

## Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pda Mahasiswa Di Prodi Manajemen Universitas Tidar)

Aulia Lailatul Rachmawati✉

<sup>a</sup>Universitas Tidar

✉ auliarahmawati23zm@gmail.com

**ABSTRAK.** Perkembangan Teknologi dan kemudahan informasi saat ini sangat mempengaruhi dalam segala aspek kehidupan sebagai contoh penggunaan sosial media tidak hanya dijadikan sebagai sarana untuk memperoleh informasi dan sebagai sarana unjuk diri tetapi sosial media banyak dijadikan sebagai sarana untuk berbisnis yang biasa kita sebut dengan *online shop*. dengan teknologi yang semakin berkembang maka sekarang ini banyak situs situs jual beli *online* dimana dalam didalamnya mengumpulkan banyak *online shop* menjadi satu situs yang memepromudah pembeli untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan berbagai promo yang menarik para mahasiswa untuk berbelanja disitus tersebut. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh perkembangan *E-Commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen di Universitas Tidar. Metode yang digunakan pada study ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan sampel sebanyak 50 mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Tidar Magelang dengan membagikan kuisioner. Hasil menunjukan bahwa dari 50 sampel yang diambil terlihat bahwa pengaruh terbesar perilaku konsumtif mahasiswa terhadap *E-commerce* disebabkan oleh faktor promo atau diskon yang diberikan oleh situs-situs *E-commerce* pada awal bulan.

Kata kunci: Bisnis Online, Perilaku Konsumtif

**ABSTRACT.** *The development of technology and the ease of information at this time is very influential in all aspects of life, for example the use of social media is not only used as a means of obtaining information and as a means of self-performance but social media is widely used as a means of doing business which we usually call an online shop. with increasingly evolving technology, there are now many online buying and selling sites which collect many online shops into one site that makes it easy for shoppers to get the items they want with various promos promising to attract students to shop there. In this study The researcher wants to know how the influence of the development of E-Commerce on the consumptive behavior of management students at Tidar State University. The method used in this study is descriptive qualitative method with a sample of 50 students majoring in Management of the State University of Magelang by distributing questionnaires. The results show that of the 50 samples taken it appears that the biggest effect of student consumptive behavior on E-commerce is caused by the promo or discount factor given by E-commerce sites at the beginning of the month.*

Keyword: *E-commerce, Consumptive Behavior*

## PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini, ternyata tidak hanya saja perkembangan teknologi menjadi canggih akan tetapi juga gaya hidup manusia sekarang ini menjadi modern dan serba mudah. Mereka dapat menggunakan teknologi komunikasi dan informasi terkini untuk berkomunikasi satu sama lain. Perkembangan internet di Indonesia melesat begitu cepat sejak tahun 2006 Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (AJII), akhir tahun 2006 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai angka 20 juta orang. (AJII dalam Arung Ramadhan *et al.* 2018).

Penggunaan media internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam bidang ekonomi dan dalam memenuhi kebutuhan manusia. Penggunaanya juga semakin meningkat tidak hanya dari kalangan remaja seperti pelajar sekolah dan mahasiswa, bahkan anak-anak, orang dewasa sampai kaum lanjut usia pun mulai menjadi pengguna aktif internet. Hasil riset yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bekerja sama dengan Pusat Kajian Komunikasi (PusKaKom) Universitas Indonesia 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 total jumlah pengguna di Indonesia (49%) (Dalam Sofia Miranda 2017:1) Akibatnya, segala informasi yang bersifat positif maupun negatif dapat dengan mudah diakses seluruh masyarakat. Dan diakui atau tidak, perlahan-lahan mulai mengubah pola gaya hidup dan pola pemikiran masyarakat. Salah satunya dengan banyaknya anak – anak muda khususnya mahasiswa yang mencoba berwirausaha dengan berbisnis online untuk menambah uang saku mereka, Saat ini *online shop* tengah digandrungi masyarakat. *Online shop* atau belanja *online* lewat internet merupakan suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet. *Online shop* bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat (Sari, et al, dalam Sofia Miranda 2017). Pada awal perkembangannya, *online shop* digunakan oleh perusahaan perdagangan yang memutuskan mencoba strategi baru pemasaran di dunia maya. Tetapi pada kenyataannya jumlah *online shop* yang dikelola oleh perseorangan jauh lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan perdagangan tersebut. Pada tahun 1994 *online shop* sudah diperkenalkan kepada khalayak, awal mula sistem penjualan *online* dikenal dengan istilah *e-commerce* kepanjangan dari *electronic commerce* (Sofia Miranda, 2017: 1). Hanya perlu terhubung dengan internet untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi seperti sekarang ini *gadget* atau *smartphone* pun sudah bisa digunakan untuk mengakses internet dimana saja dan kapan saja.

Dengan manfaat kemudahan yang didapat dari berbelanja *online* tersebut maka timbul lah perilaku konsumtif dimana membeli sesuatu secara berlebihan tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu. Sifat konsumtif bukan lagi membeli barang untuk kebutuhan namun untuk menaikan prestige dan gengsi terhadap lingkungan disekitarnya serta karena tergiur dengan harga yang murah .

Maka dari fenomena yang terjadi diatas penulis memiliki keinginan untuk meneliti seberapa berpengaruhnya *E-commerce* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa jurusan manajemen Universitas Tidar.

## **METODE**

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif. *Penelitian kualitatif* adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Terdapat perbedaan mendasar antara peran landasan teori dalam penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Dengan penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan sedangkan dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas, dan berakhir dengan suatu “teori” (Krisyantono, 2006 dalam [https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian\\_kualitatif](https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif)). Dengan mengambil sampel 50 mahasiswa jurusan manajemen secara random melalui kuisioner dan penulis mengamati serta menjabarkan hasil pengamatannya dalam hasil dan pembahasan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di zaman yang semakin global serta perkembangan teknologi yang semakin maju arus informasi setiap harinya tidak dapat dibendung lagi keterbukaan dan kecepatan informasi membuat kita dapat mengetahui berbagai banyak hal dalam waktu singkat dan dapat dikatakan tidak ada batasan dengan dunia luar.

Internet mulai masuk dan berkembang di Indonesia melesat begitu cepat sejak tahun 2006. Penggunaan media internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam bidang ekonomi dan dalam memenuhi kebutuhan manusia. Penggunaanya juga semakin meningkat tidak hanya dari kalangan remaja seperti pelajar sekolah dan mahasiswa, bahkan anak-anak, orang dewasa sampai kaum lanjut usia pun mulai menjadi pengguna aktif internet. Akibatnya, segala informasi yang bersifat positif maupun negatif dapat dengan mudah diakses seluruh masyarakat. Dan diakui atau tidak, perlahan-lahan mulai mengubah pola gaya hidup dan pola pemikiran masyarakat. Salah satu dampak positif dengan adanya perkembangan internet ialah Bisnis online, sudah tidak asing dengan di telinga kita bahwa baru – baru ini bisnis itu lah yang digemari beberapa kalangan termasuk mahasiswa. Bisnis yang menggunakan perkembangan IPTEK sebagai ajang untuk membuka peluang bisnis, media yang digunakan yaitu media sosial seperti instagram dan facebook yang mana kedua media sosial tersebut sangat digemari oleh masyarakat. *Online shop* ini telah menjamur searah dengan semakin berkembangnya bisnis dan semakin meningkatnya kebutuhan di masyarakat. Pelaku bisnis online itu sendiri lebih didominasi oleh anak – anak muda atau mahasiswa dengan alasan menambah uang saku dan ingin belajar berwirausaha selain itu bisa dilihat juga dari sasaran bisnis online sekarang ini banyak ditujukan untuk kaum muda mudi yang selalu ingin tampil update dari segi apapun sehingga hal itulah yang membuat menjamurnya bisnis online yang saat ini terjadi. Dampaknya beberapa mahasiswa mengatakan bahwa mereka membeli produk di online shop hanya karena mereka tergoda adanya diskon yang diberika oleh pihak penjual , dan hanya sedikit yang mengatakan mereka belanja online karena barang tersebut tersebut benar – benar mereka butuhkan jadi dapat

disimpulkan bahwa keberadaan banyaknya bisnis online mempengaruhi gaya hidup mahasiswa tersebut menjadi bergaya hidup konsumtif yang tinggi. Tingkat konsumtif yang tinggi dapat dilihat dari beberapa segi faktor seperti faktor internal dan faktor eksternal. Perilaku konsumtif dari segi faktor internal berasal dari sisi psikologis dan sisi pribadi setiap individu serta dari faktor eksternal berasal dari kebudayaan, kelas sosial dan keluarga.

Dengan hasil yang diperoleh dari 50 sampel. Menghasilkan hasil sebagai berikut :

Pengaruh E- Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Manajemen :

Pertanyaan 1 : Pada minggu berapa kalian membeli barang di online shop ?

Minggu ke-1	Minggu ke-2	Minggu ke-3	Minggu ke-4	Random
20	13	8	6	3

Pertanyaan 2 : Nominal terbesar saat berbelanja online dalam satu bulan ?

<Rp 250.000	= Rp 250.000	> Rp 250.000
32	6	12

Pertanyaan ke 3 : faktor apa yang membuat kalian ingin berbelanja online?

Kebutuhan	Pengaruh Teman	Diskon	Reseller	Lifestyle	Factor Lain
9	5	15	4	8	9

Dari tabel diatas dapat dilihat, data yang diambil menunjukkan bahwa hampir seluruh sampel pernah berbelanja *online* dalam tingkat konsumtifitas yang cukup tinggi pada awal hingga pertengahan bulan dengan menunjukkan sebanyak 33 responden berbelanja *online* pada awal hingga pertengahan bulan disetiap bulan nya dengan nominal harga yang bervariasi dari kurang dari 250 ribu hingga lebih dari 250 ribu namun lebih didominasi nominal dibawah 250 ribu dan ada 15 responden yang membeli barang karena diskon karena saat awal bulan situs-situs jual beli *online* banyak menawarkan diskon-diskon yang merupakan factor utama timbulnya keinginan untuk membeli barang tanpa melakukan pertimbangan karena tergiur harga yang murah. Sangat jauh dengan perbandingan responden yang membeli barang karena merasa membutuhkan barang tersebut terlihat hanya 9 responden yang benar-benar berbelanja *online* karena kebutuhan dan 5 responden karena pengaruh teman 4 responden karena reseller dan 8 responden karena lifestyle dan 9 responden karena beberapa factor.

## KESIMPULAN

Banyaknya bisnis *online* mempengaruhi gaya hidup konsumtif para mahasiswa yang masih memiliki hasrat atau keinginan yang berlebih mereka membeli barang secara online tidak diporsikan untuk kebutuhan tetapi mereka membeli barang di *online shop* tersebut hanya karena diskon yang tertera pada barang yang tersedia di situs – situs E-Commerce yang di berikan oleh penjual.

## DAFTAR PUSTAKA

Chita, Regina C. M., David, Lydia, & Pali, Cicilia. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*, 3(1).

Patricia, Nesa Lydia Sri Handayani. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". *Jurnal Psikologi*, 12(1), 10–17.

PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *ONLINE SHOPPING FASHION* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU Oleh : Sofia Miranda Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru Telp/fax. 0761-63272

eJournal Ilmu Komunikasi, 2017, 6 (1): 379-390  
ISSN 2502-5961 (Cetak), 2502-597x (Onilne), [ejournal.ilkom.fisip-unmul.org](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.org)  
© Copyright 2017

MOTIF FOTO SELFIE DI INSTAGRAM PADA SISWA SMA NEGERI 1 KOTA SAMARINDA Arung Ramadhan<sup>1</sup> Massad Hatuwe<sup>2</sup>Nurliah

[https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian\\_kualitatif](https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif)

---