
Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Bumigora)

¹Rahman Prasetyo, ²Rina Komala, ³Widia Febriana
rahman.prasetyo@universitasbumigora.ac.id, rina.komala@universitasbumigora.ac.id,
widia@universitasbumigora.ac.id

¹²³Universitas Bumigora

Article Info

ABSTRACT

Article history:

Received
25.07.2023
Revised
26.07.2023
Accepted
28.07.2023

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 Digital Business of the Bumigora University by distributing questionnaires. The results show that of the 26 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.

Keywords:

E-commerce
Consumptive Behavior
Digital Bussines



Corresponding Author:

Lalu Yayan Ardiansyah
Faculty of Economics and Business, Digital Business, Universitas
Bumigora
Jalan Ismail Marzuki No. 22, Mataram, NTB, Indonesia

1. INTRODUCTION

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 anakanak, 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 menaikkan 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 Bisnis Digital Universitas Bumigora.

2. METHOD

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).

Dengan mengambil sampel 26 mahasiswa jurusan Bisnis Digital secara random melalui kuisioner dan penulis mengamati serta menjabarkan hasil pengamatannya dalam hasil dan pembahasan.

3. RESULTS AND DISCUSSION

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 butukan 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 26 sampel. Menghasilkan hasil sebagai berikut :

Pengaruh E- Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Bisnis Digital :

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

Minggu ke-1	Minggu ke-2	Minggu ke-3	Minggu ke-4	Random
9	7	5	3	2

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

<Rp 250.000	= Rp 250.000	> Rp 250.000
15	10	6

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

Kebutuhan	Pengaruh Teman	Diskon	Reseller	Lifestyle	Faktor Lain
5	5	10	3	2	1

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 15 responden berbelanja online pada awal hingga pertengahan bulan disetiap bulannya dengan nominal harga yang bervariasi dari kurang dari 250 ribu hingga lebih dari 250 ribu namun lebih didominasi nominal dibawah 250 ribu dan ada 5 responden yang membeli barang karena diskon karena saat awal bulan situs-situs jual beli online banyak menawarkan diskon-diskon yang merupakan faktor 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 5 responden yang benar-benar berbelanja online karena kebutuhan dan 5 responden karena pengaruh teman 3 responden karena reseller dan 2 responden karena lifestyle dan 2 responden karena beberapa factor.

4. CONCLUSION

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.

5. SUGGESTION

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan kepada pemerintah yang terkait untuk memberikan pelatihan mengenai literasi keuangan digital para pelaku UMKM, kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel untuk meningkatkan penggunaan produk digital seperti kepercayaan, etika digital, keterampilan digital sehingga dapat membantu UMKM menjadi lebih inovatif dan kreatif.

6. REFERENCES

- 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.
- Sofia Miranda, 2017. *Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*. eJournal Ilmu Komunikasi, 6 (1): 379-390ISSN 2502-5961.
- Arung Ramadhan, Massad Hatuwe Nurliah. 2017. *"Motif Foto Selfie Di Instagram Pada Siswa Sma Negeri 1 Kota Samarinda"*. ejournal.ilkom.fisip-unmul.org.

https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif