

**DAMPAK PEMBELIAN *ONLINE SHOP* DI *SHOPEE* DALAM
PERUBAHAN GAYA HIDUP KONSUMTIF PEREMPUAN
SHOPAHOLIC DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA SUMENEP**

ARTIKEL



Oleh :
Nur Faiza
NPM : 715.2.1.1726

Program Studi Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
WIRARAJA 2019**

**DAMPAK PEMBELIAN *ONLINE SHOP* DI *SHOPEE* DALAM
PERUBAHAN GAYA HIDUP KONSUMTIF PEREMPUAN *SHOPAHOLIC*
DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIRARAJA
SUMENEP**

Artikel Penelitian
Program Studi : Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA**

2019

Telah Disetujui

Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 2 - 8 - 2019

Rusnani, SE., MM.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wiraraja, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Faiza
NPM : 715.2.1.1726
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hak **Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Dampak Pembelian *Online Shop* di *Shopee* dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan *Shopaholic* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sumenep, 02 agustus 2019



Yang menyatakan

(Nur Faiza)

DAMPAK PEMBELIAN ONLINE SHOP DI SHOPEE DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP KONSUMTIF PEREMPUAN SHOPAHOLIC DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIRARAJA SUMENEP

NUR FAIZA

RUSNANI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

nurfaizah063@gmail.com

rusnani08@gmail.com

Abstrak

Dampak pembelian online shop di shopee dalam perubahan gaya hidup konsumtif perempuan shopaholic merupakan dimana mahasiswa yang berlebihan belanja online di shopee memberikan dampak positif dan negatif kepada mahasiswa. Mahasiswa berlebihan belanja online di shopee sudah menjadi kebiasaan dan menjadi ketergantungan. Mahasiswa tertarik mengkonsumsi produk fashion karena sudah mengikuti trend dan gaya hidup modern saat ini sesuai dengan mengikuti perkembangan jaman.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui apa yang menjadi faktor keputusan pembelian online shop di shopee pada mahasiswa, apa saja dampak yang ada dalam keputusan pembelian online shop di shopee pada mahasiswa, dan mengapa mahasiswa menjadi konsumtif dengan adanya online shop. metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu peneliti menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat berdasarkan fakta dilapangan dengan menggunakan informan sebagai sumber data.

Hasil dari penelitian ini bahwa dapat disimpulkan, mahasiswa yang berlebihan dalam belanja online di shopee dengan adanya produk yang menarik, promo dan harga terjangkau murah, mahasiswa berbelanja online di shopee menjadi lebih praktis. Mahasiswa berlebihan belanja online di shopee akan mengakibatkan mahasiswa menjadi ketergantungan dan mengakibatkan keborosan. Adanya perubahan gaya hidup konsumtif, mahasiswa lebih menjaga penampilannya yang lebih ke masa ke kinian dalam berpakaian dan supaya terlihat trend atau tidak ketinggalan zaman didepan orang lain.

Kata Kunci : *Dampak Online Shop di Shopee, Gaya Hidup Konsumtif, Perempuan Shopaholic*

***The Impact Of Buying An Online Shop In Shopee In Changing The
Consumptive Lifestyle Of Shopaholic Women In The Faculty Of Economics
And Business At The Wiraraja Sumenep University***

Abstract

The impact of purchasing on online shop in shopee in changing shopaholic women's consumptive lifestyles is where students who overdo online shopping at shopee have positive and negative impacts on students. Students over spending online at shopee have become habitual and become dependent. Students are interested in consuming fashion products because they have followed the current trends and modern lifestyles in accordance with the times.

This study aims to find out what are the factors of online shop purchasing decisions in shopee for students, what are the impacts of online shop purchasing decisions on shopee on students, and why students become consumptive with the online shop. This research method uses qualitative methods, namely researchers describe systematically, factually and accurately based on facts in the field by using informants as data sources.

The results of this study that it can be concluded, students who are excessive in shopping online at shopee with attractive products, cheap promo and affordable prices, students shop online at shopee become more practical. Students over spending online at shopee will cause students to become dependent and lead to waste. The existence of changes in the consumptive lifestyle, students are more concerned with the more up to date appearance in the dress and to that it looks trendy or not outdated in front of others.

Keywords : *Impact of Online Shop in Shopee, Consumptive Lifestyle, Shopaholic Women*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada zaman saat ini, ternyata tidak hanya perkembangan teknologi saja yang sudah menjadi *trand* pada saat ini, tetapi juga gaya hidup masyarakat sekitar dan mahasiswa sekarang ini menjadi *modern* dan *trand* . Mereka dapat menggunakan teknologi komunikasi dan informasi terkini untuk berkomunikasi satu sama lain. Perkembangan internet di Indonesia melesat begitu cepat sejak tahun 2006. Penggunaan media internet yang berkembang dengan sangat cepat dan juga sekarang menjadi bagian terpenting dalam perekonomian dan dapat juga memenuhi kebutuhan masyarakat dan mahasiswa pada saat ini. penggunaan internet

pada saat ini sudah menjadi meningkat tidak hanya orang dewasa saja yang terpengaruh dengan adanya internet bahkan pelajar sekolah dan juga anak-anak sudah menjadi pengguna aktif internet.

Pertumbuhan toko *online* dan pembelian *online* seiring dengan trend belanja di Indonesia. Menjadi terpercaya tentunya bukan sebuah pencapaian yang mudah bagi pelaku bisnis yang terjun ke dunia bisnis di internet. Kemudahan dan keamanan dalam *e-commerce* atau transaksi elektronik semakin membantu perkembangan dan pertumbuhan bisnis *online* di Indonesia ^{saat} ini. Konsumen yang berbelanja *online* takut dengan adanya penipuan, tetapi dengan adanya aplikasi shopee maka konsumen tidak akan merasa takut tertipu untuk belanja *online*, karena shopee terpercaya untuk menjaga konsumen dari penipuan belanja secara *online*.

Biasanya para pembisnis *online* media yang digunakan adalah aplikasi shopee. Menggunakan *online shop* di shopee dapat dikatakan efektif bagi para penjual di shopee karena bisa langsung melakukan promosi produknya dan juga dapat para penjual dapat menjangkau calon pembeli.

Meskipun aplikasi *shopee* dirancang untuk kenyamanan pembeli namun masih ada masalah yang di alami seorang pembeli ketika berbelanja di *shopee*, seperti respon yang diberikan layanan *shopee* sangat lambat dalam menanggapi keluhan berbagai pembeli, termasuk saat menanyakan pesanan, membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan jawaban dari layanan *shopee*, dan juga pengiriman yang sangat lama.

Universitas Wiraraja Sumenep adalah sekolah perguruan tinggi swasta di kabupaten sumenep, kampus diujung timur madura ini telah mengecap pahit getir dinamika perubahan. Di kampus Universitas Wiraraja Sumenep terdapat Fakultas Ekonomi dan Bisnis dimana Fakultas Ekonomi dan Bisnis terdiri dari 2(dua) prodi yaitu Prodi Akuntansi dan Prodi Manajemen, prodi manajemen yang terdiri dari 1.219 mahasiswa dan prodi akuntansi yang terdiri dari 555 mahasiswa.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep lebih aktif berbelanja *online* melalui *shopee*. Mahasiswa yang berbelanja di *shopee* sudah menjadi hal keseharian bahkan terus menerus, berkelanjutan bahkan sudah menjadi ketergantungan dan menjadi hal kebiasaan mahasiswa untuk

berbelanja online yang dapat dikatakan dengan gaya hidup konsumtif. Semakin mudahnya dalam membeli sebuah produk maka semakin rentan bagi mahasiswa untuk berperilaku konsumtif, mahasiswa tidak dapat mengontrol dirinya dengan budaya konsumtif yang berkembang pada saat ini. Dimana perilaku konsumtif adalah berbelanja dengan cara berlebihan tanpa harus berfikir panjang untuk membeli produk.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep yang bergaya hidup *Shopaholic* menghabiskan waktu banyak dengan berbelanja karena itu sudah menjadi kebiasaan mereka, mahasiswa berbelanja online juga untuk menghilangkan rasa jenuh mereka dan juga sebagai kepuasan diri sendiri, karena berbelanja online menjadi gambaran dari perilaku konsumtif yang sulit untuk di ubah.

Dampak *online shop* terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep tidak lepas dengan yang namanya handphone karena mahasiswa menjadi terlalu memperhatikan penampilannya ketika berpergian keluar dan terutama pergi ke kampus, maka mahasiswa yang konsumtif dalam berbelanja berlomba-lomba untuk berpenampilan semaksimal mungkin supaya terlihat modern.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana dampak pembelian *online shop* dalam perubahan gaya hidup konsumtif perempuan *Shopaholic* di Fakultas dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep?

- 1) Untuk mengetahui faktor keputusan pembelian dalam transaksi *online shop* di *shopee* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Wiraraja Sumenep.
- 2) Untuk mengetahui dampak yang ada dalam keputusan pembelian melalui *online shop* di *shopee* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Wiraraja Sumenep.
- 3) Untuk mengetahui Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Wiraraja Sumenep menjadi konsumtif dengan adanya *online shop* di *shopee*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran Online (*Online Marketing*)

Pemasaran online sering disebut internet marketing, *e-marketing* atau *online-marketing* merupakan segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet atau jaringan *www* (*World Wide Web*). Kata *e* dalam *e-pemasaran* ini berarti elektronik yang artinya kegiatan pemasaran yang dimaksud dilaksanakan secara elektronik lewat internet atau jaringan *cyber*.

e-marketing adalah salah satu komponen dalam *e-commerce* dengan kepentingan khusus oleh marketer, yakni strategi proses pembuatan, pendistribusian, promosi, dan penempatan harga barang dan jasa kepada pangsa pasar internet atau melalui peralatan digital lain.

Pengertian Perubahan

Jeff Davidson (dalam Prof. Dr. H. Endang Soetari, Ad., M.Si. 2016: 30) menjelaskan bahwa perubahan merujuk pada terjadinya sesuatu yang berbeda dengan sebelumnya. Perubahan dapat juga bermakna melakukan hal-hal dengan cara baru, mengikuti jalur baru, mengadopsi teknologi baru, memasang sistem baru, mengikuti prosedur manajemen baru, menggabungkan sistem baru, melakukan reorganisasi, atau terjadinya peristiwa yang bersifat mengganggu yang sangat signifikan.

Secara umum, perubahan sering diartikan sebagai kondisi yang berbeda dari kondisi sebelumnya. Artinya, perubahan terjadi karena timbul dari suatu proses yang terjadi kemudian

Perilaku Konsumtif

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2008: 1056) perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan perilaku konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri).

Perempuan *Shopaholic*

Konsumtivisme erat kaitannya dengan *shopaholic*. *Shopaholic* berasal dari kata *shop* yang artinya belanja dan *aholic* yang artinya suatu ketergantungan disadari ataupun tidak disadari. Menurut *Oxford Expans* dikemukakan bahwa *shopaholic* adalah seseorang yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja dan berbelanja sehingga menghabiskan begitu banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang-barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pada Dampak Pembelian *Online Shop* di *Shopee* pada Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan yang ketergantungan pada belanja online di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini adalah data subjek dimana penelitian dilakukan dengan cara menganalisis dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan, dengan tujuan mengumpulkan informasi aktual secara rinci, mengidentifikasi masalah, membuat perbandingan evaluasi serta menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah.

Sumber data yang digunakan data primer dimana peneliti melakukan wawancara kepada informan yang benar-benar berkompeten dan bersedia memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dan relevan dengan kebutuhan penelitian dan juga data sekunder dimana peneliti mendapatkan data yang diperoleh dari kajian pustaka, buku-buku yang terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti, internet, terkait yang relevan dengan kebutuhan data dalam penelitian.

Informan

Informan adalah beberapa mahasiswa yang langsung berkaitan dengan permasalahan penelitian. Peneliti disini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu peneliti mendapat informasi dengan cara wawancara kepada beberapa informan yang di anggap tahu tentang bagaimana dampak online shop di shopee terhadap mahasiswa dan juga perubahan gaya hidup konsumtif.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi dimana peneliti melakukan pengamatan langsung lapangan dan peneliti melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dan juga mengambil foto dan rekaman kepada mahasiswa yang di wawancara.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini kualitatif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja dilakukan sebelum terjun lapangan, observasi, selama pelaksanaan penelitian pada saat di lapangan dan sebelum penelitian di lapangan menurut Miles dan Huberman.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor Keputusan Pembelian Dalam Transaksi *Online Shop* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep

Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli produk atau tidak membeli produk tersebut, berdasarkan dari hasil wawancara peneliti yang telah dilakukan peneliti maka dapat dijabarkan bahwa dalam keputusan pembelian secara online dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor.

a. Faktor Yang Berasal Dari Dalam Mahasiswa Yang Disebut Faktor Internal

Faktor internal ini meliputi:

1) Sikap

Bagaimana ungkapan perasaan mahasiswa tentang objek yaitu *shopee* apakah di *shopee* tersebut mahasiswa suka belanja di *shopee* apa

tidak. Mahasiswa yang belanja di *shopee* merasa nyaman karena belanja di *shopee* pengirimannya cepat dan juga mudah dalam mencari produk yang diinginkan mahasiswa. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya hasil wawancara yang memperkuat hasil penelitian.

Dari hasil wawancara dengan mahasiswa bahwa mahasiswa merasa nyaman belanja di *shopee* karena kemudahan yang diberikan *shopee* membuat mahasiswa terus ingin belanja di *shopee*, dan juga di *shopee* mahasiswa lebih praktis belanja di *shopee* dan dapat memilih berbagai produk yang diinginkan dan juga harganya yang lebih murah dibandingkan dengan toko di luar, di *shopee* juga keamanannya terjamin dan pengirimannya yang cepat.

Mahasiswa juga suka belanja di *shopee* karena banyak produk-produk yang diinginkan di *shopee*, seperti halnya berbagai pakaian, sepatu, peralatan dapur, dan lainnya. Mahasiswa belanja online di *shopee* karena kebutuhan.

b. Faktor Yang Berasal Dari Luar Diri Mahasiswa Disebut Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini meliputi:

1) Stimulasi Pemasaran

Dimana dapat mempengaruhi mahasiswa untuk membeli suatu produk di *shopee*, karena *shopee* mempunyai strategi tersendiri supaya konsumen lebih tertarik untuk belanja di *shopee*, salah satu strategi *shopee* supaya menarik pelanggan adalah dengan mengikuti teknik pemasaran mengikuti trend.

Dan juga strategi *shopee* dimana jaminan harga yang termurah, dimana dengan jaminan harga yang termurah semakin membuat mahasiswa tertarik untuk belanja di *shopee*, dan juga *shopee* mempunyai target pasar yang jelas dimana target pasar *shopee* adalah perempuan, karena kebanyakan perempuan yang belanja *online* di *shopee*, seperti halnya kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan perempuan misalnya produk kecantikan, pakaian wanita, dan lainnya. Stimulasi pemasaran meliputi:

a. Produk

Produk disini dimana barang dapat dijual belikan kepada konsumen. Mahasiswa tertarik belanja di *shopee* karena di *shopee* banyak barang yang menarik dan juga di *shopee* terdapat free ongkos kirim dan juga harga yang terjangkau murah tetapi ada juga di *shopee* dengan harga yang mahal. mahasiswa yang belanja di *shopee* juga ada yang pernah kecewa karena ada barang yang tidak sesuai dengan apa yang di gambar, sebenarnya jika ingin barang yang bagus dan sesuai itu tergantung dari harga masing-masing produk karena di *shopee* ada produk yang mahal dan ada yang murah di *shopee* juga produknya lengkap.

Dari hasil wawancara dengan mahasiswa bahwa belanja di *shopee* tersebut karena kebutuhan saja, dan juga di *shopee* banyak barang-barang yang membuat mahasiswa semakin tertarik untuk membelinya. Menurut para mahasiswa produk di *shopee* berkualitas dan juga model dari produk tersendiri ada yang unik dan menarik.

Mahasiswa berbelanja di *shopee* karena ada ketertarikan dari produk di *shopee*, dan juga mahasiswa belanja di *shopee* karena di *shopee* ada produk-produk dari luar negeri, meskipun pengirimannya dari luar negeri lama maka akan tetap membelinya apalagi kebanyakan barang di luar negeri murah.

Mahasiswa belanja di *shopee* karena sudah menjadi kebutuhan, apalagi *shopee* menawarkan berbagai diskon. Menurut wawancara dari mahasiswa milatul nabawiya, waahidah, dan juga nur halisa pernah kecewa belanja di *shopee* karena barangnya tidak sesuai dengan apa yang di sampaikan di keterangan dan juga bahannya yang tidak sesuai yang diinginkan.

Dan menurut wawancara dari mahasiswa fitriah dan dewi ratna sari mereka tidak pernah kecewa belanja di *shopee* karena mereka belanja di *shopee* dengan barang yang sesuai dengan harganya dan juga membeli produk *shopee* yang mahal.

Maka jika membeli suatu produk sebenarnya tergantung dari harganya jika ingin produknya yang bagus maka sebaiknya membeli barang yang sesuai dengan harganya karena tidak semua barang yang di *shopee* itu bagus. Di *shopee* banyak menawarkan barang yang berkualitas dan ada juga tidak berkualitas tergantung dari harga masing-masing produk tersebut.

b. Harga

Mahasiswa tertarik belanja di *shopee* karena harga yang relatif murah, dan juga mahasiswa tertarik dengan produk-produk yang menarik dan lucu di *shopee* maka itu menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa untuk semakin belanja di *shopee*. Harga di *online shop shopee* ada yang lebih murah dibandingkan dengan toko tradisional, sehingga mahasiswa lebih memilih belanja di *shopee* dari pada di pasar dan di toko-toko lainnya. Penggunaan *online shop* bagi mahasiswa memberikan perubahan proses belanja secara *online* di *shopee* yang mulanya berdesak-desakan dan juga keliling pindah ke toko satu dan kesatunya menjadi satu hal yang baru dan praktis yang yaitu dengan belanja *online* di *shopee*.

Maka dapat di buktikan dengan hasil wawancara kepada mahasiswa bahwa mahasiswa lebih tertarik untuk belanja di *shopee* dari pada di pasar dan di toko-toko karena belanja di *shopee* juga dapat menghemat waktu dan tenaga dan juga belanja di *shopee* bisa dilakukan dimana saja. Di *shopee* juga harga yang terjangkau dibandingkan dengan harga di pasaran. Apa lagi di *shopee* jika ada diskon maka mahasiswa semakin tertarik untuk belanja di *shopee*. Dan juga mahasiswa lebih banyak mencari pemilihan berbagai produk di *shopee* tanpa harus keluar rumah. Kalau di toko mahasiswa harus pindah ke toko satu dan ke toko lainnya jika tidak ada model produk yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Dan juga di *shopee* banyak diskon dan potongan harga, dan itulah mengapa mahasiswa lebih suka belanja *online* di *shopee*.

c. Promosi

Dimana promosi disini memberitahukan atau menawarkan produk ke konsumen, dimana *shopee* melakukan promosinya dengan iklan-iklan yang menarik dan semakin membuat mahasiswa lebih tertarik untuk sering belanja *online* di *shopee*. Maka bisa dilihat dari hasil wawancara dari wahidah dan nur lisa bahwa mereka tertarik belanja di *shopee* semenjak banyak artis yang mempromosikan di sosial media dan juga di berbagai TV. Mahasiswa akan lebih tertarik belanja di *shopee* juga karena ada gratis biaya ongkos kirim jika pembelanjaan melebihi Rp 90.000. *shopee* melakukan promosi yang menarik supaya semakin banyak menarik pelanggan untuk belanja di *shopee*. Jika promosinya kurang menarik maka pembeli tidak akan tertarik untuk belanja di *shopee*.

d. Tempat

Mahasiswa dapat berbelanja *online* di *shopee* dimanapun dan kapan pun. Belanja *online shop* dapat memudahkan mahasiswa untuk mencari produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Dengan adanya *online shop* di *shopee* mahasiswa tidak harus belanja atau mencari yang di inginkan untuk keluar rumah. Cukup hanya duduk manis di rumah dan di kampus atau di tempat lainnya dan hanya bermodal *handpone* saja dan paketan.

Hasil wawancara dari mahasiswa dapat di jabarkan baha mahasiswa dengan adanya aplikasi *shopee* ini lebih mudah untuk berbelanja memenuhi ke inginan dan kebutuhannya seperti pakaian, sepatu, dan lainnya.

c. **Lingkungan Sosial Budaya Masyarakat**

Kondisi lingkungan yang mendukung mahasiswa untuk mengakses berbagai inovasi atau perubahan lingkungan sekitar akibat adanya internet. Internet memberikan berbagai fasilitas yang memudahkan untuk mengakses berbagai informasi. Salah satu fasilitas yang disajikan adalah dengan adanya *online shop shopee* yang memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk

berbelanja *online* dan harus bertatap muka dengan pembeli mahasiswa dapat berbelanja *online* di *shopee* untuk memenuhi keinginannya dan kebutuhannya tersebut.

Bebagai kesempatan lingkungan sosial mahasiswa sering kali membicarakan mengenai belanja *online* di *shopee*. Perbincangan tentang belanja *online shop* di *shopee* dengan adanya aplikasi *shopee* tersebut mahasiswa dengan mudah belanja *online* di *shopee*. Dan juga mahasiswa yang belanja di *shopee* karena di rekomendasikan onleh teman kampusnya atau teman luar kampusnya dan keluarga sendiri.

Dibuktikan dengan adanya wawancara peneliti dengan mahasiswa maka dapat dijabarkan bahwa mahasiswa belanja *online* di *shopee* karena dari lingkungan seperti ikut-ikutan temannya yang belanja *online* di *shopee* dan juga dari keluarganya sendiri dan juga ada yang belanja *online* karena budaya, karena belanja *online* di *shopee* sudah mengubah kebiasaan bagi mahasiswa untuk belanja secara *online*.

Dampak Yang Ada Dalam Keputusan Pembelian Melalui Transaksi *Online Shop* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep

Dampak disini bagaimana dampak positif dan negatifnya bagi mahasiswa itu sendiri karena belanja pasti ada dampaknya. Sebenarnya mahasiswa sudah menyadari dampak dari berbelanja *online* tersebut.

Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya mahasiswa melakukan belanja *online*, mahasiswa berbelanja *online* menggunakan aplikasi *shopee*.dimana *shopee* sendiri menjual produk-produk secara *online*. *Shopee* di sini sudah menjadi sistem yang sudah di gemari banyak mahasiwa.

Mahasiswa-mahasiswa sebagai informan dalam penelitian ini maka hasilnya sudah dinyatakan bahwa mahasiswa sudah menjadi perempuan *shopaholic* dikarenakan mahasiswa berlebihan dalam berbelanja *online shop* di *shopee*. Berikut ini dampak positif dan negatif dengan berbelanja *online shop* di *shopee* menurut mahasiswa yang diteliti:

- a. Belanja lebih praktis, bisa membandingkan harga dengan mudah dari satu toko *online shop* ke *online shop* lain, tidak perlu jalan kesatu toko ke toko lain dan melihat banyak barang selain barang yang dituju.
- b. jangkauan belanja yang lebih luas, bahkan bisa membeli barang dari luar kota atau luar negeri.
- c. Harga barang yang dijual di *online shop* lebih murah dibandingkan dengan barang-barang yang dijual di toko.

Namun, dibalik kemudahan dalam membeli barang sudah pasti ada resikonya. Berikut adalah beberapa dampak negatif dari belanja *online shop* di *shopee*:

- a. Pemborosan yang akan menimbulkan perilaku konsumtif.
- b. Terkadang barang di *shopee* tidak sesuai dengan apa yang ada digambar atau tidak kecocokan barang, dan juga pengiriman yang lama.
- c. Barang yang diterima terkadang cacat.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Wiraraja Sumenep Menjadi Konsumtif Dengan Adanya *Online Shop*

Dimana perilaku konsumtif berbicara tentang berbelanja berlebihan dengan adanya *online shop* dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dimana mahasiswa berbelanja *online* dikarenakan hanya hoby berbelanja dan suka mengoleksi barang-barang yang menarik ada juga mahasiswa yang berlebihan belanja karena kelebihan uang dan tidak tahu cara menghabiskan uangnya.

Mahasiswa belanja *online* di *shopee* juga karena produk tampilannya yang menarik untuk di beli di *shopee*, barang yang sudah disediakan barang di *shopee* tersebut menarik pembeli, membeli produk karena hanya untuk menjaga penampilannya saja sesuai dengan perkembangan zaman pada saat ini.

Adanya perubahan gaya hidup mahasiswa ke arah yang sering belanja online maka dalam menggunakan barang. Hal ini di dasari dengan adanya keinginan dan kebutuhan yang tinggi baik dalam menunjang penampilan agar dapat terlihat lebih modern atau tidak ketinggalan zaman di depan orang lain.

Mahasiswa biasa membeli produk misalnya pakaian, tas, kosmetik kecantikan, sepatu, peralatan dapur dan aksesoris di *online shop* di *shopee* atas

dasar demi mendukung penampilannya saja supaya terlihat cantik dan menarik, memenuhi gaya hidup yang lebih trend dan masa kini, lalu membeli produk tersebut karena munculnya penilaian bahwa produk yang bagus.

Mahasiswa juga menyatakan bahwa barang yang dibeli secara *online* di *shopee* selama ini merupakan kebutuhan utama untuk menjaga penampilannya sendiri. Tetapi kenyataannya tanpa di sadari mereka cenderung berlebihan dalam berbelanja secara *online* di *shopee*.

Terjadinya perubahan perilaku konsumtif yang mengikuti perkembangan zaman pada saat ini, mahasiswa memakai aplikasi *shopee* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya untuk berbelanja berbagai macam barang secara berlebih karena bukan dasar kebutuhan utama melainkan atas dasar keinginan dan kesenangan untuk menjaga penampilan keseharian mereka saja.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa mahasiswa membeli sebuah produk biasanya selalu melihat kualitas, harga dan produk yang ada di *shopee* dan juga adanya promo dan diskon yang ditawarkan oleh pihak *shopee* sehingga membuat para mahasiswa tertarik untuk membeli sebuah produk atau barang-barang yang diperlukan di *shopee*.

Mahasiswa yang berbelanja *online* di *shopee* akan memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif dalam berbelanja *online* di *shopee* membuat mahasiswa lebih praktis dalam berbelanja *online*. Di *shopee* aplikasi belanja secara *online* yang mempunyai tampilan menarik dan di gemari bagi mahasiswa, dalam berbelanja *online* di *shopee* berdampak pada perekonomian atau keuangan mahasiswa sendiri menjadi berkurang dan berbelanja secara terus-menerus dalam waktu yang panjang maka akan berdampak negatif terhadap kalangan mahasiswa. Dan kecenderungan sebagai mahasiswa shopaholic akan mengakibatkan adanya dampak gaya hidup yang konsumtif.

Dimana gaya hidup konsumtif adalah perilaku mahasiswa untuk membeli produk-produk yang sebenarnya kurang di perlukan. Membeli suatu barang karena hanya keinginan, kesenangan dan mendukung penampilan yang modis. Apabila perilaku tersebut sering dilakukan tanpa adanya kesadaran dari

mahasiswa sendiri maka akan mengakibatkan pemborosan atau pengeluaran yang berlebihan.

Mahasiswa *shopaholic* di fakultas ekonomi dan bisnis di universitas wiraraja sumenep menjadi lebih konsumtif karena di shopee produknya yang menarik, banyak diskon dan juga harga yang relatif murah dan hobby belanja dan juga mahasiswa yang kelebihan dana dan juga keinginan untuk menjaga penampilan menjadi lebih *modern* dengan mengikuti perkembangan gaya berpakaian yang masa kini. Maka hal ini merupakan wujud dari gaya hidup konsumtif pada dimensi status yaitu dengan membeli produk karena hanya menjaga penampilan saja dan juga mengikuti perkembangan zaman dan gaya hidup.

SARAN

1. Mahasiswa yang berperilaku konsumtif sebaiknya bisa mengontrol barang belanjanya dalam berbelanja online di shopee.
2. Mahasiswa sebaiknya tidak berbelanja secara berlebihan karena akan mengakibatkan keborosan dan pengeluaran uang yang berlebihan. Sebaiknya mahasiswa belanja online di shopee membeli kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan.
3. Untuk orang tua mahasiswa sebaiknya mengajarkan anaknya bagaimana cara mengatur keuangan dalam berbelanja online, lebih memperhatikan lagi pengeluaran uang yang dilakukan anaknya setiap bulan.
4. Peneliti juga mengharapkan ada penelitian lebih lanjut dari pihak lain dari hasil penelitian ini dan juga bisa di jadikan tambahan informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai dampak *online shop* dan juga perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Qodaria, Nurul. 2015. *“Hubungan Qona’ah dengan Shopaholic pada Mahasiswa jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2012 Fakultas Ekonomi dan Bisnis”*. Skripsi.
- Saefullah, Asep & Rusdiana Ahmad 2016. *Manajemen Perubahan*. Cetakan ke-1. CV PUSTAKA SETIA. Bandung.
- Sugiyono 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang 2018. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-2. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Soetari, Endang 2016. *Ilmu Menjual*. Edisi ke-2. Expert. Yogyakarta.
- Trigita Ardik Java Tresna. (2013). *“Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Fis Uny pada Klinik Kecantikan”*.

