

Gmail interface showing an email titled " kirim artikel " from Desi Erawati. The email content includes a greeting and a document attachment named "artikel.audi.docx". The interface also shows navigation options like "Balas" and "Teruskan".

**Left Sidebar:**

- Tulis
- Kotak Masuk 5
- Berbintang
- Ditunda
- Terkirim
- Draf 7
- Selengkapnya
- Label +

**Search Bar:** F-


**Toolbar:** Back, Forward, Refresh, Print, Reply, Reply All, Forward, Delete, Archive, Flag, More

**Email Header:** kirim artikel (Print, Share)

**Sender:** Desi Erawati <erawati1377@gmail.com> (Min, 12 Sep 2021 20.54) (Star, Reply, More)

**Recipient:** kepada f-icis

**Body:** Salam,,bersama ini kami kirimkan draft artikel dan sudah disesuaikan dengan template yang ada, terimakasih

**Attachment:**  artikel.audi.docx

**Actions:** Balas, Teruskan

**Footer:** Activate Windows. Go to Settings to activate Windows.

# Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa IAIN Palangka Raya

Muhammad Audi Padli<sup>1</sup>, Arini Safitri<sup>2</sup>, Desi Erawati<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup>Institut Agama Islam Negeri Palang Raya, Palangka Raya, Indonesia

<sup>2</sup>Institut Agama Islam Negeri Palang Raya, Palangka Raya, Indonesia

<sup>3</sup>Institut Agama Islam Negeri Palang Raya, Palangka Raya, Indonesia

\*Corresponding Outbor: erawati1377@gmail.com

## Keywords :

Behavior  
Consumptive  
Belanja Online  
Mahasiswa

## Abstract

Technology advancement is an absolute thing which already happened in this era, various form of this technology advancement built to human importance. Almost all life aspect need technology system no exception for trade process system until now, at least transaction method for trade in online, beside give advancement but also give impact to its user. Shopping behavior as gift from technology advancement cause behavioral deviation like consumptive/consumerism excessively. Based on that thing, the research objective was to knew the form of consumptive behavior especially on students at IAIN Palangka Raya and the background factors of consumptive behavior on students at IAIN Palangka Raya. The method that used in this research was qualitative method. There were primary and secondary data in this research. Primary data got from interview with six students of IAIN Palangka Raya as informants that consisted by SLM, SNY, EP, NN, SM, NFA and used purposive sampling-snowball sampling technique. Secondary data got from books, pictures, journals, and other source. Data collection technique used interview, observation, and documentation. Data analysis technique used descriptive analytic. The result showed that form of consumptive behavior on students more dominated to fulfilled fashion need, this thing can be seen from process that students in teenage phases looked for their identity through online shopping then the desire to satisfied themselves and followed the trend so can be accepted by their social group. There were two background factors, first internal factor like desire or encouragement from inside and the second external factors like influence from social environment and also technology advancement.

## Kata Kunci :

Perilaku  
Konsumtif  
Belanja Online  
Mahasiswa

## Abstrak

Kemajuan Teknologi merupakan hal yang sudah mutlak terjadi di era sekarang, berbagai bentuk adanya kemajuan teknologi ini dibuat untuk kepentingan manusia itu sendiri. Berbagai aspek kehidupan hampir semua memerlukan sistem teknologi tak terkecuali sistem proses jual beli hingga sekarang setidaknya bentuk kemajuan dalam sistem jual beli ialah adalah metode transaksi secara online namun seiring berkembangnya, selain memberikan kemajuan namun juga memberikan dampak pada penggunanya. Perilaku berbelanja yang tadi sebagai hadiah dari kemajuan teknologi malah melahirkan penyimpangan perilaku seperti konsumtif/konsumerisme secara berlebihan. Sehingga berangkat dari hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk perilaku konsumtif khususnya pada mahasiswa IAIN Palangka Raya dan faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Palangka Raya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Sumber data yang digunakan berupa sumber data primer data sekunder. Sumber data primer didapatkan dengan wawancara kepada enam orang informan Mahasiswa IAIN Palangka Raya terdiri dari SLM, SNY, EP, NN, SM, NFA dengan menggunakan teknik Purposive Sampling—snowball sampling. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku, gambar, jurnal-jurnal dan sumber lainnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif—analitis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk perilaku konsumtif mahasiswa lebih mendominasi untuk pemenuhan kebutuhan Fashion hal ini ditunjukkan dari proses adanya Mahasiswa yang masih dalam tahap remaja gemar akan pencarian identitas diri melalui

---

*belanja online kemudian keinginan memuaskan diri dan mengikuti mengikuti trend agar diterima dikelompok sosialnya. kemudian disamping itu faktor-faktor yang melatar belakangnya faktor internal adanya keinginan atau dorongan dari dalam diri dan faktor eksternal pengaruh lingkungan sosial serta kemajuan teknologi.*

---

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi bukanlah suatu hal yang dapat dibendung seiring dengan berkembangnya zaman, maka dengan ini semakin berkembang pula berbagai macam kemajuan seperti ekonomi, sosial dan politik<sup>1</sup>. Teknologi tidak dapat dilepaskan kehadirannya sebagai upaya membantu individu dalam melakukan setiap aktivitasnya, tidak terkecuali pada kemajuan dibidang industri pemasaran.

Industri pemasaran melalui digital mengalami kenaikan secara drastis terutama terkait dengan aktivitas belanja online melonjak sekitar 400% pada tahun 2020<sup>2</sup>. Ini merupakan wujud dari berkembangnya pemasaran di era 4.0 sekarang ini melahirkan beberapa metode pemasaran salah satunya adalah belanja online. Belanja online atau *e-commerce* merupakan sebuah proses transaksi yang dilakukan melalui media atau perantara berupa situs-situs jual beli online ataupun jejaring sosial yang menyediakan barang yang diinginkan. Sehingga kegiatan belanja online telah menjadi sebuah kebiasaan bagi sebagian orang dikarenakan adanya kemudahan fasilitas yang diberikan. Konsumen mulai beranggapan bahwa belanja online adalah sarana untuk untuk mencari barang-barang keperluan sehari-hari, hobi dan lain sebagainya<sup>3</sup>.

Kemudahan belanja online yang termasuk dalam proses jual beli dapat dilakukan melalui internet atau dikenal sebagai proses transaksi belanja online, secara tidak langsung dapat menimbulkan permasalahan-permasalahan seperti perilaku konsumtif maupun pemborosan akibat terlalu sering atau bahkan terlalu asik dengan kemudahan berbelanja *online*<sup>4</sup>.

Beberapa kasus yang terjadi dalam kegiatan belanja online seperti munculnya perilaku konsumtif atau konsumerisme pada pembeli, yang mana lebih mementingkan nilai tanda daripada nilai guna suatu barang<sup>5</sup>. Kemudian perilaku sendiri secara umum menurut Arbanur Rasyid merupakan tanggapan atau reaksi individu tidak sebatas wujud gerakan (sikap) badan atau ucapan. Selanjutnya konsumtif diketahui merupakan sebuah bentuk keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal<sup>6</sup>. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan konsumen dalam mendapatkan atau mengambil keputusan dalam memilih sesuatu barang yang belum menjadi kebutuhan utama maka timbulah pemborosan.

---

<sup>1</sup> Trisyanti Umi Banu Prasetyo, 'Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial', in *Prosiding SEMATEKSOS 3 "Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0*, 2018, 22.

<sup>2</sup> Tia Dwitiani Komalasari, 'Belanja Online Meningkatkan 400 Persen, BPKN : Masih Banyak Dikeluhkan Konsumen - Pikiran-Rakyat.com', accessed 8 June 2021, <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01399518/belanja-online-meningkat-400-persen-bpkn-masih-banyak-dikeluhkan-konsumen>.

<sup>3</sup> Eva Melita Fitria, 'Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda' 3 (n.d.): 117.

<sup>4</sup> Amanah Dita Harahap Dedy Ansari, 'Perilaku Belanja Online Di Indonesia : Studi Kasus', *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 9, no. 2 (2018): 210.

<sup>5</sup> Nurhayati, Nurhayati, 'Belanja "Online" Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh)', *Aceh Anthropological Jurnal* 1, no. 2 (2017).

<sup>6</sup> Arbanur Rosyid, 'Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam', *Jurnal Hukum Ekonomi* 5, no. 2 (2017): 175.

Umumnya perilaku konsumtif tentu dapat membawa kerugian material untuk individu pada akhirnya, pemborosan memiliki makna berlebih-lebihan dalam menggunakan apapun (KBBI). Hal ini sejalan dengan pendapat YLK (Yayasan Lembaga Konsumen)<sup>7</sup>, daya konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas. Disamping itu segala sesuatu yang berlebihan bukanlah sifat yang baik sebab hal tersebut mudahnya akan membuat kerugian bagi orang itu sendiri nantinya.

Perilaku konsumtif yang muncul akibat berkembangnya teknologi digital serta mudahnya bertransaksi dapat dilatarbelakangi berbagai alasan mulai dari jenis transaksi jasa maupun barang yang ditawarkan salah satunya diantaranya seperti gaya hidup, fashion atau mode berpakaian yang cukup diminati, sebagaimana yang disebutkan dalam sebuah informasi media CNN Indonesia (2018) bahwa dengan adanya perkembangan ini generasi milenial menjadi sangat konsumtif.

Dalam jurnal Khoirunnas mengatakan bahwasanya mahasiswa yang dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih menganggap bahwa atribut atau alat tambahan itu penting bahkan bisa dikatakan lebih penting dari pada substansi. dengan makna mahasiswa lebih mengutamakan penampilan dari kebutuhan<sup>8</sup>.

Kemudian menurut Anisa<sup>9</sup> mengatakan bahwa perilaku konsumtif belanja online disebabkan oleh pengaruh lingkungan sekeliling yang memungkinkan mendukung agar berperilaku tersebut. Dari beberapa kajian tentang perilaku belanja online didominasi para kalangan perempuan mulai dari anak sampai dengan dewasa<sup>10</sup>. Dengan demikian perlu kiranya mengkaji lebih detail bagaimana perilaku belanja online khususnya pada mahasiswa IAIN Palangka Raya, dimana mahasiswi lebih mendominasi secara jumlah keseluruhan. Bagaimana perilaku atau sikap belanja online mahasiswiterkhusus di tengah pandemi Covid-19 sejak awal tahun Maret 2020 sampai saat sekarang ini (2021). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumtif belanja online yang telah berkembang khususnya pada mahasiswi IAIN Palangka Raya ditengah berkembangnya proses transaksi jual beli secara *online*.

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan pengumpulan data dan mendeskripsikan obyek penelitian bersifat *natural* (apa adanya di lapangan) sehingga dapat menggambarkan terkait fenomena perilaku konsumtif pada mahasiswi IAIN Palangka Raya serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dimana dalam penelitian ini mencoba memadukan atau mendeskripsikan antara dunia empiris dengan fakta sosial atau singkatnya menelusuri apakah dengan adanya fenomena majunya *E-Comemerce* terdapat dampak nyata seperti perilaku konsumtif terhadap mahasiswi. Berdasarkan jenis pendekatan ini berupaya menjelaskan secara sistematis dan faktual penyebab perilaku konsumtif pada mahasiswi IAIN Palangka Raya, didasarkan pada data-data yang terkumpul selama penelitian dan dituangkan dalam bentuk tulisan atau laporan. Dari metode tersebut, maka dalam pengumpulan data dilakukan dalam bentuk wawancara, dokumentasi dan observasi<sup>11</sup>. Sedangkan teknik pengambilan sampling menggunakan bertujuan, dalam hal ini berstatus sebagai mahasiswi IAIN Palangka Raya, suka belanja, barang yang dibeli

---

<sup>7</sup> Abdur Rohman, 'Budaya Konsumerisme Dan Teori Kebocoran Di Kalangan Mahasiswa', *Jurnal Sosial Dan Budaya Keislaman* 24, no. 2 (2016): 240.

<sup>8</sup> Khoirunnas, Khoirunnas, 'Pola Konsumtif Mahasiswa Di Kota Pekanbaru (Riau)', *JOM FISIP* 4, no. 1 (2017): 13.

<sup>9</sup> Thahirah Anisa Qodaril, 'Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta' (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), 19.

<sup>10</sup> Fitria, 'Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda', 117.

<sup>11</sup> Prof.Dr. Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 137.

merupakan kebutuhan tersier, biaya yang dikeluarkan untuk belanja selama satu bulan sebesar satu juta rupiah (Rp. 1.000.000,-). Dengan jumlah informan kurang lebih 10 orang dari berbagai program studi yang ada dan bersedia diwawancarai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Temuan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil lapangan diketahui beberapa poin penting yang mempengaruhi adanya kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswi sebagaimana yang ditemukan pada hasil wawancara observasi dan dokumentasi dari beberapa informan. **Pertama**, adanya persepsi mahasiswi terhadap belanja *online* sangat positif diantaranya memudahkan dan sifatnya *online shop* tanpa harus datang ke tempat serta mempersingkat kegiatan belanja sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan bersama informan. **Kedua**, adanya unsur perilaku konsumtif berdasarkan aspek *impulsif buying* yang terjadi pada mahasiswi dimana ditemukan adanya poin-poin pencarian identitas diri, pemuasan diri dan mengikuti *trend*. dimana ketiga poin-poin ini bagian yang sangat berpengaruh pada perilaku mahasiswa. Kemudian selanjutnya berdasarkan temuan lainnya adalah terdapat faktor-faktor utama munculnya perilaku konsumtif seperti adanya faktor internal yaitu adanya motivasi dan harga diri, pengamatan dan proses belajar serta keperibadian dan konsep diri dalam proses terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswi dan faktor eksternal yang mana adanya keinginan untuk membeli sesuatu ini bisa muncul dikarenakan melihat iklan di televisi dengan berbagai rayuan yang diberikan, ikut-ikutan teman yang menjadi mode yang sedang berkembang dan sering sekali mementingkan gengsinya agar tidak ketinggalan zaman.

## PEMBAHASAN

Sebagaimana yang telah ditemukan pada temuan lapangan pola perilaku konsumtif pada mahasiswi ditemukan adanya pemenuhan kebutuhan gaya berpakaian atau *fashion* dimana setiap bulannya berganti sesuai dengan *trendnya* tentunya berdampak pada pengeluaran terhadap *fashion* tersebut. dari beberapa analisis yang muncul terkait kegemaran mahasiswa suka belanja bisa ditinjau dari beberapa aspek seperti dengan adanya pola 1) **identitas diri**, merupakan bagian pertama yang berpengaruh pada konsep kepribadian mahasiswi, hal ini merupakan tahapan usia remaja dalam perkembangan masa usia remaja akhir, dimana masa remaja ini merupakan masa pembentukan pada perilakunya, terlihat bahwa remaja ini mencari identitas diri dan berusaha mencapai pola diri yang ideal<sup>12</sup>. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara bersama informan terkait tentang pemenuhan *fashion* sebagai produk utama yang sering dibeli. Kemudian selanjutnya dalam wawancara lain bersama informan terkait ditemukan beberapa keterangan yang sama dan mengarah pada kebutuhan *fashion* atau gaya berpakaian. Selanjutnya 2) **pemuasan diri**, dengan adanya kemudahan yang diberikan dalam proses transaksinya kegiatan berbelanja online ini secara tidak langsung memunculkan sikap pembelian *impulsive buying* dimana saat membeli barang hanya berdasarkan hasrat dan tanpa adanya sebuah perencanaan sebelumnya serta mencari kesenangan. hal ini tentu dapat disebabkan oleh adanya beberapa faktor baik itu dalam bentuk promosi atau gambar dari produk yang dilihat didalam *online shop* itu sendiri. Setidaknya ada empat hal yang dilakukan seseorang ketika berbelanja *online* yaitu sikap berbelanja *online*, kemenarikan desain *website* atau sejenisnya, reputasi, dan persepsi

---

<sup>12</sup> Achmadi Herkulana Nurul Wahidah, 'Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN', *Universitas Tanjungpura Pontianak 2* (2013).

kemudahan transaksi<sup>13</sup>. hal ini ditemukan sesuai dengan pernyataan dari informan terkait SLM, SNY, EP, SM. *“Tertarik ya mungkin dari foto-foto atau videonya terus juga penilaian dari pembeli bagus-bagus kaya review bintangnya dari pembeli bagus-bagus jadi ya tertarik pengen membelinya jua kaya makin ibh pengen beli gitu”* (SLM) Selanjutnya dalam wawancara bersama informan inisial SNY disebutkan juga bagaimana proses belanja *online* merupakan sarana dalam mewujudkan kebahagiaan diri seperti yang disampaikan informan: *“Belanja ya memang ee..... memenuhi keinginan memebabagiakan diri sendiri kan itu hal yang positif kaya self reward gitu”*. (SNY). Kemudian wawancara lain bersama informan inisial EP : *“Iya lebih murah meskipun ada ongkirkan tetap lebih murah dari pada barang yang sudah tersedia atau yang jual disekitar sini dengan barang yang sama”*. (EP) Serta wawancara bersama informan SM *“Ya karena itu tadi ka, karena lebih mudah jua karena malas keluar jalan capek gitu kak karena ulun ni orangnya apa tuh namanya malas keluar gitu kak”*. (SM).

Selanjutnya 3) **mengikuti trend**, belanja *online* pada mahasiswi tentu tidak sedikit dipengaruhi campur tangan lingkungannya, mahasiswa dalam prosesnya masih diategorikan remaja akhir dimana proses pencarian sebuah identitas diri dipengaruhi oleh pergaulan usia sebayanya sebagai kelompok sosial dalam pencarian identitas diri. Sebagaimana wawancara yang dilakukan bersama informan NN, SM dan SNY, berdasarkan hasil wawancara bersama informan NN terkait dengan pemuasan diri dalam berbelanja *online* ditemukan adanya pengaruh model gaya terkini sehingga itu memberikan motivasi untuk berbelanja terlebih lagi diberikan beberapa penawaran bisa dalam bentuk *discount*, *cash back* atau sejenisnya seperti yang dikatakan NN dalam wawancaranya sebagai berikut. *“Lebih bervariasi atau beragam gitu sih kak benda-bendanya kalau di online shop itu yang di palangka kadang gitu-gitu aja modelnya”*. (NN)

Kemudian dalam wawancara lain juga seperti bersama informan SM mengatakan bahwa belanja di *online* dapat menjadi referensi baru dalam membeli sebuah produk serta dapat menjadi bagian dari mengikuti gaya terbaru dalam semua jenis barang yang diinginkan, sebagaimana pernyataan SM berikut. *“kalau belanja online itu bisa jadi referensi baru bagi daerah yang belum tau juga cepet banget update produknya apalagi zaman sekarang kak”*. (SM) Serta dalam berbelanja di *online shop* ini memberikan sebuah hal yang baru yang terkadang secara tidak langsung menjadi faktor utama berkembangnya perilaku konsumtif pada mahasiswa sebagaimana pernyataan informan SNY dalam wawancara. *“Ya karena memerlukan dan menarik aja gitu dibeli entah itu karena belum punya atau keracunan. Ya maksudnya tertarik mungkin karena orang belum punya atau orang-orang udah bilang ini bagus dari berbagai hal”*. (SNY). Kemudian selanjutnya ditemukan pula adanya keinginan akan belanja secara *online* tidak berkurang, walaupun pernah mengalami kekecewaan saat berbelanja tentu yang disebabkan berbagai macam situasi hal ini berdasarkan wawancara bersama informan NN, SM.

Perilaku belanja yang terjadi pada mahasiswi tentunya didorong oleh beberapa faktor yang ada, aspek internal, merupakan faktor yang terjadi dari dalam diri seseorang sehingga memiliki kaitan erat dengan motivasi dan harga diri, pengamatan dan proses belajar serta kepribadian dan konsep diri<sup>14</sup>. Sama halnya yang terjadi pada mahasiswi IAIN Palangka Raya ditemukan bahwa mahasiswi memiliki kecenderungan pola pikir berperilaku konsumtif *impulsif buying* dan pembelian tidak rasional. Hal ini ditunjukkan dengan adanya perilaku informan yang didorong motivasi atau keinginan dalam diri, ketika melakukan proses belanja secara *online* yang terjadi secara sadar atas dasar keinginan semata dan tanpa sebuah

<sup>13</sup> Ibnu Widiyanto dan Prasilowati Sri Lestari, ‘Perilaku Pembelian Melalui Internet’, *JMK* 17, no. 2 (2015): 112–13.

<sup>14</sup> Desty Rahmayanti, ‘Online Shop Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Pendidikan Ips Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta’ (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017).

perencanaan sebelumnya atau secara tiba-tiba sebagaimana hasil wawancara sebelumnya berangkat dari hal tersebut setelah terstimulus dengan media baik itu berbentuk gambar, video atau dari kemudahan-kemudahan yang diberikan dalam proses mendapatkannya sehingga terbesit pengambilan keputusan berbelanja online serta serta sebagai bentuk pemuasan diri atau penghargaan diri. Kemudian dalam penelusuran lain proses belajar dan pengamatan juga menjadi bagian yang berpengaruh sebab bagian ini merupakan tonggak awal perkembangan keingintahuan setiap orang dalam melakukan bahkan dalam kegiatan berbelanja *online*, hal ini ditunjukkan pada fakta bahwa mahasiswi IAIN Palangka Raya mengenal kegiatan berbelanja ini berdasarkan proses belajar secara mandiri maupun mendapat dorongan dari pergaulan disekitarnya. Dan diakhir kepribadian dan konsep diri yang menjadi faktor akhir tentang bagaimana dalam memandang dirinya sendiri secara perilaku sehingga mempengaruhi dalam melakukan proses belanja *online* ini seperti yang dijelaskan informan dalam sesi wawancara. Bagaimana dia menggambarkan dirinya pada sebuah konsep diri sehingga membutuhkan adanya kegiatan belanja online ini.

faktor selanjutnya adalah eksternal, faktor ini berasumsi bahwa keinginan untuk membeli sesuatu ini bisa muncul dikarenakan melihat iklan di televisi dengan berbagai rayuan yang diberikan, ikut-ikutan teman yang menjadi mode yang sedang berkembang dan sering sekali mementingkan gengsinya agar tidak ketinggalan zaman. Sebagaimana yang disampaikan Sumartono seseorang akan melakukan perilaku konsumtif dengan mengacu pada apa yang ditentukan kelompok referensinya<sup>15</sup>. Sebagaimana yang telah dijelaskan setidaknya ada subfaktor yang berperan dalam munculnya perilaku konsumtif mahasiswi yakni **pengaruh lingkungan**, pengaruh lingkungan sudah tak dapat lagi dipungkiri menjadi faktor luar yang sangat menentukan dalam membentuk perilaku seseorang tanpa terkecuali dalam hal belanja *online* sendiri, sebagaimana temuan yang didapatkan adanya kecenderungan bahwa perilaku konsumtif mahasiswi didasari perilaku informan yang memandang bahwa kegiatan ini merupakan adalah bagian dari sarana dalam mengekspresikan diri, kemudian adanya keinginan tampil beda dari yang lain yang kemudian diwujudkan dalam perilaku berbelanja pada barang yang belum pernah dipakai oleh orang disekitarnya, kemudian adanya rasa ingin memiliki apa yang belum dimiliki berdasarkan dorongan pergaulan-pergaulan sosialnya. Serta kuatnya perasaan ingin memiliki barang terbaru agar tidak terasa ketinggalan zaman. Faktor lainnya seperti kemajuan teknologi, kemajuan teknologi yang tak bisa ditahan juga menjadi poin penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswi hal ini ditunjukkan dengan adanya pandangan berbelanja *online* adalah hal yang umum sudah menjadi hal yang biasa dizaman sekarang untuk berbelanja *online* khususnya bagi mahasiswi-mahasiswi. selain itu dalam melaksanakan proses pembelian pun ditemukan beragam pandangan mulai dari kemudahan serta cara praktis yang diberikan, dimanjakan dengan berbagai penawaran serta pengemasan yang disajikan mengundang perhatian khususnya khalayak muda yakni para mahasiswi-mahasiswi.

Dengan adanya beberapa unsur tersebut dipengaruhi pula oleh adanya dorongan yang terjadi dari dalam diri ketika melakukan belanja *online*. Bentuk dorongan tersebut dapat berupa motivasi ataupun hasrat, ketika melihat sebuah barang yang diinginkan melalui media *online* hingga sampai terjadinya proses pembelian. Adanya stimulus *online shop* sebagai media ini menimbulkan adanya proses kognitif Mengingat mahasiswi yang menjadi

---

<sup>15</sup> Wahidah, 'Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN'.

informan merupakan sekumpulan remaja dengan rentang usia 18-22 tahun sehingga masih dalam tahap pencarian identitas diri dan aktualisasi diri<sup>16</sup>.

Proses kognitif yang terjadi melahirkan keinginan, kemudian hal ini diwujudkan dalam bentuk tindakan berupa berbelanja *online* hingga kemudian ada perasaan puas. Proses ini disebut dalam teori Freud yang menyatakan bahwa kepribadian manusia setidaknya terdiri dari 3 Sistem utama yaitu Id, Ego, Super Ego setiap tindakan yang kita ambil atau setiap masalah yang menimpa kita merupakan hasil dari ketiga sistem ini<sup>17</sup>.

Sebagaimana dijelaskan dalam teori kepribadian Freud Id, berperan sebagai proses awal terjadinya keinginan serta motivasi dalam hal mencari kesenangan yang kemudian digambarkan ketika para mahasiswi IAIN Palangka Raya melakukan proses transaksi atau berbelanja secara *online* yang awalnya hanya di landasi dengan rasa penasaran keingintahuan, kemudian hadirnya perasaan aktualisasi diri melalui media ini dan hasil bujuk media-media promosi. Hingga selanjutnya mendapat dorongan oleh adanya pengaruh-pengaruh lain seperti stimulus luar baik berupa gambar produk, video, review produk dan lain sebagainya hingga mencapai tahap sebuah rencana sebagaimana yang ditemukan dalam proses wawancara bersama informan penelitian. Media sosial sangat berperan penting dalam merubah pola atau gaya hidup khususnya di kalangan mahasiswi dengan berbagai penawaran-penawaran yang menarik, belum lagi diyakinkan oleh para selebritis ternama sehingga memancing para konsumen untuk membeli atau memilikinya dengan polesan-polesan iklan terkadang fantastis<sup>18</sup>.

Munculnya perilaku konsumtif selain dari dalam diri individu juga dipengaruhi beberapa faktor yang ini membuat mahasiswi peroleh dari proses belajar, menyimak, lingkungan sebaya, mendapatkan pengakuan dalam status sosial<sup>19</sup>, inilah menjadi faktor pendorong adanya perilaku konsumtif khususnya di kalangan mahasiswi. Kelebihan belanja *online* selain hemat waktu, tidak perlu pergi keluar rumah, bisa melihat tingkat kepuasan pembeli, terdapat penawaran-penawaran khusus yang diberikan<sup>20</sup>. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif terhadap belanja *online* sangat berpeluang besar khususnya untuk kalangan perempuan baik dari anak-anak, remaja, dewasa sampai kepada orang tua, hal ini disebabkan karena belanja *online* cukup praktis, tinggal pilih, banyak penawaran tanpa harus datang dan banyak penawaran yang didapatkan.

## PENUTUP

Perilaku konsumtif mahasiswi IAIN Palangka Raya terindikasi mengarah pada pemenuhan barang-barang *fashion* yang mana terjadi atas keinginan atau hasrat secara spontan tanpa adanya perencanaan sebelumnya serta mencari kesenangan semata. Selain itu makna perilaku konsumtif juga untuk mencari identitas diri, pemuasan diri dan mengikuti trend, dan hal ini menjadi bagian dalam terindikasinya mahasiswi menjadi berperilaku konsumtif. Faktor-faktor yang melatarbelakangi adanya perilaku konsumtif ini dibagi

---

<sup>16</sup> Eva Erlyanawati and S. Psi Aad Satria Permadi, 'Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta' (s1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016), 4, <http://eprints.ums.ac.id/48571/>.

<sup>17</sup> J. Feist Gregory Jess Feist, *Teori Kepribadian Buku 1 Edisi 7* (Jakarta: Salemba Humanika, n.d.).

<sup>18</sup> Hj Suharty Roslan Firdha Nurmalasari and Ambo Upe, 'Konstruksi Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Pelajar SMA Negeri 4 Kendari', *Jurnal Neo Societal* 4, no. 3 (16 August 2019): 841–42, doi:10.52423/jns.v4i3.7700.

<sup>19</sup> Eni Lestarina et al., 'Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja', *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (30 July 2017): 5, doi:10.29210/3003210000.

<sup>20</sup> Anisa Qodaril Thohiroh, 'Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta' (s1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), 20, doi:10/05.%20BAB%20II.pdf.



menjadi dua bagian seperti, dilihat dari aspek internal dimana adanya dorongan motivasi dari dalam diri, adanya proses belajar dan mengamati serta adanya pengaruh konsep diri. Selanjutnya dari aspek eksternal dilihat dari adanya pengaruh lingkup sosial baik teman sebaya atau lingkungan pendidikan dan adanya pengaruh perkembangan teknologi khususnya dibidang transaksi *online itu* sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansari, Amanah Dita Harahap Dedy. 'Perilaku Belanja Online Di Indonesia : Studi Kasus'. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 9, no. 2 (2018): 210.
- Erlyanawati, Eva, and S. Psi Aad Satria Permadi. 'Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta'. S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016. <http://eprints.ums.ac.id/48571/>.
- Feist, J. Feist Gregory Jess. *Teori Kepribadian Buku 1 Edisi 7*. Jakarta: Salemba Humanika, n.d.
- Firdha Nurmalasari, Hj Suharty Roslan, and Ambo Upe. 'Konstruksi Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Pelajar SMA Negeri 4 Kendari'. *Jurnal Neo Societal* 4, no. 3 (16 August 2019). doi:10.52423/jns.v4i3.7700.
- Fitria, Eva Melita. 'Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda' 3 (n.d.): 12.
- Khoirunnas, Khoirunnas. 'Pola Konsumtif Mahasiswa Di Kota Pekanbaru (Riau)'. *JOM FISIP* 4, no. 1 (2017).
- Komalasari, Tia Dwitiani. 'Belanja Online Meningkatkan 400 Persen, BPKN : Masih Banyak Dikeluhkan Konsumen - Pikiran-Rakyat.com'. Accessed 8 June 2021. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01399518/belanja-online-meningkat-400-persen-bpkn-masih-banyak-dikeluhkan-konsumen>.
- Lestari, Ibnu Widiyanto dan Prasilowati Sri. 'Perilaku Pembelian Melalui Internet'. *JMK* 17, no. 2 (2015): 112–13.
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, and Desi Herlina. 'Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja'. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (30 July 2017). doi:10.29210/3003210000.
- Nurhayati, Nurhayati. 'Belanja "Online" Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh)'. *Aceh Anthropological Jurnal* 1, no. 2 (2017).
- Qodaryl, Thahirah Anisa. 'Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta'. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- Rahmayanti, Desty. 'Online Shop Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Pendidikan Ips Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta'. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017.
- Rohman, Abdur. 'Budaya Konsumerisme Dan Teori Kebocoran Di Kalangan Mahasiswa'. *Jurnal Sosial Dan Budaya Keislaman* 24, no. 2 (2016).
- Rosyid, Arbanur. 'Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam'. *Jurnal Hukum Ekonomi* 5, no. 2 (2017).
- Sugiyono, Prof.Dr. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

- Thohiroh, Anisa Qodiril. 'Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta'. S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015. doi:10/05.%20BAB%20II.pdf.
- Trisyanti Umi Banu Prasetyo. 'Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial'. In *Prosiding SEMATEKSOS 3 "Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0*, 2018.
- Wahidah, Achmadi Herkulana Nurul. 'Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN'. *Universitas Tanjungpura Pontianak* 2 (2013).