

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi adalah perkembangan yang pesat dalam penggunaan ilmu pengetahuan dan inovasi untuk meningkatkan atau mengubah cara hidup, bekerja, serta berinteraksi. Perkembangan teknologi menghadirkan banyak perubahan yang positif dalam kehidupan manusia. Namun, perubahan teknologi tersebut juga dapat menimbulkan tantangan atau perubahan negatif. Perkembangan teknologi telah menjadi pilar penting dalam kemajuan suatu negara, termasuk Indonesia. Wicha (2023) menyatakan konteks pembangunan nasional di Indonesia, perlu diperhatikan bahwa semakin kompleksnya masyarakat telah mengakibatkan peningkatan hasrat konsumtif dan daya beli. Konteks tersebut penting untuk mengkaji pengaruhnya terhadap tingkat pendapatan dan *locus of control* (kontrol diri) dalam hubungannya dengan perilaku *impulsive buying* (pembelian impulsif). Perlu diperhatikan bahwa semakin meluasnya tempat-tempat perbelanjaan, baik melalui *e-commerce* maupun toko fisik seperti mall, memainkan peran penting dalam dinamika ekonomi masyarakat.

Di Indonesia, perilaku *impulsive buying* mulai merajalela. Tak hanya pada kaum wanita, tetapi pria, orang tua, bahkan anak-anak kerap melakukan *impulsive buying* tersebut. *Impulsive buying* dapat terjadi saat belanja promo tanggal kembar, seperti pada tanggal 10 bulan Oktober (10.10), tanggal 11

bulan November (11.11), 12.12, dan seterusnya (Azis, 2023). *Impulsive buying* juga dapat terjadi saat melakukan kuliner, dengan membeli makanan atau minuman yang unik dan menarik hanya untuk mengobati rasa penasaran maupun sekedar ingin membuat konten untuk media sosial. Populix mempublikasikan hasil survei mengenai kebiasaan berbelanja di kalangan penduduk Indonesia. Survei ini dilakukan saat situasi ekonomi yang tidak menentu pada tahun 2023, dengan partisipasi dari 1.086 responden, baik laki-laki maupun perempuan, berusia 18-55 tahun (Hayashi, 2023). Data survei menunjukkan bahwa warga Indonesia lebih condong untuk membeli barang secara spontan, melebihi daftar belanja yang telah mereka rencanakan. Menggerakkan keinginan untuk memperoleh barang yang sebelumnya diimpikan namun baru bisa terwujud saat ini, serta sebagai bentuk penghargaan terhadap diri sendiri (*self-reward*).

Pada awal tahun 2023, sebanyak 63% masyarakat menyatakan lebih menyukai belanja secara daring (*online*) dibandingkan dengan belanja secara langsung (*offline*) (Hayashi, 2023). Hemat waktu menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi pilihan mereka untuk berbelanja secara daring (*online*). Selain itu, alasan lain masyarakat lebih menyukai belanja *online* adalah mereka dapat membandingkan harga antar toko, serta memperoleh *cashback* dan layanan gratis ongkir. Sementara itu, menurut Hayashi (2023) sebanyak 37% masyarakat menyukai belanja secara *offline*, karena mereka dapat memeriksa barang secara langsung, tidak perlu menunggu lama, dapat segera membawa pulang barang yang dibeli, serta mengurangi risiko kerusakan atau kehilangan

barang. Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan, tampak bahwa masyarakat memiliki perilaku berbelanja secara impulsif, sebagaimana terlihat dari hasil survei berikut:



Sumber: www.populix.co, 2023

### Gambar 1.1 Pembelian Impulsif vs Pembelian Terencana

Adanya kasus terkait perilaku *impulsive buying*, dibutuhkan peran dari diri sendiri untuk mencegah terjadinya tindakan tersebut. Setiap individu dapat mencegah perilaku tersebut dengan cara memiliki bekal tentang literasi keuangan. Pemahaman keuangan sangat penting untuk menghindari masalah keuangan. Selain itu, literasi keuangan dapat meningkatkan kesejahteraan finansial dan membantu dalam membuat keputusan keuangan yang efektif. Salah satu unsur penyebab terjadinya *impulsive buying* adalah tingkat pendapatan.

Pendapatan adalah total penghasilan yang diperoleh oleh individu atau kelompok dalam periode tertentu sebagai imbalan atau gaji dari pekerjaan mereka (Lewi, 2022). Dengan adanya pendapatan atau penghasilan mampu mempengaruhi individu dalam berperilaku konsumtif terhadap *impulsive buying*. Pendapatan yang lebih tinggi dapat menyebabkan peningkatan dalam pengeluaran konsumsi, sedangkan pendapatan yang rendah akan mengakibatkan pengeluaran konsumsi yang lebih sedikit. Menurut Lewi (2022) menyatakan bahwa pendapatan yang tinggi cenderung mendorong perilaku *impulsive buying*. Sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat pendapatan dapat berpengaruh terhadap *impulsive buying*.

Faktor lain yang dapat memicu *impulsive buying* adalah pengendalian diri. *Locus of control* merujuk pada kemampuan menahan dorongan diri yang terkait dengan kesenangan jangka pendek, hingga diasumsikan bahwa individu akan bertindak dengan cara yang egois dan berorientasi pada nafsu atau penghargaan. Menurut Malia (2021), semakin tinggi *locus of control*, semakin rendah *impulsive buying*. Sementara semakin rendah *locus of control*, semakin tinggi tingkat *impulsive buying*. Oleh karena itu, *locus of control* juga memiliki dampak pada perilaku *impulsive buying*. Menurut Aulia et al. (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan juga termasuk faktor yang dapat mempengaruhi *impulsive buying*. Pemahaman literasi keuangan menjadi esensial bagi individu untuk menghindari masalah keuangan. Individu yang kurang memahami literasi keuangan cenderung melakukan *impulsive buying*

(Suratno et al., 2021). Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin kecil dampak dari perilaku *impulsive buying*, dan sebaliknya.

Grand teori dalam penelitian ini mencakup tiga konsep utama, yaitu teori pendapatan, yang menunjukkan bahwa tingkat pendapatan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif *impulsive buying*, teori *locus of control*, yang mengaitkan pengendalian diri dengan kecenderungan *impulsive buying*, serta teori literasi keuangan yang menjelaskan bagaimana pemahaman keuangan dapat mempengaruhi perilaku *impulsive buying*. Peneliti memiliki tujuan untuk mengevaluasi dampak tingkat pendapatan dan *locus of control* terhadap *impulsive buying*. Analisis data yang digunakan peneliti adalah SmartPLS karena memudahkan dalam pengolahan data. Pada penelitian Lewi (2022) mengungkapkan bahwa tingkat pendapatan dapat berpengaruh terhadap *impulsive buying*. Malia (2021) mengungkapkan bahwa *locus of control* juga memiliki dampak terhadap *impulsive buying*. Menurut Aulia et al. (2023) literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap *impulsive buying*, sedangkan menurut Aini & Susanti (2021) literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *impulsive buying*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi tingkat literasi keuangan dalam konteks perilaku *impulsive buying*, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti tingkat pendapatan dan *locus of control*. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman tentang isu-isu keuangan dan pengendalian diri, dengan harapan dapat membantu individu menghindari konsekuensi merugikan bagi diri mereka sendiri. Oleh karena itu, dengan judul **“Eksplorasi Pengaruh Tingkat**

**Pendapatan Dan *Locus Of Control* Terhadap *Impulsive Buying* Dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediasi**”, peneliti berkeinginan untuk menggali lebih dalam terkait variabel-variabel yang mempengaruhi *impulsive buying* pada setiap individu.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Perkembangan teknologi telah memunculkan perilaku *impulsive buying* pada masyarakat yang dipengaruhi beberapa faktor yaitu tingkat pendapatan, *locus of control*, dan literasi keuangan. Tingkat pendapatan yang tinggi cenderung mendorong perilaku konsumtif, sementara *locus of control* yang rendah berhubungan dengan peningkatan perilaku *impulsive buying*. Literasi keuangan juga memiliki peran penting dalam mengurangi dampak negatif dari *impulsive buying*. Oleh karena itu, peneliti menentukan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah tingkat pendapatan berpengaruh terhadap *impulsive buying*?
2. Apakah *locus of control* berpengaruh terhadap *impulsive buying*?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap *impulsive buying*?
4. Apakah literasi keuangan memediasi pengaruh tingkat pendapatan terhadap *impulsive buying*?
5. Apakah literasi keuangan memediasi pengaruh *locus of control* terhadap *impulsive buying*?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini ditujukan untuk menguji dan mengetahui pengaruh tingkat pendapatan terhadap *impulsive buying*.
2. Pada penelitian ini ditujukan untuk menguji dan mengetahui pengaruh *locus of control* terhadap *impulsive buying*.
3. Pada penelitian ini ditujukan untuk menguji dan mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying*.
4. Pada penelitian ini ditujukan untuk menguji dan mengetahui pengaruh literasi keuangan memediasi tingkat pendapatan terhadap *impulsive buying*.
5. Pada penelitian ini ditujukan untuk menguji dan mengetahui pengaruh literasi keuangan memediasi *locus of control* terhadap *impulsive buying*.

### 1.4. Manfaat Penelitian

#### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Pengaruh tingkat pendapatan dan *locus of control* terhadap *impulsive buying* dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi, serta pengembangan ilmu akuntansi terutama pengelolaan keuangan diharapkan pada penelitian ini.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

#### **1. Bagi Pihak Terkait**

Memberikan informasi mengenai pengaruh tingkat pendapatan dan *locus of control* terhadap *impulsive buying* dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi dapat digunakan sebagai informasi dari rata-rata tingkat literasi keuangan setiap individu dan sebagai bahan evaluasi untuk mencegah kerugian yang akan dialami akibat terjadinya *impulsive buying*.

#### **2. Bagi Peneliti**

Dapat meningkatkan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *impulsive buying* dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan melakukan penelitian terkait topik yang sama, serta diharapkan dapat mengkaji lebih luas lagi mengenai permasalahan tersebut.

### **1.5. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini diperlukan dengan tujuan agar penelitian tetap terfokus karena luasnya permasalahan pada penelitian ini.

Lingkup pada penelitian ini mencakup hal-hal berikut:

1. Sampel yang diteliti adalah Aparatur Sipil Negara (ASN) Kelurahan Pemerintah Kota Tegal.
2. Tingkat pendapatan menggunakan gaji pokok tingkatan I - IV



3. Penelitian ini berfokus pada variabel tingkat pendapatan dan *locus of control* terhadap *impulsive buying* dengan literasi keuangan sebagai mediasi.