

Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Program *Big Sale E-commerce* Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang

Rinda Dwi Ariyani
rindaariyani@gmail.com,
Universitas PGRI Semarang

Abstract

This research is motivated by the shopping behavior patterns of Economic Education students who tend to behave consumptively, where they are more concerned with fulfilling their desires than their needs. This study aims to analyze the consumptive behavior of Economic Education students at PGRI Semarang University in the Shopee big sale program as well as to provide ways to suppress consumptive behavior. This research is a qualitative research with case study research method. Sources of data used are primary data and secondary data. Test the validity of the data using source triangulation and technical triangulation. Data analysis was carried out by collecting data, condensing data, displaying data and drawing conclusions. The results showed that the pattern of consumptive behavior of Economic Education students at PGRI Semarang University experienced an increase in shopping at the Shopee big sale program. Where this is driven by several aspects, namely discounts, the desire to maintain and support appearances, advertisements, as well as feeling challenged, satisfied and happy in shopping; Financial literacy has a considerable influence on students in making a priority scale of needs and managing their finances

Keywords: *Consumptive Behavior, Online Shopping, Big Sale Shopee, Financial literacy*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pola perilaku berbelanja mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang cenderung berperilaku konsumtif, dimana mereka lebih mementingkan untuk memenuhi keinginan dari pada kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang pada program *big sale* Shopee juga untuk memberikan cara agar dapat menekan perilaku konsumtif. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan ialah data primer dan data skunder. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Analisis data dilakukan dengan cara pengumpulan data, kondensasi data, display data dan pengambilan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang mengalami peningkatan dalam berbelanja pada program *big sale* Shopee. Dimana hal tersebut didorong oleh beberapa aspek yaitu *diskon*, hasrat untuk menjaga dan menunjang penampilan, iklan, serta perasaan tertantangm puas dan senang dalam berbelanja; Literasi keuangan memberikan pengaruh yang cukup besar bagi mahasiswa dalam membuat skala prioritas kebutuhan serta untuk mengatur keuangan yang mereka miliki

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Belanja *Online*, *Big Sale* Shopee, Literasi Keuangan

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih menjadi gaya hidup tersendiri, dimana membuat manusia menjadi lebih modern. Hal tersebut yang perlahan-lahan mengubah pola gaya hidup dan pola pemikiran masyarakat (Miranda, 2017:2). Pola gaya hidup yang tinggi dipicu dengan tingginya penggunaan internet menghasilkan satu fenomena baru dalam bidang ekonomi yaitu *online shopping*, dimana media *online* yang dimana dimanfaatkan sebagai aktivitas yang berkaitan dengan penjualan, pembelian dan pemasaran (Sulistyawati, 2019:161). Di Indonesia sendiri *online shopping* atau *e-commerce* yang paling banyak digunakan ialah Shopee, dikutip dari lama kompas.com bahwa Shopee menduduki peringkat teratas di Indonesia pada tahun 2022 sebagai *e-commerce* paling banyak didownload dan digunakan.

Menurut Nurhayati (2017) *online shopping* ini merubah pola barang-barang yang dikonsumsi sampai dengan perubahan pola transaksi yang digunakan. Secara tidak langsung *online shopping* ini merubah gaya hidup masyarakat, khususnya mahasiswa dalam hal berbelanja. Dimana menurut Minanda (2018) mahasiswa berbelanja *online* semata-mata untuk kesenangan diri dan gaya hidupnya bukan untuk kebutuhan, hal ini lah yang menyebabkan seseorang menjadi boros atau lebih dikenal dengan perilaku konsumtif. Sedangkan menurut Rachmawati (2019) mahasiswa memiliki hasrat dan keinginan yang berlebihan dalam membeli suatu barang, yang kebanyakan karena tergiur *diskon* ataupun program-program yang ditawarkan oleh *online shopping*. Berikut merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang.

Tabel 1.1
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif
Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

No	Pernyataan	Presentase		Kesimpulan
		Ya	Tidak	
1	Saya membeli barang untuk menjaga penampilan.	90%	10%	Mahasiswa membeli barang untuk memenuhi gaya hidup (<i>lifestyle</i>).
2	Saya membeli barang yang memberikan diskon menarik.	85%	15%	Mahasiswa membeli barang karena tergiur diskon dan bukan karena kebutuhan.
3	Saya membeli barang karena melihat tatanan produk yang didesain menarik.	80%	20%	Mahasiswa membeli barang yang terlihat menarik, hanya untuk memenuhi keinginan.
4	Saya membeli produk yang menarik.	85%	15%	Mahasiswa membeli barang yang terlihat menari, hanya untuk memenuhi keinginan.
5	Saya suka membeli barang untuk mengubah daya tarik fisik.	55%	45%	Mahasiswa membeli barang untuk memenuhi gaya hidup (<i>lifestyle</i>).
6	Saya membeli barang yang berlabelkan " <i>Buy 1 Get 2 Free</i> ".	70%	30%	Mahasiswa membeli barang untuk mendapatkan <i>reward</i> .
7	Saya membeli produk yang berhadiah.	80%	20%	Mahasiswa membeli barang untuk mendapatkan <i>reward</i> .
8	Saya tertarik membeli barang karena melihat iklan di media sosial.	75%	25%	Mahasiswa membeli barang tergiur dengan iklan yang ada di sosial media.
9	Saya membeli produk karena teman-teman memiliki produk tersebut.	45%	55%	Mahasiswa membeli barang bukan karena ajakan atau pengaruh teman sepermainan.
10	Saya membeli barang sesuai dengan trend yang berlangsung.	45%	55%	Mahasiswa membeli barang bukan karena mengikuti trend yang sedang berlangsung.

Sumber : Data diolah (2022)

Melalui tabel diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi mahasiswa ialah, untuk menjaga penampilan. Mendapatkan *diskon*, mengubah daya tarik fisik, mendapat *gift*, serta iklan. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi membeli suatu barang tidak berdasarkan kebutuhan.

Tabel 2.1
Data Transaksi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi
Selama Program *Big sale*

No	Informan	Jumlah Transaksi Saat <i>Big Sale</i>	Jumlah Transaksi Saat Hari Biasa
1	Responden 1	2	1
2	Responden 2	4	3
3	Responden 3	0	1
4	Responden 4	3	2
5	Responden 5	2	2
6	Responden 6	5	2
7	Responden 7	3	3
8	Responden 8	2	1
9	Responden 9	1	1
10	Responden 10	4	2
Total		26	18

Sumber : Data diolah (2022)

Melalui data diatas menunjukkan bahwa program *big sale* Shopee membuat intensitas belanja mahasiswa menjadi lebih tinggi dan naik hamper 50% dari hari biasa. Hal tersebut terjadi karena mahasiswa memanfaatkan *diskon*, *voucher* gratis ongkir sampai dengan *cashback*. Alasan mahasiswa memanfaatkan penawaran yang diberikan, lama – lama akan menimbulkan pola perilaku konsumtif, yang apabila terus berkelanjutan akan berdampak buruk. Dimana mahasiswa akan kehilangan kesempatan untuk menabung, memiliki sifat belanja yang *irrational* yang cenderung nantinya tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penelitian ini akna mengkaji dalam penelitian yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumtif Dalam Program *Big Sale E-commerce* Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang ”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang informan dari mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang angkatan 2019-2021 yang dianggap memenuhi kriteria dan dianggap mampu untuk menjawab permasalahan pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan cara pengumpulan data, kondensasi data, display data dan pengambilan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang Dalam Program *Big Sale* Shopee

Menurut Rachmawati (2019) perilaku konsumtif ialah tindakan seseorang yang membeli barang secara berlebihan tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu, dimana sifat ini bukan lagi membeli barang untuk kebutuhan, namun untuk menaikkan *pristage* terhadap lingkungan sekitar tanpa memperdulikan kegunaan apa yang dibeli. Menurut Minanda (2018) indikator perilaku konsumtif, sebagai berikut :

1) Faktor Internal

a. Motivasi Belanja

Motivasi belanja merupakan suatu dorongan dari dalam diri untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya. Namun yang terjadi sekarang konsumsi juga dilakukan untuk memenuhi kepuasan serta keinginan. Hal ini dapat dilihat juga pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang, dimana mereka berbelanja *online* karena keinginan memnfaatkan kemudahan yang diberikan *online shopping* tanpa didasari lagi dengan kebutuhan.

b. Persepsi Belanja

Persepsi belanja ialah sutau hal yang diperngaruhi oleh kondisi tertentu. Dalam penelitian Andika dkk (2021) mahasiswa beranggap banyak manfaat yang diperoleh

dari belanja *online*, seperti kenyamanan. Hal ini juga dapat dilihat pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang memilih berbelanja *online* karena mudah dalam bertransaksi dan mencari berbagai barang.

2) Faktor Eksternal

a. Kelompok Pertemanan

Kelompok pertemanan juga memiliki peran dalam membentuk karakter sampai gaya hidup seseorang. Menurut Ujahidah (2021) kelompok pertemanan sangat berpengaruh bagi seseorang terutama dalam hal berbelanja untuk memenuhi gaya hidupnya. Hal ini juga dapat dilihat pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang, namun bedanya mahasiswa masih memiliki perencanaan dalam membeli barang yang akan mereka beli bersama.

3) *Diskon*

Diskon atau yang lebih dikenal dengan potongan harga, yang banyak menarik minat konsumen dalam membeli suatu barang. Sama halnya dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang yang membeli barang karena terpengaruh dengan *diskon* yang diberikan, sehingga membuat mereka membeli banyak barang karena terfokus dengan tawaran *diskon* yang diberikan.

4) *Trend*

Menurut Minanda (2018) merupakan sesuatu yang sedang disukai masyarakat pada waktu tertentu. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang merasa *trend* cukup berpengaruh, namun masih mereka sesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi keuangan mereka.

5) *Lifestyle* (Gaya Hidup)

Dalam hal ini berkaitan dengan penampilan seseorang, agar mereka terlihat modis dan disukai orang lain. Menurut Elnino (2020) mahasiswa menjaga penampilan mereka dengan membeli barang-barang mahal dan bermerek. Hal ini dapat dilihat juga pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang, dimana mereka beranggapan bahwa penampilan itu penting, mereka membeli beberapa aksesoris untuk

menunjang penampilan mereka.

6) Iklan

Iklan merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat beli konsumen. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang tertarik membeli saat program *big sale* Shopee karena melihat iklannya, yang menampilkan banyak penawaran menarik.

2. Motivasi Belanja Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang Dalam Program *Big Sale* Shopee

Motivasi belanja mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang dalam program *big sale* Shopee ialah merasa tertarik dengan banyaknya penawaran yang diberikan. Selain itu disebabkan oleh munculnya perasaan tertantang, puas dan menyenangkan dalam berbelanja. Diaman perasaan tertantang ini muncul karena kondisi saat mahasiswa merebutkan barang yang mereka inginkan dengan konsumen lain. Perasaan senang dan puas yang muncul setelah berhasil memperoleh barang yang mereka inginkan serta pengalaman menyenangkan yang mereka peroleh selama berbelanja.

3. Literasi Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang

Pengetahuan literasi keuangan dirasa penting, karena membantu seseorang dalam kegiatan mengelola keuangan dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi yang dilakukan sehari-hari (Nurulhuda, 2020). Berikut merupakan indikator literasi keuangan menurut Volpe dan Nurulhuda (2020) :

1) Pengetahuan Umum Keuangan

Merupakan pengetahuan umum keuangan seputar pengaturan pemasukan dan pengeluaran untuk pemenuhan kebutuhan. Melalui penelitian yang telah dilakukan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang cukup memahami seberapa penting pengelolaan keuangan untuk mengantisipasi sifat boros. Dimana sudah terdapat mahasiswa yang dengan rutin menuliskan pemasukan dan pengeluarannya secara rutin agar dapat melihat dan mengontrol uang tersebut digunakan untuk apa saja.

2) Tabungan

Merupakan uang yang disimpan untuk keperluan mendatang. Melalui penelitian yang telah dilakukan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang mengerti manfaat yang akan diperoleh apabila memiliki tabungan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa mahasiswa yang sudah menabung baik untuk keperluan yang sudah direncanakan ataupun tidak, walaupun ada beberapa mahasiswa juga yang belum dapat menabung secara konsisten, dengan alasan banyak keinginan dan kebutuhan yang harus dipenuhi.

3) Asuransi

Melalui penelitian yang telah dilakukan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang sudah cukup faham mengenai manfaat memiliki asuransi, walau mereka belum memiliki produk asuransi.

4) Investasi

Melalui penelitian yang telah dilakukan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang cukup memahami apa itu investasi, walaupun mereka belum memiliki aktivitas investasi pada umumnya.

Dalam focus literasi keuangan ini, mahasiswa memiliki cara dan pendapatnya masing-masing mengenai cara mengelola keuangan dengan baik serta cara untuk menghindari perilaku belanja irrasional. Mereka berpendapat bahwa hal tersebut dapat dimulai dari hal-hal kecil seperti, dengan mengesampingkan keinginan dan mengutamakan kebutuhan, mempertimbangkan lagi barang yang akan dibeli agar tidak menimbulkan efek menyesal setelah membelinya, rajin menuliskan pengeluaran yang dilakukan, menyisihkan uang atau menabung dengan konsisten, memberikan batasan saat berbelanja, yang utama memiliki skala prioritas konsumsi atau melakukan perencanaan dalam berbelanja. Hal tersebut apabila dilakukan dapat membantu mahasiswa untuk mengurangi dan menghindari dari pola perilaku konsumtif.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disampaikan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang pada program *big sale* Shopee mengalami peningkatan, dimana hal ini didorong oleh beberapa aspek diantaranya, *diskon* yang menawarkan harga jauh lebih murah dari harga normal yang menarik minat mahasiswa untuk membeli banyak barang, hasrat untuk menjaga dan menunjang penampilan, pengaruh iklan, serta persaingan tertantang, puas dan senang yang diperoleh mahasiswa saat berbelanja. Namun jika perilaku tersebut terjadi secara berkelanjutan akan membuat mahasiswa tergolong kedalam mahasiswa dengan perilaku konsumtif.
2. Pengetahuan serta penerapan literasi keuangan dapat memberikan pengaruh yang cukup besar kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang dalam membuat skala prioritas kebutuhan serta mengatur sebaik mungkin keuangan yang mereka miliki. Pengetahuan ini juga dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk menekan perilaku belanja yang irrasional agar perilaku konsumtif dalam berbelanja tidak terus meningkat.

Saran

Saran bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi untuk lebih memahami kebutuhan diri dan mengesampingkan keinginan sehingga tidak terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Selain hal itu diharapkan mahasiswa lebih meningkatkan lagi pengetahuan mengenai literasi keuangan agar dapat membuat skala prioritas konsumsi dan dapat mengelola keuangan dengan bijak dan baik. Cara ini dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk menekan perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, M., Masitoh, S., Kholiq, Y. N., Nisa, D. A., & Rohmah, N. (2021). Efektivitas *Marketplace* Shopee Sebagai *Marketplace* Belanja *Online* yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 30–36.
- Elnino, S. R., Lesawengen, L., & Lasut, J. J. (2020). Tindakan Konsumtif dalam Aktivitas Belanja *Online* Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Holistik*, 13(3), 7.
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *World Development*, 1(1), 1–15.
<http://www.fao.org/3/I8739EN/i8739en.pdf><http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2011.10.007><https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23288604.2016.1224023><http://pdx.sagepub.com/lookup/doi/10>
- Miranda, O. S., Evawani, P., Lubis, E., & Si, M. (2017). *JOM FISIP Vol. 4 No.1 – Februari 2017 Page 1*. 4(1), 1–15.
- Mujahidah, A. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya. *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application, and Development*, 1(1), 1.
<https://doi.org/10.26858/ijosc.v1i1.19316>
- Nurhayati, N. (2017). Belanja “*Online*” Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh). *Aceh Anthropological Journal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.29103/aaj.v1i2.1140>
- Nurulhuda, E. S., & Lutfiati, A. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LITERASI KEUANGAN (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Islam As-Syafi’iyah). 2(2), 111–134.