

PROCEEDING SEMINAR NASIONAL

Digital Generation For Digital Nation

Gabriella Agus Sahanaya

**Analisis Perilaku Konsumtif
Mahasiswa Sebagai Dampak
Perkembangan E-commerce di
Indonesia**

Article Submitted : 27-05-2021

Article Accepted : 02-07-2021

Article Published : 08-08-2021

Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sebagai Dampak Perkembangan E-commerce di Indonesia

Gabriella Agus Sahanaya

¹ Prodi Teknologi Pendidikan

Universitas Negeri Makassar

Email: gabriellaguss@gmail.com



©2021 – Proceeding Teknologi Pendidikan Seminar Daring Nasional 2021 Digital Generation For Digital Nation ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi CC BY-NC-4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

ABSTRACT

This study aim is to do analyze about the student consumption behaviour especially for the students of study program Education Technology wich is caused by the E-commerce. The research methods is qualitative research methods with using questionnaire and an interview to collect the data and information from the 15 informants. The result of this research is indicate that all the informants are having e-commerce in their smartphone wich is accessed intensively, and all the informants are ever have the consumption behavior because they have bought without need. That behavior are caused because of there are so many discount, promotion and because of affected by ads during the social media.

Keywords: *Student Consumptive Behaviour; E-commerce*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa khususnya mahasiswa prodi Teknologi Pendidikan yang muncul akibat dari adanya e-commerce. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif menggunakan kuisisioner dan wawancara via whatsapp untuk mendapatkan data dan informasi dari informan sebanyak 15 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan memiliki aplikasi e-commerce yang diakses secara intensif melalui smartphone mereka dan semua informan pernah melakukan perilaku konsumtif yaitu membeli barang yang tidak dibutuhkan. Faktor penyebab munculnya perilaku tersebut antara lain karena banyaknya diskon, promo dan terpengaruh iklan di media sosial.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif Mahasiswa, E-commerce*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman memiliki pengaruh besar terhadap hidup masyarakat. Dampak perkembangan teknologi paling pesat yang dapat dirasakan dan dinikmati oleh semua kalangan masyarakat yaitu munculnya berbagai inovasi diberbagai bidang kehidupan. Inovasi diberbagai bidang kehidupan tersebut tentunya memberikan kemudahan dalam hidup manusia. Selain itu, pesatnya perkembangan teknologi dapat dirasakan dampaknya dalam bentuk perubahan

sosial berupa modernisasi. Modernisasi membuat pola hidup, pola pikir dan pola perilaku masyarakat menjadi lebih modern. Modernisasi dikalangan masyarakat dapat diartikan sebagai usaha dan perilaku yang dilakukan untuk menjadi lebih baik, berkembang dan maju sesuai dengan tuntutan zaman atau dengan kata lain mengalami proses transformasi dari zaman yang konvensional menjadi zaman digital. Jika pada zaman konvensional kita harus mengerjakan atau harus memiliki usaha untuk mendapatkan sesuatu maka dengan adanya perkembangan

teknologi menyebabkan semua hal menjadi lebih mudah hanya dengan menggunakan alat bantu misalnya *handphone* dan memanfaatkan internet dalam penggunaannya. Bagi dunia pendidikan sendiri manfaat teknologi informasi dan komunikasi sangat sangat berperan penting dalam kemajuan pendidikan di Indonesia. Utamanya paling dirasakan pada saat munculnya pandemi virus corona yang masuk ke Indonesia pada tahun 2020 yang lalu. Pandemi menyebabkan segala aktivitas disegala bidang harus dilakukan dari rumah secara *daring* begitu pula dengan kegiatan belajar mengajar. Kemendikbud melalui surat edaran Mendikbud no. 4 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pendidikan dalam Masa *Darurat Corona Virus Disease (Covid-19)* menetapkan bahwa pembelajaran dilakukan dari rumah melalui *daring*/jarak jauh sebagai upaya mencegah dan memutus rantai penyebaran virus tersebut. Pembelajaran secara *daring/online* atau yang sering kita sebut dengan *e-learning* merupakan kegiatan pembelajaran jarak jauh yang memanfaatkan teknologi dalam pelaksanaannya, sehingga pembelajaran ini dapat tetap terjadi kapan dan dimana saja (Anisa Nurahmatullah, 2021:92 dalam Ainun, N. N. 2021).

Selain dalam dunia pendidikan, peranan teknologi juga berperan besar dalam memajukan roda perekonomian yang lumpuh akibat adanya pandemi. Kondisi perekonomian di Indonesia akibat terdampak pandemi *Covid-19* menjadi melemah dikarenakan menurunnya kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKMK) yang merupakan salah satu penopang perekonomian. Banyak UKMK yang mengalami penurunan pendapatan yang berimbas pada banyaknya pemecatan karyawan hingga imbas terburuknya yaitu bangkrut. Untuk itu, para pelaku UKMK dituntut untuk mampu bertahan dan tetap bersaing walaupun dengan kendala yang ada. Salah satu usaha yang dilakukan untuk tetap bertahan dengan benturan kondisi tersebut yaitu dengan melakukan terobosan baru dalam menawarkan dan menjual produk secara *online* melalui sosial media maupun platform *e-commerce*. Selain itu, pemerintah melalui Deputi Bidang Ekonomi Digital dan Produk Kreatif (Baparekraf) mengadakan Baparekraf Digital Entrepreneurship (BDE 2.0) pada juli hingga September 2020 lalu sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi para pelaku UKMK di sektor ekonomi kreatif serta menciptakan ekosistem yang berkualitas bagi

para pelaku UKMK khususnya subsektor Fashion, kuliner dan kriya (Medcom.id, 30/06/2020).

Secara umum *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik (Muhammad Fadlan Nafi, 2017:11). *E-commerce* di Indonesia sekarang ini sudah sangat digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Keberadaannya juga memiliki pengaruh positif yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan telah menjadi solusi bagi pelaku UKMK untuk bangkit dan bersaing ditengah tantangan menghadapi pandemi *covid-19*. *E-commerce* dapat berupa aplikasi belanja *online*, *online shop*, aplikasi *ojek online*, dan kredit barang *online*. *E-commerce* selain memberikan manfaat pada produsen juga memberikan keuntungan untuk konsumen, konsumen akan mendapatkan harga produk yang paling murah karena mereka mendapatkan banyak informasi tentang harga suatu produk, selain itu fasilitas *E-commerce* juga memberikan fasilitas pada konsumen berupa kemudahan untuk bertransaksi secara langsung tanpa perantara (Mufarida, 2011). Jika dahulu masyarakat ingin menggunakan atau membeli sesuatu produk maupun jasa mereka harus memiliki usaha dengan datang langsung ke pusat perbelanjaan atau toko yang menawarkan produk yang diinginkan, namun kini dengan hanya menggunakan *smartphone* aktivitas tersebut dapat dilakukan. Perusahaan-perusahaan *e-commerce* pun berlomba-lomba untuk memberikan performa terbaiknya dalam menarik minat pengguna aplikasi platform *e-commerce* dengan menambahkan berbagai fitur menarik, diskon besar-besaran, promosi menarik, serta pelayanan yang optimal.

Era digital ini juga berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat Indonesia yang membawanya pada pergeseran budaya dan gaya hidup. Sebab arus informasi dan komunikasi yang tidak terbatas sehingga jika tidak mampu menyaring informasi dan komunikasi yang ada maka akan membawa dampak negatif bagi penggunanya. Tidak menutup kemungkinan bahwa tidak semua pengguna internet mampu untuk bijak dalam menggunakannya. Hal tersebut dikarenakan belum semua masyarakat siap dan belum semua masyarakat di Indonesia memiliki kemampuan literasi digital yang baik.

Faktor tersebut dikarenakan masih kurangnya kesadaran akan pentingnya literasi dan dikarenakan juga banyak pengguna internet yang belum cukup usia menggunakan teknologi dan internet tanpa pendampingan orang dewasa. Menurut hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Bersama dengan PusKaKom UI terhadap 2000 pengguna internet di 42 kota baik urban maupun rural di Indonesia berdasarkan usia pengguna, mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 18-25 tahun yaitu hampir setengah dari keseluruhan pengguna di Indonesia (49%) (Sofia Miranda 2017:1 dalam Lailatul Rachmawati, A., 2019).

Selain itu, dampak pada pola pikir yang modern membuat budaya dan gaya hidup generasi milenial saat ini mengikuti arus modernisasi dimana segala sesuatu dapat dibuat menjadi instan dan sesuatu yang sedang trend menjadi acuan dalam berperilaku. Salah satu contoh yaitu tren berbelanja *online* di platform *e-commerce* yang sedang populer dan sangat digemari oleh masyarakat tidak terkecuali para mahasiswa. Trend berbelanja *online* ini paling sering dilakukan oleh generasi muda atau masyarakat yang milenial khususnya mahasiswa. Hal tersebut pulalah yang menjadi salah satu faktor meningkatnya penggunaan platform *e-commerce* di Indonesia. Selain karena praktis dan instan, perusahaan-perusahaan *e-commerce* juga menawarkan banyak keuntungan yang menggiurkan untuk pembeli, misalnya saja dengan menawarkan berbagai promo atau diskon yang ditawarkan melalui iklan-iklan yang menarik lalu disebar di berbagai sosial media seperti *Facebook*, *Tiktok*, *Instagram*, *Youtube*, iklan televisi dan sebagainya, serta kebanyakan harga yang ditawarkan memang lebih murah daripada berbelanja di toko *offline*. Keuntungan-keuntungan tersebut mendorong meningkatnya jumlah peminat belanja *online*. Namun, meningkatnya penggunaan platform *e-commerce* dapat memunculkan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Perilaku konsumtif dikarenakan kebanyakan pengguna tidak lagi membeli sesuatu karna kebutuhan melainkan karena keinginan semata, tergiur iklan atau bahkan hanya untuk mengikuti tren yang ada.

Perilaku konsumtif muncul setelah masuk dan populernya sistem perdagangan online di Indonesia. Awalnya *e-commerce* merupakan usaha perusahaan perdagangan untuk melakukan inovasi dalam menjual produk namun

ternyata terobosan tersebut mampu meningkatkan hasil penjualan dan membuat *e-commerce* menguasai pasar. Hal ini juga didukung oleh karena tingkat penggunaan sosial media yang sangat tinggi sehingga mempermudah penyampaian informasi tentang suatu produk serta kurangnya literasi keuangan mahasiswa yang menyebabkan banyak mahasiswa atau entitas generasi muda yang kurang mampu mengatur keuangannya sehingga sangat mudah untuk terpengaruh dan menjadi konsumtif. Dalam jurnal Auskarni (2021:3) Perilaku konsumtif menurut Setiaji (1995) adalah perilaku kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Dari pendapat tersebut maka perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku mengkonsumsi barang atau jasa menurut keinginan semata padahal barang tersebut kurang atau tidak diperlukan sama sekali. Konsumsi yang dimaksud bukan hanya dalam bentuk makanan tetapi juga dapat berupa kebutuhan rumah tangga maupun kebutuhan pribadi lainnya, misalnya alat elektronik, *fashion*, *make up*, produk *skin care*, *body care*, hingga konsumsi akan jasa misalnya *ojek online*, dan *delivery*. Kemudahan transaksi *online* yang ditawarkan menyebabkan penggunaannya menjadi ketagihan dan terus melakukan belanja online untuk memenuhi keinginannya dan memenuhi gengsi.

Konsumerisme yang berlebihan dapat berpengaruh buruk untuk kehidupan seseorang karena akan menimbulkan perilaku hedonis dan hidupnya hanya berfokus pada pemenuhan konsumsi yang berlebihan (Marina Dominika, 2020). Khususnya dikalangan mahasiswa Prodi Teknologi Pendidikan sebagai generasi milenial yang tidak luput dari pengaruh budaya berbelanja *online* yang sedang populer sekarang ini. Kuliah daring menyebabkan intensitas menggunakan *smartphone* dan sosial media meningkat sehingga menunjang kemungkinan untuk tergiur untuk berbelanja *online* juga meningkat. Dari survey *online* awal yang dilakukan pada penelitian ini, maka ditemukan data bahwa semua informan pernah menggunakan *e-commerce* dan berperilaku konsumtif. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian ini untuk menganalisa bagaimana terjadinya perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa Prodi Teknologi Pendidikan sebagai dampak dari berkembangnya *e-commerce* di Indonesia.

METODE

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan Teknik analisis deskriptif untuk mendeskripsikan perilaku konsumtif mahasiswa sebagai dampak dari perkembangan *e-commerce* di Indonesia. Menurut Ade Heryana dalam jurnalnya bahwa pada dasarnya dalam penelitian kualitatif tidak mengenal istilah pengambilan sampel dan populasi karena penelitian ini tidak bertujuan untuk melakukan generalisasi terhadap populasi. Hasil dari penelitian kualitatif adalah mendapatkan informasi yang mendalam dari masalah penelitian yang dipilih. Pada penelitian kualitatif lebih dikenal istilah “informan”, bukan populasi dan sampel (Ade Heryana, 2018). Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 15 orang informan yaitu mahasiswa prodi Teknologi Pendidikan yang memenuhi syarat kesesuaian (*Appropriateness*). Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisisioner *online* dan wawancara via *whatsapp* untuk memperoleh data yang diinginkan. Peneliti membagikan kuisisioner yang dilanjutkan dengan wawancara melalui via *whatsapp*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tahun 2006 adalah awal masuk dan berkembangnya internet di Indonesia. Berkembangnya teknologi dan informasi membawa banyak dampak bagi masyarakat Indonesia, yaitu dampak positif dan dampak negative. Dampak positifnya adalah kemajuan disegala bidang kehidupan yang ada. Pendidikan, Kesehatan, hiburan, teknologi, dan tentunya perekonomian. Ekonomi masyarakat juga meningkat akibat adanya kemajuan tersebut.

Dengan tersedianya alat dan pengetahuan yang baik akan pemanfaatan teknologi tentunya akan menguntungkan bagi pelaku-pelaku ekonomi. Bisnis *e-commerce* misalnya, merupakan satu contoh pemanfaatan teknologi di bidang informasi dan komunikasi yang membawa perubahan besar bagi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini dikarenakan *e-commerce* mampu masuk, bertahan dan menguasai pasar di Indonesia walaupun harus berbenturan dengan keadaan. *E-commerce* memiliki peranan yang sangat besar bagi kebangkitan bisnis-bisnis *online shop* baik dari yang kecil, menengah hingga yang besar sekalipun pada saat mengalami keterpurukan akibat pandemi *covid-19* sejak tahun 2020 lalu. UKMK pun dapat bangkit Kembali dari keterpurukan dan memperoleh kesempatannya. Namun, dampak positif tersebut juga ternyata beriringan dengan dampak negatifnya. Berbelanja *online* yang awalnya sebagai inovasi yang baik dalam menjual produk kini menjadi populer dan menjadi tren dikalangan generasi muda. Akibatnya membuat generasi muda rentan mengalami atau melakukan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang kurang baik jika terus menerus dilakukan. Perilaku konsumtif dapat menyebabkan kerugian pada diri pelaku sendiri, kerugian ekonomi keluarga, gengsi meningkat dan cenderung pada pemborosan dalam tindakan mengkonsumsi.

Untuk mengetahui bagaimana sifat konsumtif mahasiswa khususnya mahasiswa prodi Teknologi Pendidikan, maka peneliti telah memperoleh data dari sebanyak 15 orang informan pada penelitian ini dimana informan adalah mahasiswa dari berbeda tingkatan kelas dan ditemukan hasil sebagai berikut :

Tabel 1.1 Pertanyaan 1 : Apa alasan menggunakan/memasang aplikasi e-commerce pada smartphone?

Alasan	Jumlah orang
Butuh	15
Tidak tahu	-

Tabel 1.2 Pertanyaan 2 : Bagaimana seringnya anda mengakses aplikasi e-commerce pada smartphone anda setiap harinya ?

Respon	Jumlah orang
0	-

1-2 kali	9
3-4 kali	3
>5 Kali	2
lainnya	-

Tabel 1.3 Pertanyaan 3 : Ketika mengakses e-commerce, anda dapat menggunakannya dalam waktu berapa lama?

Respon	Jumlah orang
0-1 jam	3
2-3 jam	8
3-4 jam	2
>5 jam	2
Lainnya	-

Tabel 1.4 Pertanyaan 4 : Dalam satu bulan terakhir berapa kali anda belanja online?

Respon	Jumlah orang
1 kali	5
2 kali	7
3 kali	2
>3x	1
Lainnya	-

Tabel 1.5 Pertanyaan 5 : Nominal terbesar belanja online sebulan terakhir?

Respon	Jumlah orang
<100 ribu	2
100-200 ribu	3
210- 300 ribu	5
310-500 ribu	2
> 500 ribu	3

Tabel 1.1 Pertanyaan 6 : mengapa berbelanja online (sebulan terakhir)?

Respon	Jumlah orang
Butuh	2
Pengaruh iklan	3
Lagi trend	3
Diskon / promo	7
Lainnya	-

Pembahasan

Tabel diatas merupakan gambaran garis besar hasil survey pada informan sebanyak 15 orang. Dari tabel tersebut dapat kita simpulkan bahwa semua informan pernah melakukan belanja online dengan intensitas mengakses aplikasi belanja *online* cukup tinggi yaitu pada pilihan 1-2 hari sekali dengan respon terbanyak sebanyak 9 orang dengan estimasi 2-3 jam setiap kali mengakses *e-commerce*. Dalam sebulan terakhir semua informan telah atau pernah melakukan belanja *online* dengan jumlah yang cukup tinggi juga yaitu sebanyak 5 orang berbelanja 1 kali, 7

orang melakukan belanja *online* 2 kali dalam sebulan, 2 orang berbelanja sebanyak 3 kali dan ada yg diatas 3 kali dalam sebulan. Adapun nominal pembelajaran tertinggi juga menunjukkan perilaku konsumtif dimana nominal pengeluaran yang dikeluarkan oleh informan rata-rata atau paling banyak infroman yaitu diatas 200–300 ribu dan ada yang mencapai nominal paling tinggi yaitu >500 ribu dimana terdapat 3 orang informan yang melakukannya. Adapun penyebab yang mendorong keinginan berbelanja online sebulan terakhir informan yang dapat dikatakan cukup tinggi yaitu paling banyak karena faktor diskon atau promo kemudian

karena faktor terpengaruh iklan dan karena sedang trend dan hanya 2 orang responden yang membeli karena kebutuhan. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa terhadap pembelian barang secara *online* melalui *e-commerce* terjadi akibat banyaknya penawaran yang dirasa menguntungkan yang ditawarkan oleh perusahaan *e-commerce* dan lama-kelamaan menyebabkan ketagihan sehingga menimbulkan perilaku yang konsumtif. Untuk itu, perlunya kesadaran untuk pemanfaatan teknologi kearah yang lebih positif, bermanfaat dan tidak berlebihan serta literasi keuangan yang baik agar sebagai mahasiswa bisa mencegah perilaku konsumtif karena dapat berdampak negatif dan kerugian pada diri sendiri jika terus menerus dilakukan.

SIMPULAN DAN SARAN

Teknologi informasi dan komunikasi memang memberikan berbagai kemudahan untuk manusia. Namun bila tidak disertai dengan pengetahuan, literasi, dan kemauan untuk lebih bijak dalam menggunakannya, maka teknologi yang canggih itu juga dapat menyebabkan manusia mengalami dampak negatifnya. Dampak negatif teknologi informasi dan komunikasi biasanya berdampak pada moral dan mental penggunanya. Untuk itu diperlukan untuk terus menambah pengetahuan dan melatih diri untuk siap menghadapi era digital seperti sekarang ini. Agar kiranya kemajuan teknologi yang positif ini dapat kita manfaatkan sebaik-baiknya untuk mempermudah hidup tanpa harus merusak aspek lain dalam diri kita.

Penulis berharap kritik dan masukan atas penulisan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR RUJUKAN

Ainun, N. N. (2021). *Journal of Educational Technology, Curriculum, Learning, and Communication*. 1(April).

AUSKARNI. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1–7.

Heryana, Ade S.St, M. K. (2018). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. *Prodi Kesehatan Masyarakat - Universitas Esa Unggul*.

Ii, B. A. B., & Teori, A. L. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi..., Muhammad Fadlan Nafi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2017. 23, 2006–2008*.

K. Yudha Wirakusuma. 30 Juni 2020. Perkembangan Teknologi Membuat Pergeseran Gaya Hidup. Medcom.id : <https://m.medcom.id/amp/akW5YDLN-perkembangan-teknologi-membuat-pergeseran-gaya-hidup>

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2020). Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 35952/MPK.A/HK/2020. *Mendikbud RI*, 1–2. <https://www.kemdikbud.go.id>

Lailatul Rachmawati, A. (2019). Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pda Mahasiswa Di Prodi Manajemen Universitas Tidar). *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen*, 1(1). https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif

Marina, D. (2020). konsumerisme di Era digital. *TarFormedia*, 99.

Pariwang, S. (2017). Modernitas Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unismuh Makassar. *Doctoral Dissertation*, 53(9), 1689–1699.

Sazali, H., & Rozi, F. (2020). Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital pada Masyarakat Milenial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 85–95. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.3556>