa individu bisa melakukan pembelian impulsif. Seperti yang dijelaskan oleh Vohs dan Faber (2007) tentu saja pembelian impulsif adalah bagian dari fungsi psikologis yang rumit dan dinamis dan dapat dianggap sebagai bentuk regulasi diri secara psikologis. Dari penjelasan di atas, muncul pertanyaan apakah regulasi diri dan kecenderungan pembelian impulsif memiliki hubungan yang signifikan?

1.3. Batasan Masalah

Dari fakta-fakta tersebut bisa disimpulkan bahwa perilaku seseorang yang dalam hal ini adalah pembelian impulsif dapat dipengaruhi oleh regulasi diri yang berarti proses aktivasi pemikiran, perilaku, dan perasaan yang terus menerus dalam upaya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan (Vohs & Baumeister, 2011). Pada waktu seseorang mampu mengembangkan kemampuan regulasi diri secara optimal, maka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai secara optimal. Sebaliknya pada saat seseorang kurang mampu mengembangkan

kemampuan regulasi diri dalam dirinya, maka pencapaian tujuan yang telah ditetapkannya tidak dapat dicapai secara optimal. regulasi diri dapat dipahami sebagai penggunaan suatu proses yang terdiri dari *receiving* atau menerima, *evaluating* atau mengevaluasi, *triggering* atau memicu perubahan, *searching* atau mencari solusi, *formulating* atau merancang rencana, *implementing* atau menerapkan rencana, dan *assessing* atau mengukur efektivitas rencana yg telah dibuat (Miller & Brown; dalam Neal & Carey, 2005). Ketidakefektifan dalam kemampuan regulasi diri ini bisa disebabkan oleh kurang berkembangnya salah satu fase dalam proses regulasi diri terutama pada fase *forethought* dan *performance control* yang tidak efektif (Bandura, 1991; Zimmerman, 1998 dalam Boekaerts, 2000).

Dalam penelitian “Hubungan antara Regulasi Diri dengan Pembelian Impulsif Remaja Putri” peneliti membahas masalah regulasi diri, kecenderungan perilaku konsumtif, dan kecenderungan pembelian impulsif pada remaja putri.

1. Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif didefinisikan sebagai pembelian yang tiba-tiba atau tidak direncanakan secara khusus yang ditandai dengan dorongan yang besar, perasaan senang dan bergairah (Loudon & Bitta; dalam Wathani, 2009).

2. Regulasi Diri

Regulasi diri adalah kemampuan untuk mengimplementasikan dan fleksibel mempertahankan perilaku yang direncanakan untuk mencapai

suatu tujuan. Dalam arti lain, regulasi diri dapat dipahami sebagai penggunaan suatu proses yang terdiri dari *receiving* atau menerima, *evaluating* atau mengevaluasi, *triggering* atau memicu perubahan, *searching* atau mencari solusi, *formulating* atau merancang rencana, *implementing* atau menerapkan rencana, dan *assessing* atau mengukur efektivitas rencana yg telah dibuat (Miller & Brown; dalam Neal & Carey, 2005).

3. Remaja Putri

Sarwono (2012) mengatakan bahwa tidak ada profil remaja Indonesia yang seragam dan berlaku secara nasional. Namun, sebagai pedoman, penetapan definisi remaja untuk masyarakat Indonesia dapat digunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah dengan pertimbangan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diambil kesimpulan, dan dirumuskan yang menjadi pertanyaan umum dari penelitian ini adalah “Apakah regulasi diri yang dimiliki seseorang dapat berhubungan dengan pembelian impulsif?”

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumtif pada barang bagi remaja putri di Surabaya. Selain itu juga, dari penelitian ini akan

menganalisis apakah ada hubungan antara regulasi diri yang dimiliki dengan pola pembelian impulsif yang dilakukan.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Memberikan tambahan kajian ilmu kepada pembaca dan atau masyarakat tentang apa itu pembelian impulsif, dan apa saja dampaknya jika hal tsb dilakukan
2. Mengetahui mengenai perkembangan pembelian impulsif yang dilakukan terutama untuk remaja putri.
3. Apa saja yang menyebabkan pembelian impulsif muncul terutama pada remaja putri.
4. Untuk dijadikan pertimbangan dalam upaya pemerintah untuk mengurangi perilaku konsumtif yang didasari pembelian impulsif pada masyarakat.