

## EFEKTIVITAS PENGGUNAAN TOKEN ECONOMY DALAM MENGURANGI PERILAKU IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA RANTAU

Dinda Widya Permata Putri<sup>1</sup>, Nishwa Qonita<sup>2</sup>, Muhammad Jamaluddin<sup>3</sup>  
[220401110097@student.uin-malang.ac.id](mailto:220401110097@student.uin-malang.ac.id)<sup>1</sup>, [220401110128@student.uin-malang.ac.id](mailto:220401110128@student.uin-malang.ac.id)<sup>2</sup>,  
[jamaluddin@psi.uin-malang.ac.id](mailto:jamaluddin@psi.uin-malang.ac.id)<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

### ABSTRAK

Impulsive buying atau pembelian impulsif merupakan perilaku membeli secara spontan tanpa perencanaan yang matang, seringkali dipicu oleh dorongan emosional atau pengaruh lingkungan. Fenomena ini marak terjadi pada mahasiswa rantau yang memiliki kebebasan dalam mengelola keuangan tanpa pengawasan orang tua. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas teknik token economy dalam mengurangi perilaku impulsive buying pada mahasiswa rantau. Metode yang digunakan adalah eksperimen kuantitatif dengan pendekatan Single Subject Research (SSR) tipe A-B-A, yang mencakup fase baseline (A1), intervensi (B), dan baseline kedua (A2) sebagai tindak lanjut. Subjek penelitian adalah seorang mahasiswa rantau yang menunjukkan kecenderungan impulsif tinggi berdasarkan hasil asesmen awal. Data dikumpulkan melalui observasi langsung menggunakan behavior checklist dan skala impulsive buying. Hasil penelitian menunjukkan adanya penurunan skor impulsive buying dari 69 pada fase awal menjadi 33 setelah intervensi, serta kemampuan subjek dalam mempertahankan perilaku positif meskipun intervensi dihentikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa token economy efektif dalam menurunkan perilaku impulsif, meskipun tetap diperlukan pemantauan jangka panjang untuk menjaga kestabilan perilaku.

**Kata Kunci:** Token Economy, Impulsive Buying, Mahasiswa Rantau, Single Subject Research (SSR).

### ABSTRACT

*Impulsive buying is a behavior characterized by spontaneous purchasing without careful planning, often triggered by emotional impulses or environmental influences. This phenomenon is increasingly common among university students living away from home, who have greater financial autonomy and limited parental supervision. This study aims to examine the effectiveness of the token economy technique in reducing impulsive buying behavior among such students. The research employed a quantitative experimental method using a Single Subject Research (SSR) A-B-A design, consisting of a baseline phase (A1), an intervention phase (B), and a second baseline or follow-up phase (A2). The subject was a university student identified with high levels of impulsive buying based on initial assessments. Data were collected through direct observation using a behavior checklist and an impulsive buying scale. The findings indicated a significant reduction in impulsive buying behavior, with the subject's score decreasing from 69 in the pre-test to 33 after the intervention. The subject also demonstrated the ability to maintain improved behavior even after the withdrawal of the intervention. These results suggest that the token economy technique is effective in reducing impulsive buying behavior, though long-term monitoring is recommended to ensure behavioral consistency.*

**Keywords:** Token Economy, Impulsive Buying, Overseas Students, Single Subject Research (SSR).

### PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif yang terjadi pada kalangan remaja dan dewasa menjadi salah satu bentuk perilaku yang cukup mengkhawatirkan, dan biasa disebut dengan impulsive buying. Fenomena ini semakin banyak terjadi seiring mudahnya akses terhadap platform belanja, promosi besar-besaran, hal ini membuat dorongan seseorang untuk membelinya.

Masalah impulsive buying ini berujung pada kesulitan keuangan, penyesalan setelah melakukan pembelian, bahkan bisa juga menyebabkan kecanduan belanja. Banyak dari mereka tidak menyadari bahwa perilaku ini bisa berdampak negatif jika dilakukan dalam jangka panjang.

Beberapa penelitian menunjukkan impulsive buying tidak hanya berdampak pada kondisi finansial saja, tetapi pada aspek psikologis seperti stres, kecemasan, dan pengaruh emosional sesaat. (Verplanken 2001) Disini mahasiswa rantau sebagai salah satu populasi yang terdorong membeli barang yang bukan karena adanya kebutuhan, melainkan karena tekanan teman sebaya atau keinginan yang tanpa direncanakan. Mahasiswa rantau ini merupakan individu yang sedang menempuh pendidikan tinggi yang jauh dari rumah dan orang tua mereka. Tindakan membeli tidak semata-mata bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar saja, melainkan juga untuk memuaskan keinginan, memperkuat citra diri, dan menyesuaikan diri dengan tuntutan gaya hidup. Kondisi ini dipicu oleh berbagai rangsangan dari dalam diri dan lingkungan sekitar yang mampu membangkitkan dan memperkuat keinginan tersebut. Namun terkadang pembelian yang didorong oleh keinginan semata seringkali menyebabkan hilangnya kontrol diri, sehingga individu cenderung melakukan pembelian yang sebenarnya tidak diperlukan. (Septila & Aprilia, 2017)

Rahmana dan Kurniawan (2021) menjelaskan bahwa impulsive buying merupakan perilaku konsumen yang dilakukan secara spontan tanpa adanya rencana sebelumnya, dimana konsumen tidak memiliki niat awal untuk membeli suatu produk. Keputusan membeli biasanya muncul karena ketertarikan mendadak terhadap produk tertentu pada saat itu juga.

Sementara itu, menurut Verplanken dan Herabadi dalam Firdaus & Umar (2018), impulsive buying adalah tindakan pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba tanpa adanya pertimbangan yang matang atau rencana sebelumnya perilaku ini seringkali disertai oleh perasaan senang sesaat yang dapat mengesampingkan pertimbangan yang dalam dan akhirnya dapat menimbulkan rasa penyesalan setelah pembelian dilakukan. Perilaku impulsive buying ini terdiri dari dua aspek utama. Pertama, aspek kognitif, aspek ini berkaitan dengan konflik dalam proses berpikir individu, seperti : tidak mempertimbangkan manfaat dari suatu produk, tidak membuat rencana pembelian sebelumnya, serta tidak melakukan perbandingan antara produk yang diinginkan dengan produk lain. Kedua, aspek afektif, aspek ini berfokus pada kondisi emosional individu, seperti munculnya perasaan senang dan puas yang bersifat sementara saat melihat atau setelah membeli suatu barang, adanya dorongan kuat untuk segera membeli, serta keinginan yang timbul karena melihat barang dalam situasi tertentu. (Muzammil et al., 2023)

Salah satu strategi modifikasi perilaku yang digunakan untuk intervensi adalah token economy, didasarkan pada teori operant conditioning dari B.F Skinner. Token economy menggunakan prinsip penguatan, dimana seseorang diberikan token sebagai bentuk imbalan setelah menunjukkan perilaku yang diinginkan, dan token tersebut ditukar dengan hadiah. Pendekatan ini terbukti efektif dalam memperkuat perilaku positif, menjaga fokus, serta meningkatkan keterlibatan seseorang dalam mencapai tujuan tertentu. (Defrancis, 2016) Skinner menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh konsekuensi yang mengikutinya; ketika hasil dari suatu perilaku positif, individu cenderung

mengulanginya namun jika hasilnya negatif atau tidak diperkuat, maka perilaku tersebut akan menurun. (Tan et al., 2022)

Sejauh ini, penelitian tentang impulsive buying pada mahasiswa masih sangat terbatas. Salah satu studi oleh (Jamaluddin & Maharani, 2024) yang meneliti pengaruh token ekonomi dalam mengurangi impulsif buying pada penggemar K-Pop. Namun, penelitian tersebut tidak menyoroti aspek lain seperti latar belakang dan kondisi individu lainnya, misalnya mahasiswa rantau yang lebih rentan berperilaku konsumtif dan tidak terkontrol karena adanya godaan lingkungan digital seperti media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perilaku impulsive buying pada mahasiswa rantau yang belum banyak diteliti dalam studi sebelumnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan Single Subject Research (SSR) atau penelitian subjek tunggal, serta behavior checklist sebagai metodenya. Neuman dan McCornick (1995), serta Sunanto, Takeuchi dan Nakata (2005) menyatakan bahwa Single Subject Research merupakan metode penelitian eksperimen yang bertujuan untuk menilai efektivitas suatu intervensi yang diterapkan pada satu individu atau subjek tunggal secara khusus (Prahmana, 2021). Subjek dalam penelitian ini merupakan seorang mahasiswa rantau yang menunjukkan kecenderungan perilaku impulsive buying yang tinggi berdasarkan hasil observasi awal dan skala impulsive buying. Subjek dipilih berdasarkan kriteria tertentu seperti: tinggal jauh dari orang tua, memiliki akses mandiri terhadap keuangan, sering melakukan pembelian tanpa perencanaan, dan menunjukkan adanya ketidakmampuan dalam mengendalikan dorongan untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan. Pemilihan subjek berdasarkan kriteria tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa intervensi yang diberikan relevan dan tepat sasaran.

Metode behavior checklist merupakan salah satu teknik dalam pencatatan hasil observasi, dimana daftar perilaku atau karakteristik yang ingin diamati telah disusun sebelumnya. pengamat mencatat perilaku yang muncul maupun yang tidak muncul dengan memberikan tanda checklist pada draft yang telah disediakan. (Syalviana, 2021)

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas, yaitu teknik token economy dan variabel terikat, yaitu impulsive buying. Teknik token economy dipilih sebagai bentuk intervensi karena merupakan metode penguatan perilaku yang efektif, dimana individu diberikan token sebagai bentuk penghargaan setiap kali menunjukkan perilaku yang diinginkan. Token tersebut kemudian ditukar dengan hadiah atau insentif yang bernilai bagi subjek. Dalam penelitian ini, teknik token economy diharapkan dapat membantu mengurangi perilaku impulsive buying pada subjek.

Penelitian ini menggunakan skala item pengukuran yang diadaptasi dari penelitian terdahulu yang sudah teruji validitas dan reliabilitasnya. Skala ini dirancang untuk mengukur tingkat impulsive buying pada subjek yang sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan berdasarkan penelitian terdahulu. Total item dalam skala ini berjumlah 20 item pernyataan, yang terdiri dari 7 item favorable (mendukung perilaku impulsif) dan 13 item unfavorable (berlawanan dengan perilaku impulsif). Contoh pernyataan yang tercantum dalam penelitian ini adalah “Saya selalu mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli barang”, “Saya membeli barang tanpa merencanakannya”, “Saya selalu melihat sesuatu yang menarik setiap kali melewati toko”, dan “Kadang-kadang saya membeli barang hanya karena suka berbelanja, bukan karena membutuhkannya”. Setiap item diukur

menggunakan skala likert dengan empat pilihan jawaban yaitu, “Sangat Setuju”, “Setuju”, “Tidak Setuju”, hingga “Sangat Tidak Setuju”. Skala pengukuran ini digunakan dalam tahap awal asesmen untuk mengidentifikasi tingkat impulsive buying subjek. Peneliti menganalisis data dengan cara menjumlahkan setiap skor item yang dihasilkan subjek yang kemudian dikategorikan ke dalam tingkat kecenderungan impulsive buying, yaitu tinggi, sedang atau rendah. skor yang diperoleh dari skala ini digunakan sebagai data baseline sebelum intervensi dilakukan.

Selanjutnya peneliti menggunakan desain A-B-A untuk mengetahui pengaruh intervensi token economy dalam mengurangi perilaku impulsive buying pada subjek. Dengan menggunakan desain A-B-A, perilaku subjek akan diamati secara intensif melalui fase baseline (A1), fase intervensi (B) dan fase baseline kedua atau follow up (A2). Pada fase Baseline (A1), dilakukan pengamatan terhadap perilaku impulsif tanpa intervensi untuk mengetahui kondisi awal perilaku impulsive buying pada subjek. Selanjutnya pada fase Intervensi (B), peneliti mulai menerapkan token economy dimana subjek mendapatkan token setiap kali berhasil menunda untuk membeli secara impulsif dan melakukan pengamatan terhadap perilaku terus dilakukan secara sistematis. Kemudian fase baseline kedua (A2), intervensi dihentikan untuk melihat apakah perubahan perilaku yang terjadi tetap bertahan atau kembali ke kondisi awal.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode yang disesuaikan dengan pendekatan Single Subject Research (SSR). Data dikumpulkan dengan observasi langsung, yaitu dengan mencatat perilaku Impulsive Buying yang muncul pada subjek selama intervensi. Observasi dilakukan secara berulang dengan mencatat waktu serta pembeliannya. Selain observasi, data juga diperoleh melalui pengisian skala impulsive buying yang diberikan pada awal dan akhir intervensi, untuk mengukur perubahan perilaku impulsif tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa subjek yang menjadi sampel dalam penelitian ini memperlihatkan tingkat perilaku impulsive buying yang tergolong tinggi. Penelitian ini menggunakan metode Single Subject Research (SSR) dengan desain A-B-A, yang terdiri dari tiga fase utama, yaitu fase baseline pertama (A1), fase intervensi (B), dan fase baseline kedua (A2).

Pada fase awal (baseline A1), perilaku impulsive buying diukur menggunakan teknik behavior checklist yang terdiri dari 20 item pernyataan, disusun berdasarkan aspek dan indikator dari perilaku impulsive buying. Hasil pengukuran pada fase ini menunjukkan bahwa subjek memperoleh skor sebesar 69, yang mengindikasikan adanya kecenderungan tinggi untuk melakukan pembelian secara impulsif.

Selanjutnya, pada fase intervensi (B), fase intervensi berlangsung selama 16 hari, dengan pemberian token sebagai bentuk penguatan positif setiap kali subjek berhasil menahan diri dari perilaku impulsive buying. Di awal fase, subjek masih menunjukkan frekuensi pembelian impulsif yang tinggi, dipicu oleh faktor diskon, tampilan menarik, atau dorongan emosional. Namun, setelah beberapa hari intervensi berjalan, mulai tampak adanya perubahan perilaku. Subjek menunjukkan peningkatan kemampuan menahan diri untuk tidak melakukan pembelian secara impulsif, yang ditandai dengan beberapa hari berturut-turut tanpa pembelian. Pemberian token setiap kali subjek berhasil mengontrol diri terbukti menjadi motivasi efektif dalam memperkuat perilaku yang diharapkan.

Meskipun sempat terjadi pembelian impulsif di pertengahan fase, secara keseluruhan terjadi penurunan signifikan dalam frekuensi pembelian hingga akhir fase intervensi. Subjek menunjukkan kecenderungan yang semakin stabil dalam mengendalikan impuls belanja.

Kemudian pada fase baseline kedua (A2) berlangsung selama 7 hari, dan dilakukan tanpa adanya intervensi (pemberian token dihentikan). Tujuan fase ini adalah untuk mengetahui apakah perubahan perilaku yang terjadi selama intervensi dapat bertahan tanpa penguatan eksternal. Berdasarkan checklist harian, pada hari pertama hingga hari kelima, subjek tidak melakukan pembelian impulsif. Ini menunjukkan bahwa perilaku yang terbentuk selama intervensi mulai bertahan secara mandiri, bahkan tanpa token. Namun, pada hari ke enam, subjek kembali melakukan pembelian impulsif karena pengaruh sosial media, yang menandakan masih adanya dorongan impulsif, meskipun tidak sekuat sebelumnya. Pada hari ke tujuh subjek tidak melakukan pembelian. Jika dibandingkan dengan fase intervensi, frekuensi pembelian impulsif pada fase A2 jauh lebih rendah. Subjek mampu menahan diri selama 6 dari 7 hari, menunjukkan bahwa efek intervensi masih bertahan sebagian dalam jangka pendek.

Hasil post-test menunjukkan bahwa skor perilaku impulsive buying subjek menurun drastis dari 69 (pre-test) menjadi 33 (post-test). Penurunan ini mencerminkan perubahan signifikan dalam perilaku subjek setelah menjalani intervensi. Beberapa indikator seperti kecenderungan membeli tanpa perencanaan, kesulitan menahan keinginan membeli, dan kebiasaan membeli karena dorongan sesaat mengalami penurunan skor.

Fase baseline kedua menunjukkan bahwa meskipun intervensi telah dihentikan, subjek tetap mampu mempertahankan perilaku positif dengan tingkat pembelian impulsif yang rendah. Hasil post-test yang jauh lebih rendah dibandingkan pre-test menguatkan bahwa intervensi memberikan dampak yang signifikan dan berkelanjutan terhadap pengurangan perilaku impulsive buying. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi penguatan perilaku yang berupa token economy yang diterapkan berhasil menciptakan perubahan perilaku yang relatif stabil, meskipun masih memerlukan pemantauan jangka panjang untuk memastikan konsistensinya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa perilaku impulsive buying merupakan salah satu bentuk perilaku konsumtif yang cukup mengkhawatirkan, terutama pada kalangan mahasiswa rantau. Perilaku ini tidak hanya berdampak pada kondisi finansial, tetapi juga berpengaruh terhadap kondisi psikologis individu, seperti stres dan penyesalan setelah pembelian. Mahasiswa rantau menjadi kelompok yang rentan karena pengaruh lingkungan, tekanan sosial, serta kemudahan akses terhadap platform belanja daring. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui desain Single Subject Research (SSR) tipe A-B-A, penelitian ini menunjukkan bahwa intervensi token economy mampu menurunkan frekuensi perilaku pembelian impulsif secara signifikan pada subjek yang memenuhi kriteria. Teknik ini efektif digunakan sebagai strategi pengelolaan perilaku pembelian impulsif, khususnya bagi mahasiswa rantau yang rentan terhadap dorongan belanja tak terkontrol akibat minimnya pengawasan dan kontrol diri. Dengan demikian, intervensi token economy dapat menjadi pendekatan yang relevan dan aplikatif untuk membantu mahasiswa rantau dalam mengurangi kebiasaan impulsive buying, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengendalian diri dalam pengelolaan keuangan

pribadi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Muzammil, I. F. S., Utami, A. B., & Rista, K. (2023). Impulsive buying pada perempuan dewasa awal: Bagaimana peranan self-control? *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(3), 385–394.
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Impulse Buying Pada Mahasiswa di Banda Aceh. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), 170–183. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Psikoislam/article/view/2449>
- Defrancis, S. (2016). A Qualitative Study Analysis on How Utilizing a Token Economy Impacts Behavior and Academic Success. 1–161.
- Jamaluddin, M., & Maharani, F. P. (2024). Pengaruh Token Ekonomi dalam Mengurangi Perilaku Impulsive buying pada K-Pop Fans. 2(1), 226–231.
- Tan, K. H., Kasivelo, M., & Abdullah, I. H. (2022). Token Economy for Sustainable Education in the Future: A Scoping Review. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2). <https://doi.org/10.3390/su14020716>
- Prahmana, R. C. I. (2021). Single Subject Research (teori dan implementasinya: suatu pengantar). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).