

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Institut Agama Islam Negeri Kudus

Institut Agama Islam Negeri Kudus atau IAIN Kudus merupakan salah satu perguruan tinggi keagamaan Islam di provinsi Jawa Tengah yang terletak di Kota Kudus yang berdiri pada tanggal 21 Maret 1997 atau 12 Dzulqaidah 1417 H. Institut Agama Islam Negeri Kudus merupakan peralihan statuta dari STAIN Kudus atau Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus yang telah diresmikan dalam Peraturan Presiden Nomor 27 tahun 2018. Institut Agama Islam Negeri Kudus terletak pada Jl. Conge Ngembal Rejo, Bae, Kudus, Jawa Tengah, Indonesia.¹

Pada masa awal berdirinya, STAIN Kudus hanya memiliki satu jurusan yaitu Ushuluddin. Seiring dengan berjalannya waktu, STAIN Kudus berhasil mengembangkan menjadi beberapa jurusan yang terbagi menjadi empat yaitu: jurusan Ushuluddin, jurusan Dakwah dan Komunikasi, jurusan Tarbiyah, serta jurusan Syariah dan Ekonomi Islam.²

Pada tahun 2018, setelah mengalami perubahan statuta dari STAIN Kudus menjadi IAIN Kudus terdapat pemekaran jurusan/fakultas yang sampai sekarang ini terbagi menjadi lima yaitu: fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Fakultas Tarbiyah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Fakultas Syariah. Hingga saat ini Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus) terdiri dari 5 fakultas pada strata satu (S1) dengan 26 program studi, dan 6 program studi pada strata dua/pascasarjana (S2). Nilai-nilai dasar yang dipakai oleh IAIN Kudus adalah *humanity*, *applicability*, dan *productivity* sebagaimana maknanya adalah:

- a. *Humanity*: memiliki arti etika universal yang melampaui sekat suku agama dan ras (sara) manusia.

¹ TIPD IAIN Kudus, "IAIN Kudus," www.iainkudus.ac.id, 2021, <https://iainkudus.ac.id/#>.

² Wikipedia, "IAIN Kudus," [Wikipedia.org](https://id.wikipedia.org/wiki/IAIN_Kudus), accessed August 20, 2022, https://id.wikipedia.org/wiki/IAIN_Kudus.

Artinya IAIN Kudus mempunyai komitmen untuk mengaktualisasikan wahyu ilahi ke dalam konteks kehidupan empiris manusia yang berorientasi kepada kepentingan peradaban dan kemanusiaan. IAIN Kudus memiliki komitmen menjadi sumber dalam perumusan nilai keilmuan, teknologi serta keislaman yang sejalan dengan peradaban dan kemanusiaan.

- b. *Applicability*: artinya adalah IAIN Kudus berkomitmen dalam mengembangkan karakter ilmu-ilmu keislaman dan iptek yang compatible terhadap local wisdom serta perubahan ruang dan waktu.
- c. *Productivity*: artinya adalah para civitas akademika IAIN Kudus merupakan pribadi yang menjadikan nilai-nilai yang berorientasi pada *outcome* (pencapaian) dan *competitive advantage* (berdaya saing) dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya baik dalam lingkup keilmuan dan keberagamaan.³

2. Profil Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Gambar 4.1

Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus



³ IAIN Kudus, Rencana Pengembangan Jangka Panjang (RPJP)/RIP IAIN Kudus 2020-2044 (Kudus, issued 2020).

Ekonomi syariah merupakan salah satu program studi yang terdapat pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus. Program studi ini dibuka pada 28 Juni 2002 berdasarkan SK Dirjen Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia dengan nomor DJII/181/2002.⁴ Program studi Ekonomi Syariah merupakan salah satu program studi yang memiliki banyak peminat, setiap tahunnya program studi ini berusaha untuk selalu berkembang sesuai dengan tuntutan zaman yang semakin maju. Perkembangan yang dilakukan dapat melalui fasilitas, dosen yang kompeten, kurikulum, dan lingkungan yang kondusif serta komprehesif sehingga dapat menjadi program studi yang unggul pada bidangnya.

Program studi Ekonomi Syariah memiliki visi dan misi yang harus dijalankan. Visi dari program studi Ekonomi Syariah adalah "Menjadi program studi unggulan dalam menyelenggarakan pendidikan dan mengembangkan ekonomi syariah berbasis Islam Terapan pada tingkat nasional tahun 2022". Sedangkan misi dari program studi Ekonomi Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dibidang ekonomi syariah berbasis Islam Terapan secara profesional.
- b. Menjalankan manajemen sesuai dengan prinsip tata kelola yang baik untuk menghasilkan lulusan yang mampu bersaing ditingkat nasional.
- c. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan integrasi epistemologi keilmuan serta karya-karya ilmiah yang bermanfaat bagi pengembangan ekonomi syariah berbasis Islam Terapan.
- d. Menyebarluaskan inovasi ekonomi syariah dan berperan aktif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menerapkan ilmu ekonomi syariah.⁵

Program studi Ekonomi Syariah memiliki konsentrasi dalam bidang pendidikan, penelitian, serta pengembangan

⁴ TIPD IAIN Kudus, "Profil Prodi Ekonomi Syariah," IAIN Kudus, 2022, <https://es.iainkudus.ac.id/profil.html>.

⁵ Kudus.

ilmu ekonomi yang memiliki kajian ekonomi khusus yang berbasis pada ajaran Islam Terapan yang tidak hanya berkutat dalam tataran teori saja namun dapat mengimplementasikan pada realitas kehidupan yang nyata.⁶

Kompetensi utama dari lulusan program studi Ekonomi Syariah adalah memiliki peluang dalam bidang: 1) Praktisi keuangan syariah; 2) Perencanaan pembangunan ekonomi syariah; 3) Analisis kebijakan fiskal dan moneter. Selain kompetensi utama, terdapat kompetensi pendukung dari lulusan program studi Ekonomi Syariah yaitu: 1) Praktisi pasar modal syariah; 2) Tenaga peneliti pada berbagai lembaga penelitian; 3) Menjadi dewan pengawas syariah; 4) Menjadi *entrepreneurial* bisnis yang berbasis pada nilai-nilai Islam.⁷

3. Letak Geografis Institut Agama Islam Negeri Kudus

Institut Agama Islam Negeri Kudus merupakan perguruan tinggi Islam negeri di Indonesia yang berlokasi pada Jl. Conge Ngembalrejo, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59322 PO Box 51.

Gambar 4.2
Letak Geografis IAIN Kudus



⁶ Wahyudi Agus, *Profil Program Studi IAIN Kudus* (Kudus: IAIN Kudus, 2019), 15.

⁷ Agus, 25.

B. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian merupakan hasil yang didapatkan ketika melaksanakan penelitian yang telah dikumpulkan dan akan diolah serta dilakukan penjabarkan menggunakan analisis data yang diperoleh dengan menggunakan metode wawancara, observasi, ataupun dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini sumber data diambil dari mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2020, pakar akademisi, dan pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* Shopee. Serta sebagai pembandingan, sumber data diambil pula dari mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2018.

Tabel 4.1
Data Narasumber

Kode Narasumber	Nama Narasumber	Keterangan
N1	Lisa Oktavia	Mahasiswa Ekonomi Syariah 2020
N2	Anis Fitriani	Mahasiswa Ekonomi Syariah 2020
N3	Winda Nofitasari	Mahasiswa Ekonomi Syariah 2020
N4	Ibu Aryanti Muhtar K., SE., M.Si	Pakar Akademisi
N5	Ibu Eni Kusriani, S.E.I. M.E	Pakar Akademisi
N6	Muhammad Yusuf	Pelaku Usaha Retail Fashion
N7	Riyan Wijayanto	Pelaku Usaha Retail Fashion
N8	Edi	Pelaku Usaha Retail Fashion
N9	Fani Margareta	Mahasiswa Ekonomi Syariah 2018
N10	Olivia Muflihah Maharani	Mahasiswa Ekonomi Syariah 2018
N11	Nava Akhmarul Hariroh	Mahasiswa Ekonomi Syariah 2018

1. Perilaku Konsumtif Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2020 Terhadap Produk Fashion Pada *E-Commerce* Shopee

Seberapa besar keinginan mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 untuk melakukan pembelian produk *fashion* pada *e-commerce* Shopee dapat terlihat dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan narasumber, dimana Winda Nofitasari menjelaskan bahwa ia membeli produk *fashion* melalui Shopee ketika terdapat *flash sale* dan *event* bulanan atau ketika terdapat diskon maupun voucher pada produk yang disukai.⁸ Hal tersebut juga serupa dengan yang disampaikan oleh Anis Fitriani, menurutnya ia berbelanja *fashion* melalui Shopee ketika terdapat diskon yang membuatnya tertarik untuk membeli produk tersebut, namun ia mengaku apabila jarang melakukan pembelian melalui Shopee.⁹

Pernyataan narasumber di atas juga serupa dengan yang disampaikan oleh Lisa Oktavia, ia suka berbelanja pada Shopee utamanya produk *fashion* dan ketika terdapat promo atau diskon biasanya sering digunakan untuk berbelanja.¹⁰ Selanjutnya intensitas pembelian produk *fashion* oleh informan dari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 Anis Fitriani mengungkapkan jika dirinya belum tentu dalam satu bulan berbelanja produk *fashion*, intensitas dirinya membeli produk *fashion* disesuaikan dengan kebutuhannya, dimana uang yang digunakan untuk membeli produk *fashion* berasal dari uang sakunya yang disisihkan.¹¹

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Lisa Oktavia, menurutnya ia membeli produk *fashion* dari uang saku

⁸ Winda Nofitasari, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 3, transkrip.

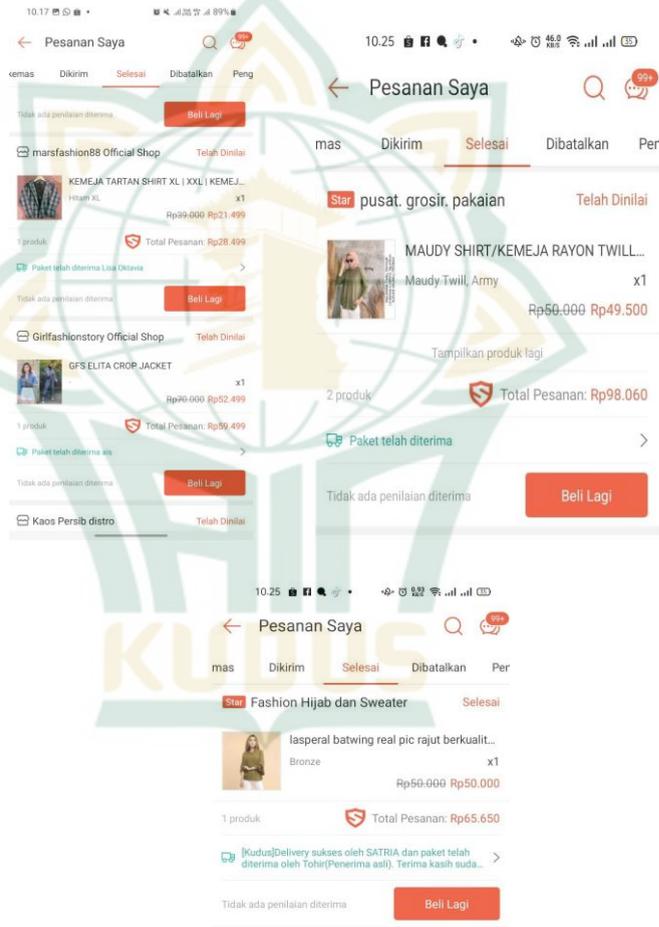
⁹ Anis Fitriani, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 2, transkrip.

¹⁰ Lisa Oktavia, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 1, transkrip.

¹¹ Anis Fitriani, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 2, transkrip.

yang ia sisihkan. Namun, ia mengaku bisa membeli 1 hingga 3 produk *fashion* dalam waktu satu bulan.¹² Sedangkan narasumber Winda Nofitasari menyatakan jika ia juga dapat membeli produk *fashion* dalam waktu satu bulan 3 hingga 4, namun tidak selalu dalam waktu satu bulan membeli produk. Ia membeli produk tersebut dari uang saku maupun dari orang tuanya.¹³

Gambar 4.3
Riwayat Belanja



¹² Lisa Oktavia, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 1, transkrip.

¹³ Winda Nofitasari, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 3, transkrip.

Adapun produk *fashion* yang biasanya dibeli oleh mahasiswi program studi Ekonomi Syariah 2020 ini dijelaskan oleh Winda Nofitasari, menurutnya ia memilih baju, celana dan *one set* yang biasanya digunakan untuk kuliah, sebab terdapat banyak trend baru dan mudah dicari pada Shopee dibandingkan di toko yang belum tentu ada.¹⁴ Sedangkan Lisa Oktavia menuturkan jika ia membeli produk *fashion* dengan beragam jenis, diantaranya baju, celana, rok, dan hijab. Produk tersebut dapat ia gunakan untuk kuliah maupun santai dirumah, sebab dari Shopee banyak pilihan model dan warna.¹⁵ Narasumber lainnya juga mengungkapkan apabila ia membeli produk *fashion* disesuaikan dengan kebutuhannya, umumnya baju atau hijab.¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas perilaku konsumtif pada mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 dalam melakukan pembelian produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee dapat terlihat dari intensitas pembelian yang dilakukan setiap bulannya, dimana dapat ditarik kesimpulan bahwa narasumber dalam setiap bulan dapat melakukan pembelian produk *fashion* minimal satu hingga empat produk setiap bulannya baik untuk membeli baju, celana, rok, ataupun hijab yang dapat menunjang penampilan sehari-hari. Dan mereka melakukan pembelian dengan uang saku atau sisihan uang saku yang mereka punya.

Sebagai pembanding, apa yang telah diungkapkan oleh mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2020 ternyata berbanding terbalik dengan apa yang diungkapkan oleh ketiga narasumber yang berasal dari program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018. Dimana ketiga narasumber menjelaskan bahwa dalam satu bulan ketiga narasumber jarang melakukan pembelian produk

¹⁴ Winda Nofitasari, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 3, transkrip.

¹⁵ Lisa Oktavia, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 1, transkrip.

¹⁶ Anis Fitriani, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 2, transkrip.

fashion melalui *e-commerce* Shopee, dimana intensitas pembelian hanya berlangsung satu sampai dua kali dan tidak dilakukan setiap bulannya, hal ini dikarenakan pola pikir yang berbeda dimana mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018 lebih mengedepankan terpenuhinya kebutuhan dibandingkan dengan keinginan.

Sehingga apa yang dilakukan oleh mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 merupakan perilaku yang konsumtif dikarenakan intensitas belanja produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee pada narasumber tergolong tinggi.

Hal ini membuat para pelaku usaha yang bergerak dalam bidang retail *fashion* mengambil kesempatan dan keuntungan untuk dapat lebih mengembangkan bisnis yang telah dijalkannya. Sebagaimana yang dituturkan oleh Muhammad Yusuf, menurutnya kebanyakan pembeli di toko *offline* maupun *online* didominasi oleh remaja, termasuk mahasiswi. Maka dari itu, ia selalu mengusahakan agar tokonya memiliki stok barang dengan model terbaru dan bervariasi sesuai minat remaja dengan tujuan untuk menarik konsumen dan mengembangkan bisnisnya.¹⁷

Hal yang sama juga dituturkan oleh Edi selaku pebisnis, ia menyampaikan jika peminat produknya kebanyakan remaja salah satunya adalah mahasiswi. Ia juga mengatakan jika pembelinya menyukai model *fashion* yang sedang trend. Untuk itu, ia selalu memproduksi produk yang terbaru untuk memaksimalkan penjualan.¹⁸ Sedangkan pebisnis lainnya Riyan Wijayanto juga menyatakan apabila produk *best seller* di tokonya yang cepat terjual adalah *fashion* yang sedang trend, sehingga ia selalu menyediakan stok agar konsumennya mendapatkan produk yang dicari. Adapun mayoritas pembelinya adalah mahasiswi.¹⁹

¹⁷ Muhammad Yusuf, Wawancara Oleh Peneliti, 04 Agustus, 2022, Wawancara 6, transkrip.

¹⁸ Edi, Wawancara Oleh Peneliti, 04 Agustus, 2022, Wawancara 8, transkrip.

¹⁹ Riyan Wijayanto, Wawancara Oleh Peneliti, 04 Agustus, 2022, Wawancara 7, transkrip.

Kemudian untuk pemasaran melalui *e-commerce* Shopee produk yang cepat habis adalah produk *fashion* remaja, seperti blouse, celana jeans, hijab. Hal tersebut disampaikan oleh Riyan Wijayanto.²⁰ Ungkapan yang serupa juga disampaikan oleh Edi, menurutnya produk yang sering habis juga dari produk *fashion*, seperti baju, celana, rok untuk remaja yang sedang trend.²¹ Selaras dengan dua ungkapan tersebut, Muhammad Yusuf juga mengatakan jika produk *best seller* di tokonya pada Shopee adalah blouse, kaos, celana jeans yang sedang *happening* di kalangan remaja seperti mahasiswi.²²

Menurut Muhammad Yusuf terkait dengan perilaku konsumtif mahasiswi sebetulnya tidak baik, namun menguntungkan bagi pebisnis untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh tiap individu untuk dapat mengendalikan keinginannya untuk berbelanja di Shopee.²³ Relevan dengan ungkapan tersebut, Edi juga menyatakan jika perilaku konsumtif menguntungkan pebisnis, jadi harus dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan. Ia juga mengatakan jika perilaku konsumtif yang berlebihan tidak baik dan dapat dikontrol oleh tiap individu.²⁴ Sependapat dengan kedua pernyataan tersebut, Riyan Wijayanto juga menyatakan jika perilaku konsumtif berlebihan tidak baik, namun dapat menjadi kesempatan pebisnis untuk memajukan usahanya.²⁵

Sifat perilaku konsumtif oleh mahasiswi juga dilihat dan dirasakan oleh para pakar akademisi, hal ini sebagaimana yang dituturkan oleh Ibu Aryanti Muhtar,

²⁰ Riyan Wijayanto, Wawancara Oleh Peneliti, 04 Agustus, 2022, Wawancara 7, transkrip.

²¹ Edi, Wawancara Oleh Peneliti, 04 Agustus, 2022, Wawancara 8, transkrip.

²² Muhammad Yusuf, Wawancara Oleh Peneliti, 04 Agustus, 2022, Wawancara 6, transkrip.

²³ Muhammad Yusuf, Wawancara Oleh Peneliti, 04 Agustus, 2022, Wawancara 6, transkrip.

²⁴ Edi, Wawancara Oleh Peneliti, 04 Agustus, 2022, Wawancara 8, transkrip.

²⁵ Riyan Wijayanto, Wawancara Oleh Peneliti, 04 Agustus, 2022, Wawancara 7, transkrip.

beliau menyampaikan jika *e-commerce* seperti Shopee sebagian besar memang mengubah gaya hidup seseorang karena *e-commerce* ini banyak kemudahan yang didapatkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan seseorang sehingga keinginan berlebih untuk memiliki suatu barang seperti *fashion*.²⁶

Pakar akademisi lainnya yaitu Ibu Eni Kusrini menuturkan hal yang serupa, menurut beliau *lifestyle* pada zaman sekarang dibanding dengan 10 tahun yang lalu sangat berbeda. Dimana sekarang mahasiswi dapat dengan mudah belanja melalui *e-commerce* seperti Shopee yang membuat perilaku konsumtif itu muncul karena keinginan mengikuti *trend fashion*. *Lifestyle* seperti itu menurutnya tidak penting kalau tidak terdapat tuntutan misalnya dari pekerjaan.²⁷

Para pakar akademisi menilai jika perilaku konsumtif untuk melakukan pembelian produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee dapat memberikan banyak dampak kepada mahasiswi, hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Eni Kusrini, menurutnya perilaku konsumtif pembelanjaan produk *fashion* di Shopee dapat membuat mahasiswi selalu ingin mengikuti *trend fashion* yang ada, mahasiswi terkadang lebih mengedepankan keinginan dibandingkan kebutuhan sedangkan *trend* itu tidak akan pernah usai dan akan terus berulang, maka dari itu dari diri kita sendiri harus menekan keinginan-keinginan yang muncul. Jika jiwa konsumtif tidak dibatasi, maka hal tersebut akan terus berlanjut sampai saat berumah tangga nanti.²⁸

Dampak lain perilaku tersebut juga dijelaskan oleh Ibu Aryanti Muhtar, menurut beliau dampak negatifnya belanja pada *e-commerce* dapat menimbulkan konsumtif, pemborosan, keinginan yang tidak pernah usai dan semakin tinggi, bahkan bisa menimbulkan kejahatan juga. Sebagai

²⁶ Aryanti Muhtar, Wawancara Oleh Peneliti, 10 Agustus, 2022, Wawancara 4, transkrip.

²⁷ Eni Kusrini, Wawancara Oleh Peneliti, 11 Agustus, 2022, Wawancara 5, transkrip.

²⁸ Eni Kusrini, Wawancara Oleh Peneliti, 11 Agustus, 2022, Wawancara 5, transkrip.

mahasiswi yang sudah memiliki bekal diharapkan lebih mampu menjembatani dan meminimalisir hal-hal tersebut dengan cara memberikan edukasi kepada orang lain dan bagi diri sendiri mampu menentukan skala prioritas dan mampu memilah serta memilih akan kebutuhan.²⁹

Tidak jauh berbeda dengan yang dirasakan oleh mahasiswi, dimana mereka menilai merasakan dampak dari perilaku konsumtif yang mereka lakukan. Hal ini disampaikan oleh Winda Nofitasari, ia menyampaikan dampak yang ia rasakan adalah lebih mudah tergiur iklan yang ada di Shopee, sehingga dapat menimbulkan keinginan belanja terus-menerus, apalagi kalau ada promo dan diskon. Selain itu, hal tersebut juga berdampak pada uang yang ia miliki terasa kurang sebab suda dihabiskan untuk berbelanja.³⁰

Sedangkan Lisa Oktavia menyampaikan jika dampak dari perilaku konsumtif tersebut membuatnya menjadi boros, dan selalu berkeinginan untuk memiliki produk *fashion* terbaru. Selain itu, *life style* dari teman-temannya juga dapat mempengaruhinya untuk melakukan pembelian produk yang serupa.³¹

Anis Fitriani juga menuturkan hal yang hampir sama, menurutnya dampak yang ia rasakan adalah kerelaannya untuk menyisihkan uang sakunya agar dapat berbelanja *fashion*, selain itu juga hal tersebut membuatnya boros sebab terkadang uangnya digunakan untuk membeli barang yang sudah dipunyai, namun dengan merek yang berbeda. Ia juga sepakat dengan pendapat sebelumnya yang menyatakan *life style* dari teman-temannya dapat mempengaruhinya untuk berbelanja produk *fashion* melalui Shopee.³²

Dari beberapa hasil wawancara di atas perilaku konsumtif pembelanjaan produk *fashion* melalui e-

²⁹ Aryanti Muhtar, Wawancara Oleh Peneliti, 10 Agustus, 2022, Wawancara 4, transkrip.

³⁰ Winda Nofitasari, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 3, transkrip.

³¹ Lisa Oktavia, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 1, transkrip.

³² Anis Fitriani, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 2, transkrip.

commerce Shopee dapat menimbulkan banyak dampak, baik dampak positif yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha maupun dampak negatif yang dirasakan oleh setiap orang seperti para mahasiswi. Harapan para pakar akademisi jika mahasiswi tidak terjerumus dalam sifat konsumtif dengan dapat memilih dan memilah antara keinginan dan kebutuhan.

Berikut adalah gambaran kesimpulan hasil wawancara dari berbagai sudut pandang narasumber:

- a. Mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 memiliki intensitas pembelian yang tinggi yang dilakukan pada setiap bulannya, mahasiswi dapat melakukan pembelian produk *fashion* sebanyak satu hingga empat kali dan pembelian ini dilakukan secara berlebihan dan tanpa adanya perencanaan. Hal ini berbanding terbalik dengan mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang memiliki intensitas belanja lebih rendah dimana setiap bulannya tidak selalu belanja produk *fashion* melalui Shopee karena lebih mementingkan kebutuhan daripada memenuhi keinginan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan apa yang dilakukan oleh mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 merupakan perilaku yang konsumtif.
- b. Pakar akademisi menilai jika perilaku konsumtif mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 dikarenakan adanya kemudahan yang didapatkan dalam menggunakan *e-commerce* Shopee untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dan adanya keinginan untuk mengikuti *trend fashion* yang ada.
- c. Pelaku usaha bidang retail *fashion* menilai jika perilaku konsumtif mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 bukan perilaku yang baik namun dapat menjadi kesempatan untuk menaikkan omzet dan mengembangkan bisnis.

2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Produk Fashion Melalui *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2020

Hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 dijelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja *online* produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee adalah:

a. Adanya fitur gratis ongkir

Gratis ongkir merupakan salah satu fitur yang ditawarkan oleh *e-commerce* Shopee. Fitur ini memberikan subsidi potongan ongkir yang ditanggung oleh pembeli, mulai dari potongan Rp 5.000 hingga Rp 250.000. Hal ini nampaknya daya tarik tersendiri bagi pembeli atau pengguna *e-commerce* Shopee salah satunya yaitu mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020.

Hal tersebut sesuai dengan napa yang diungkapkan oleh Winda Nofitasari, ia menuturkan jika berbelanja produk *fashion* melalui Shopee dipengaruhi adanya fitur gratis ongkir.³³ Relevan dengan ungkapan tersebut, Lisa Oktavia juga menyatakan jika faktor utama yang mempengaruhinya berbelanja di Shopee adalah adanya gratis ongkir, dimana hal tersebut dapat menghemat pengeluarannya sebab ia tidak perlu menanggung ongkirnya.³⁴

Dari hasil wawancara di atas, mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 mengakui bahwa fitur gratis ongkir memiliki daya tarik tersendiri, dimana mereka merasa lebih hemat dengan adanya subsidi gratis ongkir yang ditawarkan oleh *e-commerce* Shopee. Dimana hal ini secara tidak langsung dapat menimbulkan perilaku konsumtif

³³ Winda Nofitasari, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 3, transkrip.

³⁴ Lisa Oktavia, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 1, transkrip.

kepada mahasiswi karena adanya keinginan selalu belanja produk *fashion* melalui Shopee tanpa harus mengeluarkan biaya lebih untuk membayar ongkir.

b. Adanya promosi dan diskon

Promosi dan diskon merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh penjual untuk menarik minat belanja konsumen terhadap produk. Pada tenggat waktu tertentu biasanya penjual memberikan promosi berupa pemberian *gift* dengan minimal belanja, memberikan barang gratis seperti *buy 1 get 1 free*, kupon potongan harga, *cashbak*, ataupun memberikan diskon pada barang yang dijual. Hal-hal seperti ini ternyata dapat menarik minat belanja mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 untuk melakukan belanja produk *fashion* melalui Shopee.

Hal ini sesuai dengan yang diutarakan oleh Anis Fitriani, ia menjelaskan jika adanya diskon, *voucher* dan *cashback* membuatnya selalu ingin berbelanja di Shopee.³⁵ Sedangkan Lisa Oktavia menyampaikan faktor lainnya yang mempengaruhinya berbelanja produk *fashion* melalui Shopee adalah adanya penawaran menarik, seperti *buy 1 get 1 free* maupun pemberian *gift* dapat mempengaruhinya.³⁶

Maka dari itu berdasarkan hasil wawancara di atas dapat terlihat jelas jika adanya promosi dan diskon menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 melakukan pembelian online melalui *e-commerce* Shopee sehingga memunculkan sifat perilaku konsumtif.

c. Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce* Shopee

E-commerce Shopee merupakan salah satu platform yang hingga saat ini digemari oleh kalangan masyarakat untuk melakukan pembelian *online*

³⁵ Anis Fitriani, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 2, transkrip.

³⁶ Lisa Oktavia, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 1, transkrip.

seperti produk *fashion*. Terdapat berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh Shopee yang ternyata membuat mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020.

Faktor di atas disampaikan oleh Winda Nofitasari, ia mengungkapkan jika Shopee menawarkan beragam kemudahan yang dapat menariknya terus berbelanja, seperti fitur COD, fitur *paylater*, dan garansi barang maupun uang yang dapat dikembalikan.³⁷

d. Uang saku yang lebih

Pemberian uang saku dari orang tua memiliki tujuan sebagai pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Tidak jarang pula terkadang orang tua memberikan uang saku yang lebih kepada anak-anaknya, hal ini juga yang didapatkan oleh narasumber mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020. Uang saku lebih yang diberikan oleh orang tua terkadang dimanfaatkan pula untuk melakukan belanja online produk *fashion* melalui Shopee.

Menurut Winda Nofitasari, ia menjelaskan jika uang saku yang lebih dari orang tuanya menjadikan ia sering berbelanja melalui Shopee, sebab ia merasa uangnya dapat mencukupi kebutuhan yang diinginkannya.³⁸ Serupa dengan pendapat tersebut Anis Fitriani juga menuturkan jika uang saku yang diperolehnya mempengaruhinya untuk terus berbelanja produk *fashion* melalui Shopee.³⁹

Berdasarkan wawancara di atas adanya uang saku yang lebih dapat menimbulkan sifat konsumtif pada diri mahasiswi, hal ini dikarenakan adanya niat pada diri mahasiswi untuk melakukan belanja online

³⁷ Winda Nofitasari, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 3, transkrip.

³⁸ Winda Nofitasari, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 3, transkrip.

³⁹ Anis Fitriani, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 2, transkrip.

melalui Shopee secara terus untuk memanfaatkan uang saku lebih tersebut.

e. Keinginan mengikuti *trend*

Mengikuti *trend fashion* merupakan hal yang sangat tidak bisa dibendung di saat ini. Dimana setiap orang seperti mahasiswi berupaya memadu padankan fashion yang mereka pakai dengan sebagus mungkin agar dapat mengikuti perkembangan zaman.

Sesuai dengan yang diutarakan oleh Lisa Oktavia, menurutnya adanya *trend fashion* menjadikan ia berbelanja produk *fashion* supaya *up to date*.⁴⁰ Serupa dengan ungkapan tersebut, Winda Nofitasari juga mengatakan jika outfit temannya yang selalu mengikuti *trend* mampu mempengaruhinya untuk membeli produk yang serupa dan selalu *up to date*.⁴¹

Maka dapat disimpulkan jika gaya hidup mahasiswi sekarang berubah karena adanya keinginan yang kuat dalam diri mahasiswi untuk selalu mengikuti *trend fashion* yang ada karena ingin terlihat *uptodate* dan tidak ketinggalan zaman. Hal ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan adanya perilaku konsumtif untuk melakukan pembelanjaan produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee.

Sedangkan menurut pakar akademisi, terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja produk *fashion* melalui Shopee pada mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Aryanti Muhtar, beliau mengungkapkan faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswi itu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti gaya hidup yang semakin tinggi, sedangkan faktor eksternal dapat dipengaruhi oleh teman, karena kebudayaan, atau karena

⁴⁰ Lisa Oktavia, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 1, transkrip.

⁴¹ Winda Nofitasari, Wawancara Oleh Peneliti, 02 Agustus, 2022, Wawancara 3, transkrip.

diskon dan iming-iming hadiah. Faktor-faktor tersebut akan sangat mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian.⁴²

Sedangkan pakar akademisi lainnya Ibu Eni Kusrini menyatakan adanya perubahan gaya hidup mahasiswi itu sangat signifikan karena adanya transisi. Hal ini dikarenakan adanya *lifestyle* dari luar mengenai *trend fashion* sehingga membuat mahasiswi merasa harus mengikuti, selain itu juga pendapatan uang saku dari orang tua juga bisa menjadi faktor pendorong, terus adanya motivasi dari internal yang tidak bisa dibendung padahal jiwa ingin itu tidak akan pernah selesai.⁴³

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, para pakar akademisi menilai jika faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi untuk melakukan pembelian *online* melalui *e-commerce* Shopee terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dimana faktor-faktor tersebutlah yang mendorong dan mempengaruhi keputusan mahasiswi untuk melakukan pembelian produk *fashion* pada Shopee.

C. Analisis Data Penelitian

1. Perilaku Konsumtif Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2020 Pada *E-Commerce* Shopee

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan aktivitas konsumsi yang tiada batas, membeli sesuatu secara berlebihan dan secara tidak terencana.⁴⁴ Sifat konsumtif dapat terjadi pada setiap orang seperti remaja perempuan yaitu mahasiswi. Sifat konsumtif tersebut dapat didorong pula dengan adanya teknologi yang semakin berkembang serta kemudahan dalam melakukan berbagai aktivitas seperti belanja *online* yang dapat dilakukan melalui *e-commerce* Shopee.

⁴² Aryanti Muhtar, Wawancara Oleh Peneliti, 10 Agustus, 2022, Wawancara 4, transkrip.

⁴³ Eni Kusrini, Wawancara Oleh Peneliti, 11 Agustus, 2022, Wawancara 5, transkrip.

⁴⁴ Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, and Leliya, *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Komsumtif Mahasiswa Muslim Survey Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 10.

Saat ini banyak remaja seperti mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 menyukai belanja *online* melalui *e-commerce* Shopee untuk mendapatkan produk yang sedang diinginkan seperti produk *fashion*. Sebagaimana diketahui, saat ini *trend fashion* di Indonesia semakin berkembang, hal inilah yang menjadikan remaja seperti mahasiswi berbondong-bondong untuk selalu dapat mengikuti *trend fashion* yang ada dan melakukan belanja melalui Shopee. Namun hal ini justru dapat memunculkan sifat konsumtif pada diri mahasiswi.

Perilaku konsumtif pada diri mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 dapat dilihat dari seberapa besar keinginan untuk melakukan belanja *online* dan intensitas dalam melakukan belanja produk *fashion* melalui salah satu *e-commerce* yang cukup digemari yaitu Shopee.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang telah peneliti lakukan di lapangan, mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 sering melakukan pembelanjaan produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee secara tidak terencana. Hal ini dikarenakan mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 tidak hanya melakukan pembelanjaan produk *fashion* ketika sedang membutuhkan suatu barang namun pembelanjaan dapat terjadi secara tidak sengaja dikarenakan adanya diskon atau promo yang ditawarkan oleh *e-commerce* Shopee. Hal ini mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis seseorang yang membentuk perilaku manusia yang bersifat di bawah sadar.⁴⁵

Uraian di atas menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswi program studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2020 sesuai dengan *theory of planned behavior* (TPB) yang menyatakan perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku yang berasal dari faktor internal dan eksternal, norma subjektif yang berasal dari

⁴⁵ Ulfatihar Rosakusuma, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 Uin Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian)*, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2020.

lingkungan sekitarnya, dan pengendalian perilaku.⁴⁶ Ketiga hal tersebut ditunjukkan dari adanya perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh faktor internal, misalnya keinginan untuk membeli produk sebab memiliki uang yang lebih. Adapun faktor eksternal contohnya adanya *trend fashion* yang *up to date*. Kemudian norma subjektif misalnya dari faktor teman sebaya yang memakai outfit terbaru, serta pengendalian perilaku yang tidak dapat dikendalikan oleh mahasiswi tersebut, sehingga tercipta perilaku konsumtif.

Adapun dalam *theory of reasoned action* (TRA) yang merupakan awal mula dari adanya *theory of planned behavior* (TPB) menjelaskan jika niat individu terhadap perilaku dibentuk dari norma subjektif dan sikap pada perilaku yang berasal dari faktor internal maupun eksternal.⁴⁷ Jadi yang membedakan antara *theory of reasoned action* (TRA) dengan *theory of planned behavior* (TPB) adalah pada *theory of planned behavior* (TPB) terdapat kontrol perilaku, sedangkan pada *theory of reasoned action* (TRA) perilaku individu tidak dipengaruhi oleh kendali perilaku pada tiap individu. Maka perilaku konsumtif mahasiswi program studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2020 juga sesuai dengan *theory of reasoned action* (TRA).

Selain itu, di dalam penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil jika mahasiswi program studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2020 dapat melakukan intensitas pembelanjaan produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee yang cukup tinggi yaitu sebanyak satu hingga empat produk bahkan lebih pada setiap bulannya dimana produk yang dibeli dapat berupa baju, celana, hijab, dll.

Hal tersebut sangat berbanding terbalik dengan mahasiswi program studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018, dimana para mahasiswi mengungkapkan lebih mementingkan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dibandingkan harus memprioritaskan belanja bulanan

⁴⁶ Hermawan, "Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online."

⁴⁷ Sarwenda Biduri, dkk "Perspektif Theory Of Planned Behavior Terhadap Intensi PNS Untuk Melakukan Whistleblowing," *Jurnal Media Mahardhika*, 20, no. 2 (2022): 332.

produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee. Hal ini yang mendasari mahasiswi program studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018 memiliki intensitas belanja produk *fashion* lewat Shopee yang cukup rendah, yaitu satu hingga dua kali belanja dan pembelanjaan tersebut tidak dilakukan dalam setiap bulan.

Pakar akademisi menilai jika sifat konsumtif tersebut muncul pada diri mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 dikarenakan adanya *lifestyle*. Mahasiswi cenderung memiliki keinginan untuk mengikuti *trend fashion* yang ada sehingga mendorong mahasiswi untuk terus melakukan belanja *online* produk *fashion* di Shopee.

Jika sifat konsumtif ini ditanamkan pada diri mahasiswi secara terus menerus maka hal ini dapat membawa dampak yang tidak baik pada pribadi mahasiswi. Dimana sesuai dengan hasil penelitian yang didapatkan, pakar akademisi menilai jika perilaku konsumtif ini dapat membawa dampak sebagai berikut:

- a. Ingin selalu mengikuti *trend*
- b. Lebih mengedepankan keinginan dibandingkan kebutuhan
- c. Memiliki sifat konsumtif hingga saat berumah tangga
- d. Pemborosan
- e. Memiliki jiwa konsumtif terlalu tinggi dan tidak pernah usai
- f. Menimbulkan kejahatan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, nampaknya narasumber mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 menyadari akan berbagai dampak yang dirasakan karena perilaku konsumtif yang telah mereka lakukan. Dimana diperoleh hasil bahwa dampak yang dirasakan adalah:

- a. Mudah tergiur dengan iklan dan promosi di Shopee
- b. Merasa kekurangan uang saku
- c. Mudah tergoda dengan teman yang memiliki outfit yang bagus serta rasa ingin memiliki hal yang sama jauh lebih besar
- d. Terlalu menghambur-hamburkan uang untuk membeli produk yang sama namun berdeda warna atau merek.

Dengan berbagai banyaknya dampak-dampak yang dapat dirasakan dengan adanya perilaku konsumtif, pakar akademisi memiliki solusi agar mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 khususnya tidak terjerumus dalam perilaku konsumtif secara berkelanjutan dengan:

- a. Membatasi diri sendiri dan menekam keinginan-keinginan yang muncul.
- b. Menerapkan teori yang didapatkan pada bangku perkuliahan pada diri sendiri dan mengedukasikannya kepada orang lain.
- c. Menentukan skala prioritas.
- d. Dapat memilih dan memilah akan kebutuhan.

Namun pada sisi lain, adanya perilaku konsumtif yang timbul pada diri remaja seperti mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 yang sering melakukan belanja *online* pada produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee memiliki dampak yang baik dan dimanfaatkan oleh para pelaku usaha pada bidang retail *fashion*.

Hal ini terjadi dikarenakan adanya sifat konsumtif pada diri remaja seperti mahasiswi yang ingin selalu mengikuti model *trend fashion* terbaru sehingga permintaan pada pasar semakin naik drastis yang menyebabkan para pelaku usaha harus memenuhi permintaan tersebut.

Pemenuhan permintaan tersebut yang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk dapat menaikkan omzet yang didapatkan agar usaha yang dijalankan dapat semakin maju dan berkembang. Hal ini sesuai dengan yang dituturkan oleh M. A. Manan yang menjelaskan bahwa konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi merupakan penyediaan atau penawaran, kebutuhan konsumen saat ini yang diperhitungkan sebelumnya menjadi insentif pokok bagi kegiatan ekonominya sendiri. Tindakan tersebut tidak hanya akan menyerap pendapatannya, melainkan juga memberi insentif untuk meningkatkan pendapatannya.⁴⁸

⁴⁸ Anju Ayunda, Lu'liyatul Mutmainah, and Nurul Huda, "Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim," *JEBA-Journal of Economics and Business Aseanomics* 3, no. 2 (2018): 243–70.

Meskipun terdapat dampak baik dan manfaat yang dirasakan, para pelaku usaha juga menyadari jika sifat konsumtif secara berlebih yang ada pada diri remaja seperti mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 bukanlah hal yang baik yang dapat diterapkan pada diri mahasiswi tersebut.

Pada tinjauan ekonomi Islam, konsumen islami harus melandasi segala kegiatannya kepada syariat Islam, dimana konsumen islami harus melakukan perencanaan terlebih dahulu ketika akan melakukan pembelian maupun sesudah melakukan pembelian. Seorang muslim juga diharuskan memiliki sikap yang sederhana, tidak berlebih-lebihan, dan juga tidak boros. Islam melarang perbuatan yang *isyraf* atau melampaui batas dimana salah satunya yaitu bermewah-mewahan dan pemborosan. Dimana aktivitas tersebut terlalu menghambur-hamburkan harta tanpa ada faedahnya dikarenakan hanya menuruti hawa nafsu semata. Hal ini sebagaimana tertuang di dalam Q.S Al-Isra' ayat 26 yang berbunyi:

وَاتِذَا الْقَرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: "Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan".⁴⁹

Begitupula didalam belanja *online* melalui *e-commerce* Shopee, sebagai kaum muslim seperti mahasiswi program studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2020 harus lebih memperhatikan kembali skala prioritas di dalam membeli barang kebutuhan seperti produk *fashion*. Sebagai umat Islam sebaiknya membeli barang sesuai dengan kebutuhan agar dapat terhindar dari perilaku konsumtif yang hanya mementingkan keinginan daripada mementingkan kebutuhan sehingga dapat memunculkan sifat *tabzir* (sia-sia) dan *isyraf* (melampaui batas).

⁴⁹ *Al-Qur'an Al-Karim* (Kudus: Fa Penerbit & Percetakan Menara, 2010), 257.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Produk *Fashion* Melalui *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2020

Saat ini perilaku konsumtif yang disebabkan oleh belanja online melalui e-commerce seperti Shopee seakan telah menjadi sebuah kebiasaan yang lumrah yang dapat dilakukan oleh setiap orang seperti remaja yaitu mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020. Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor emosional dibandingkan dengan rasio. Dimana pertimbangan-pertimbangan yang diambil dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk lebih ditekankan kepada mode, status sosial, ataupun aspek kemudahan yang didapatkan dibandingkan mempertimbangkan sisi ekonomis.⁵⁰ Salah satu implikasi yang timbul dari perilaku konsumtif tersebut adalah seseorang tidak akan pernah merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.

Berbicara mengenai perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020, terdapat banyak faktor-faktor pendorong yang mempengaruhi perilaku konsumtif pembelian produk *fashion* melalui *online* yaitu *e-commerce* Shopee diantaranya adalah:

a. Adanya fitur gratis ongkir

Fitur gratis ongkir ini tentunya memiliki tujuan untuk bisa menarik minat belanja melalui aplikasi Shopee. Dengan syarat dan ketentuan yang mudah, tentunya fitur ini akan membuat konsumen seperti mahasiswi program studi Ekonomi Syariah 2020 melakukan pembelanjaan ulang pada *e-commerce* Shopee. Berikut adalah syarat & ketentuan yang tertera dalam fitur gratis ongkir Shopee:

⁵⁰ Aeni, "Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang."

Gambar 4.4

Syarat dan Ketentuan Gratis Ongkir

← Syarat & Ketentuan

GRATIS ONGKIR

Voucher Gratis Ongkir
 (Cek di ShopeePay/ShopLater/Bank...)
 Hingga 31.08.2022

Promosi
 Voucher Gratis Ongkir

Masa Berlaku
 01-08-2022 00:00 - 31-08-2022 23:59

Platform
 Android, iOS

Produk
 Produk bertanda Gratis Ongkir di Shopee.

Metode Pembayaran
 SPayLater, ShopeePay, Bank BCA (Dicek Otomatis), Bank Mandiri (Dicek Otomatis), Bank BNI (Dicek Otomatis), Bank BRI (Dicek Otomatis), Bank Syariah Indonesia (BSI) (Dicek Otomatis), Bank Permata (Dicek Otomatis), SeaBank (Dicek Otomatis), CQD, Kartu Kredit/Debit

S&K
 Voucher Gratis Ongkir ini berlaku sesuai ketentuan berikut :
 –
 1. Semua toko bertanda Gratis Ongkir XTRA dengan menggunakan :
 a) Pengiriman Reguler atau Hemat dengan min. belanja 30RB dan potongan 15RB untuk pengiriman dalam Pulau Jawa.
 b) Pengiriman Reguler atau Hemat dengan min. belanja 30RB dan potongan 25RB untuk pengiriman luar Pulau Jawa.
 c) Pengiriman Reguler atau Hemat dengan min. belanja 120RB dan potongan 40RB untuk pengiriman luar Pulau Jawa.
 –
 2. Semua toko bertanda Gratis Ongkir dengan menggunakan :
 a) Pengiriman Reguler atau Hemat dengan min. belanja 120RB dan potongan 20RB.
 b) Pengiriman Kargo, Instant, atau Same Day dengan min. belanja 300RB dan potongan 20RB.
 c) Pengiriman Kargo, Instant, atau Same Day dengan min. belanja 1JT dan potongan 100RB.
 d) Pengiriman Kargo, Instant, atau Same Day dengan min. belanja 3JT dan potongan 250RB.
 –
 3. Semua toko bertanda Shopee Mall dan Dikelola Shopee menggunakan pengiriman Reguler, Hemat, atau Instant Car dengan min. belanja 300RB dan potongan 50RB.
 –
 Cek S&K selengkapnya di halaman Gratis Ongkir Shopee. Dengan menggunakan Voucher ini, Anda telah menyetujui Syarat Layanan Shopee.

Pakai

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan di atas dapat dianalisis bahwa adanya fitur gratis ongkir yang diberikan oleh *e-commerce* Shopee telah memberikan minat dan daya tarik tersendiri di hati mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020, dimana dengan adanya fitur ini mahasiswi merasa lebih hemat ketika belanja produk fashion melalui *online* tanpa harus menanggung ongkir. Namun hal ini tentu memiliki dampak yang kurang baik yang juga dirasakan oleh mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 dimana adanya fitur gratis ongkir ini dapat menjadi faktor pendorong mahasiswi dalam memiliki sifat konsumtif dalam melakukan pembelian produk fashion melalui Shopee.

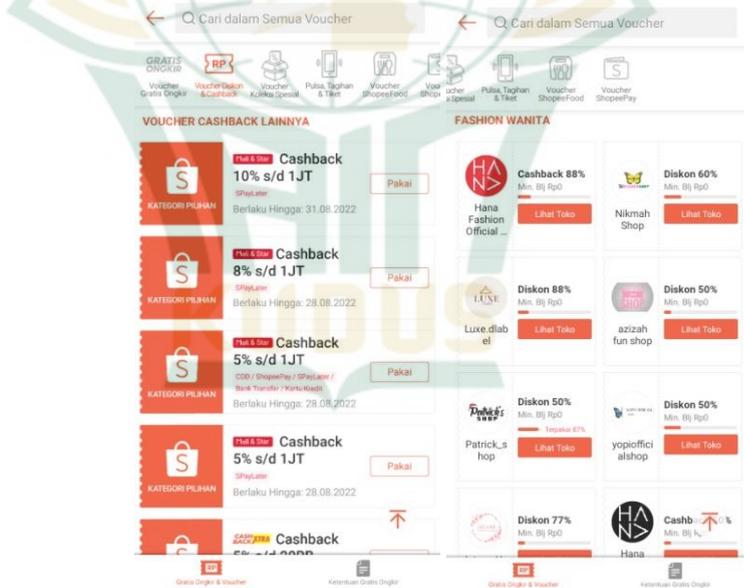
b. Adanya promosi dan diskon

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, dapat dianalisis jika adanya promosi dan diskon yang ditawarkan pada *e-commerce* Shopee yang berlangsung pada jangka waktu tertentu dan dengan nominal tertentu juga menjadi sebuah daya tarik bagi mahasiswi program studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 untuk melakukan belanja *online* produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee secara berulang.

Mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 melakukan belanja produk *fashion* secara *online* dikarenakan adanya diskon, potongan harga, *cashback*, dan pemberian *gift* yang ditawarkan oleh toko ataupun situs pada *e-commerce* Shopee. Adanya penawaran ini mengakibatkan adanya pembelian ulang dan pembelian secara tidak terencana yang dilakukan oleh mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 sehingga memunculkan perilaku konsumtif yang berlebih pada diri mahasiswi.

Gambar 4.5
Promosi dan Diskon pada E-commerce Shopee

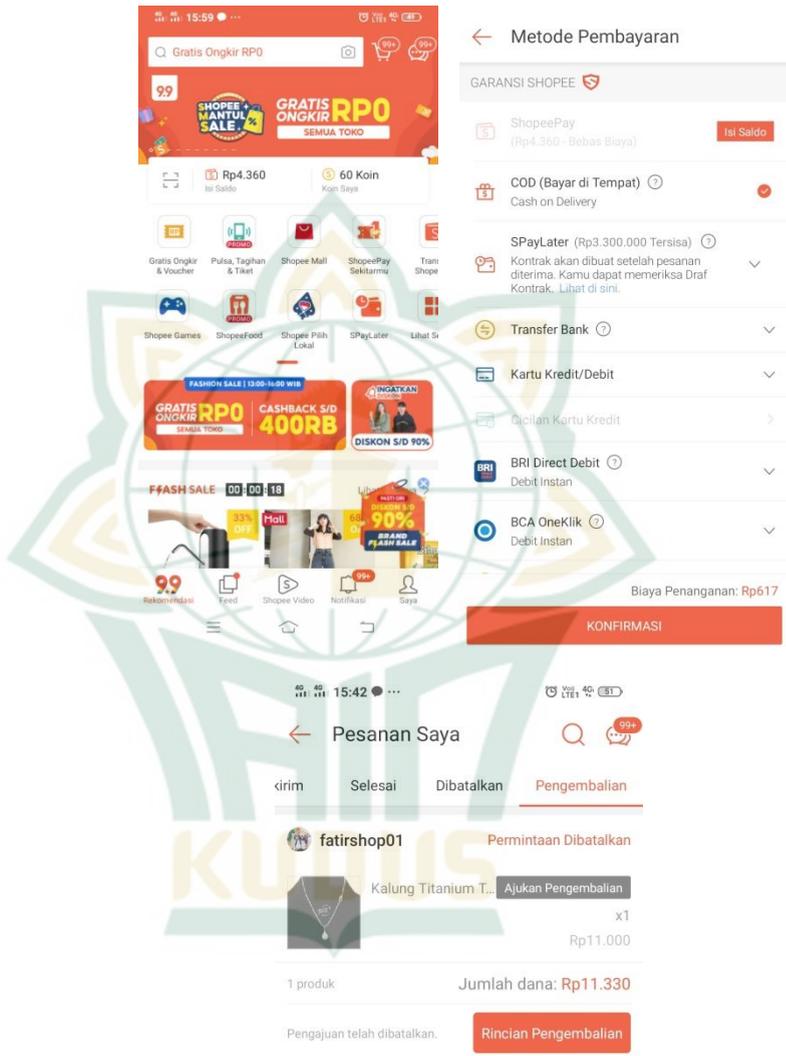


c. Kemudahan yang ditawarkan

Faktor pendorong perilaku konsumtif lainnya yang dapat peneliti analisis berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan adalah adanya kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce Shopee*. Dengan adanya perkembangan zaman, Shopee selalu memberikan perubahan berupa perbaikan dan perkembangan yang lebih baik lagi untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada penggunanya. Hal ini dapat terlihat dari semakin canggih dan banyaknya fitur-fitur baru yang ditawarkan seperti dapat bayar di tempat (COD), *shopeepay later* (melakukan pembayaran secara cicilan), garansi uang kembali, dll.

Berbagai kemudahan yang didapatkan pada fitur Shopee ini yang membuat mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 semakin tertarik ingin terus melakukan belanja *online* produk *fashion* di Shopee. Dengan adanya fitur-fitur tersebut mahasiswi dapat melakukan belanja tanpa terbatas jarak dan waktu sehingga dapat mengakibatkan kecanduan terhadap belanja *online* produk *fashion* melalui Shopee.

Gambar 4.6
Fitur-Fitur Shopee



d. Uang saku yang lebih

Uang saku yang lebih yang didapatkan dari keluarga dapat menjadi faktor utama yang menjadikan mahasiswi memiliki perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan faktor keluarga merupakan sebuah unit yang sangat penting dalam perilaku membeli suatu produk, karena keluarga sendiri merupakan pengaruh konsumsi untuk sedikit atau banyaknya produk.⁵¹

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat dianalisis bahwa mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 terkadang membelanjakan uang saku yang didapatkannya untuk melakukan belanja *online* produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee sehingga implikasi yang dirasakan ialah terkadang uang saku yang didapatkan terasa kurang. Meskipun terkadang mahasiswi juga menyisihkan uang sakunya, namun perilaku konsumtif yang dilakukan secara berlebih jika tidak mulai ditekan maka akan membawa banyak dampak lainnya yang dirasakan oleh diri mahasiswi.

e. Keinginan mengikuti *trend*

Trend fashion merupakan *style* ataupun gaya busana yang paling digemari dan digandrungi oleh masyarakat. Sudah menjadi bagian dari gaya hidup yang mengarah kepada *lifestyle*, *trend fashion* terkini dari seseorang dapat menunjukkan kualitas dari gaya hidupnya.⁵² *Trend fashion* tidak akan pernah berhenti dan selalu akan berubah dari waktu ke waktu. Adanya *trend fashion* yang cepat berubah ini yang mengakibatkan secara tidak langsung menuntut masyarakat untuk ikut juga dalam arus perubahan tersebut.

⁵¹ Rosakusuma, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 Uin Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian)*.

⁵² Septi Rahayu, "Pengaruh Trend Fashion Dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswi Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi" (UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), 15, [http://repository.uinjambi.ac.id/4827/1/repository SEPTI.pdf](http://repository.uinjambi.ac.id/4827/1/repository%20SEPTI.pdf).

Adanya keinginan dan perasaan tuntutan dalam mengikuti *trend* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada diri mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020. Mahasiswi merasa jika apa yang dipunyai oleh teman sebayanya harus pula dimiliki olehnya dengan dalih agar bisa sama dan tidak ketinggalan zaman karena telah mengikuti *trend fashion* yang ada. Hal ini tentunya akan membawa perasaan tidak pernah puas dan tidak pernah cukup terhadap apa yang dimiliki oleh mahasiswi program studi Ekonomi Syariah angkatan 2020.

f. Pengaruh teman

Berdasarkan hasil wawancara dapat dianalisis bahwa pengaruh dari teman merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat memunculkan adanya perilaku konsumtif pada diri mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020. Pengaruh ini dapat berupa ajakan, sindiran, ataupun rasa iri yang ada pada benak mahasiswi ketika teman sebaya mengenakan atau membeli produk *trend fashion* yang cukup menarik. Faktor inilah yang menjadi salah satu peranan besar untuk penentuan keputusan dalam melakukan belanja online produk *fashion* melalui *e-commerce* Shopee.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 terhadap produk *fashion* melalui Shopee sesuai dengan *theory of planned behavior* (TPB) dan yang menyatakan perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku yang berasal dari faktor internal dan eksternal, norma subjektif yang berasal dari lingkungan sekitarnya, dan pengendalian perilaku.⁵³

⁵³ Hermawan, "Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online."

Ketiga hal tersebut ditunjukkan dari faktor internal berasal dari keinginan untuk mengikuti *trend fashion*, faktor eksternal berasal dari adanya uang saku yang dirasa lebih dari cukup. Selanjutnya norma subjektif berasal dari beragam fitur yang ditawarkan oleh Shopee seperti gratis ongkir, diskon, *voucher*, *gift*, *paylater*, dan garansi maupun kemudahan penggunaan aplikasi Shopee. Selain itu *life style* teman juga merupakan faktor norma subjektif sebab teman merupakan lingkungan sekitar dari tiap individu. Adapun kontrol perilaku ditunjukkan dengan kondisi mahasiswi yang tidak dapat mengendalikan rasa untuk membeli produk *fashion*, sehingga mendorongnya untuk selalu berbelanja.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2020 terhadap produk *fashion* melalui Shopee juga sesuai dengan *theory of reasoned action* (TRA) yang menjelaskan jika niat individu terhadap perilaku dibentuk dari norma subjektif dan sikap pada perilaku yang berasal dari faktor internal maupun eksternal.⁵⁴ Adapun kedua penyebab tersebut sudah dijelaskan pada uraian sebelumnya terkait *theory of planned behavior* (TPB).

⁵⁴ Sarwenda Biduri, dkk “Perspektif Theory Of Planned Behavior Terhadap Intensi PNS Untuk Melakukan Whistleblowing,” 332.