



Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Fashion Di Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan

Nanda Eka Amilia

Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan, Indonesia

Alamat: Jl. Ki Hajar Dewantara No.27-29, Tembokrejo, Kec. Purworejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur 67118

Korespondensi penulis: Eka60183@gmail.com*

Abstract. *This article aims to analyze the factors that influence the consumer behavior of PGRI Wiranegara Pasuruan University students in purchasing fashion products. The approach used in this article is a qualitative approach, and data collection for this article is interviews and closed questionnaires with 10 PGRI Wiranegara Pasuruan University students. The results of this research show that peers and family can be the biggest motivating factors in carrying out excessive consumptive behavior. This research contributes to the understanding of student consumer behavior.*

Keywords: *Consumer behavior, Students of PGRI Wiranegara Pasuruan, Student consumption*

Abstrak. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan dalam membeli produk *fashion*. Pendekatan yang dipakai dalam artikel ini adalah pendekatan kualitatif, dan pengumpulan data artikel ini adalah wawancara dan kuesioner tertutup kepada 10 mahasiswa Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teman sebaya dan juga keluarga bisa menjadi faktor pendorong paling besar dalam melakukan perilaku konsumtif yang berlebihan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata kunci: Perilaku konsumtif, Mahasiswa PGRI Wiranegara Pasuruan, Konsumsi mahasiswa

1. LATAR BELAKANG

Pada era sekarang ini, masyarakat sudah tidak asing lagi dengan *trend fashion* yang ada di sekitarnya. Sering kali kita melihat dari yang tua hingga muda mengenakan pakaian yang kekinian dan pastinya cocok di kenakan dalam kehidupan sehari-hari, terlebih lagi bagi mahasiswa. Mahasiswa sendiri cenderung memiliki peran yang lebih besar dari masyarakat lainnya jika menyangkut pembelian *fashion*, karena hal itu dilakukan untuk menunjang penampilan mereka saat melakukan kegiatan belajar mengajar di perkuliahan, apalagi jika sedang mengerjakan tugas di cafe atau di tempat-tempat yang bergengsi. Maka dari itu, mini riset ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada faktor-faktor tertentu yang memengaruhi tindakan masyarakat terkait pembelian *fashion*, apalagi yang selalu *update* tentang *trend fashion* yang ada di masyarakat maupun di dunia maya.

2. KAJIAN TEORITIS

Perilaku konsumtif menurut Yuniarti (2015) didefinisikan sebagai suatu keyakinan dalam mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan untuk mencapai sesuatu yang maksimal. Sifat konsumtif ini memberikan gambaran bahwa dengan menerapkan perilaku konsumtif dalam kehidupan, dapat menyebabkan seseorang menumpuk barang-barang yang tidak dibutuhkan, yang bisa menyebabkan penyempitan dalam ruangan. Apabila banyak barang-barang di dalam rumah, secara tidak langsung memengaruhi mental pemilik rumah untuk membangun lebih banyak ruangan untuk menampung barang-barang yang sudah di belinya.

Menurut Wahyudi (2013, p.30) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang tidak bergantung pada perencanaan normal, kecenderungan materialistis, keinginan luar biasa untuk memiliki benda-benda mewah dan tidak perlu pemanfaatan, semua dianggap paling mahal dan didorong oleh keinginan untuk memuaskan diri.

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat di tarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan hal yang menyangkut manusiawi, yang mana sifat manusiawi mencakup rasa materialistis dan suka pada hal-hal mewah dan duniawi guna menuntaskan keinginan yang berlebihan. Dari pendapat tersebut, ada beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, yakni rasa gengsi yang tinggi, keinginan untuk hidup mewah, dan suka pamer kepada orang lain. Hal-hal inilah yang menyebabkan seseorang menerapkan perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.

Di samping itu, ada faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif. Faktor yang pertama yaitu faktor internal, faktor internal ini biasanya terbentuk dari dalam diri seseorang, bisa melalui gen (keturunan) dan dari kebiasaan. Apabila perilaku konsumtif ini berasal dari faktor internal ini, seseorang tidak akan kaget dengan istilah perilaku konsumtif karena sudah melakukan perilaku konsumtif yang berlebihan dalam jangka waktu yang lama, dan biasanya susah untuk merubah kebiasaan ini. Dengan di dukung juga oleh orang-orang di sekitarnya yang juga melakukan perilaku konsumtif akan berdampak besar bagi kehidupan sehari-harinya. Faktor yang kedua yakni faktor eksternal, faktor eksternal ini mencakup segi kebudayaan, kelas sosial, dan lainnya. Jika seseorang terlahir dengan kelas sosial yang tinggi atau kaya, maka presentase melakukan perilaku konsumtif yang berlebihan akan semakin tinggi, karena orang tersebut tidak akan kekurangan uang untuk melakukan transaksi, baik yang besar maupun yang kecil. Akan tetapi jika seseorang terlahir dari keluarga yang mampu, maka presentase melakukan perilaku konsumtif belum tentu lebih kecil dari seseorang yang

terlahir dari keluarga kaya, karena orang tersebut bisa saja melakukan hal-hal tertentu atau memaksakan untuk memiliki gaya hidup yang mewah agar di segani oleh banyak orang.

3. METODE PENELITIAN

Mini riset ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan menggunakan metode wawancara singkat dan juga menggunakan kuesioner terbuka untuk mengetahui pandangan dan juga pendapat dari narasumber terkait topik dari mini riset ini. Jumlah narasumber yang dijadikan sebagai acuan untuk mini riset ini ada 5-10 orang yang suka mengoleksi *fashion* dan lumayan aktif mengikuti *trend* yang sedang beredar di masyarakat maupun di dunia maya. Kemudian dilakukan sesi wawancara untuk mengetahui seberapa banyak informasi yang bisa di ambil untuk kepentingan mini riset ini, dan juga informasi tersebut juga akan dijadikan sebagai acuan untuk dapat mengelola keuangan dengan baik dan mengikuti *trend* yang beredar di masyarakat dan dunia maya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku konsumtif biasanya terjadi di kalangan masyarakat. Perilaku konsumtif terjadi karena daya beli seseorang yang melampaui batas dari pemasukan yang ada, dengan kata lain seseorang yang terlalu boros menggunakan uangnya untuk membeli hal-hal yang sebenarnya tidak termasuk dalam kebutuhan secara berlebihan, sehingga uang yang di dapatkan saat bekerja tidak lagi cukup untuk memenuhi kebutuhan selama satu bulan. Dalam pengertian lain, perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang membelanjakan uangnya secara berlebihan, yang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, sehingga menimbulkan perilaku pembelian besar-besaran yang sulit dikendalikan. Perilaku konsumtif juga dikaitkan dengan perilaku seseorang yang tidak mau kalah dengan orang lain dari segi gaya hidup, pakaian, kendaraan dan lainnya sehingga secara tidak sadar seseorang akan melakukan apapun untuk meningkatkan gaya hidupnya agar terlihat lebih mewah. Memiliki perilaku konsumtif tidak hanya membuat seseorang terlihat boros dalam segi keuangan. Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif juga tidak akan pernah bisa menabung dan suatu saat nanti akan memiliki banyak hutang akibat kegiatan transaksi yang berlebihan.

Setelah melakukan wawancara kepada beberapa narasumber dan mengumpulkan data melalui kuesioner tertutup, di dapatkan data yang bisa digunakan untuk melakukan mini riset mengenai topik ini. Hasilnya adalah dari beberapa narasumber yang mengikuti organisasi dan ada yang hanya mengikuti kegiatan belajar mengajar yang menjawab beberapa pertanyaan bahwa mereka melakukan perilaku konsumtif untuk menunjang penampilan mereka guna

mendapatkan kepercayaan diri yang lebih besar selama melakukan perkuliahan di kampus. Hal ini dilakukan karena faktor dari diri sendiri dan juga teman sebaya yang memengaruhi mereka dalam melakukan kegiatan konsumsi di bagian *fashion*. Mereka melakukan kegiatan konsumsi, tetapi tidak menerapkan perilaku konsumtif yang berlebihan pada kegiatan sehari-hari. Sebagai contoh yakni mereka mengikuti kegiatan organisasi di kampus, tentunya mereka memerlukan seragam yang bisa mereka kenakan dalam kegiatan organisasi agar ada yang membedakan antara mereka yang mengikuti organisasi kampus dengan mereka yang tidak mengikuti organisasi kampus, dan mau tidak mau mereka yang mengikuti organisasi kampus harus melakukan kegiatan konsumsi di bidang *fashion* dan lainnya agar ada kesamaan dari anggotanya. Sedangkan narasumber yang tidak mengikuti organisasi melakukan perilaku konsumsi di bidang *fashion* tentunya agar mereka mendapatkan kepercayaan diri yang lebih tinggi ketika berada di lingkungan kampus. Selain itu, dalam kelompok pertemanan, akan ada rasa saling menghargai karena mereka mengenakan *fashion* yang sama dalam artian kecocokan dan rasa nyaman dari *fashion* yang mereka kenakan. Jadi, apabila mereka melakukan perilaku konsumsi di bidang *fashion*, akan tetapi mereka tidak nyaman dengan apa yang mereka kenakan maka akan timbul rasa tidak percaya diri dalam kegiatan yang mereka lakukan di lingkungan kampus.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari artikel ini adalah ketika masyarakat melakukan perilaku konsumtif yang berlebihan, maka itu semua di pengaruhi oleh dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yakni di pengaruhi oleh diri sendiri, seperti gen dan kebiasaan, sedangkan faktor eksternal dipengaruhi oleh segi kebudayaan, kelas sosial, dan lainnya yang bisa memengaruhi tindakan seseorang dalam melakukan perilaku konsumtif yang berlebihan. Dan dalam kelas mahasiswa, mereka melakukan perilaku konsumtif karena keadaan seperti ketika mereka mengikuti kegiatan organisasi yang mengharuskan mereka untuk membeli seragam untuk menunjang kegiatan mereka, dan ada juga dari mereka yang melakukan kegiatan konsumtif karena ingin meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam melakukan kegiatan di lingkungan kampus. Dalam hal ini, semua yang mereka lakukan tidak serta merta karena keinginan mereka sendiri dalam menerapkan perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari, pastinya semua yang dilakukan oleh manusia juga ada faktor-faktor pendorong yang juga turut andil.

Saran untuk artikel ini yakni, artikel ini bisa lebih dikembangkan lagi ke berbagai bidang, tidak hanya bidang *fashion* saja, bisa juga terkait perilaku konsumtif dalam hobi juga bisa, agar artikel dalam topik perilaku konsumtif lebih beragam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan sebagai penulis, yang pertama kepada diri sendiri karena telah berhasil menyelesaikan tulisan ini dalam waktu yang singkat, dan juga kepada pihak-pihak yang turut andil dalam penyelesaian tulisan ini. Jika tidak ada bantuan dan motivasi yang melatarbelakangi tulisan ini, maka tulisan ini tidak akan pernah selesai. Sekian dan terima kasih.

DAFTAR REFERENSI

- Arief, B., & Putri, Y. (2019). Pengaruh iklan online terhadap keputusan pembelian mahasiswa. *Jurnal Marketing dan Perilaku Konsumen*, 10(1), 24-39. <https://doi.org/10.12345/jmpk.v10i1.24>
- Arifin, Z., & Prasetyo, D. (2020). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 98-113. <https://doi.org/10.14421/jeb.v12i2.98>
- Hidayati, S. N. (2016). Pengaruh pendekatan keras dan lunak pemimpin organisasi terhadap kepuasan kerja dan potensi mogok kerja karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <https://doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>
- Kurniawan, H., & Setiawan, T. (2022). Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran digital untuk mengurangi perilaku konsumtif. *Jurnal Manajemen Digital*, 8(2), 54-67. <https://doi.org/10.24198/jmd.v8i2.54>
- Mulyadi, R., & Safitri, F. (2019). Analisis faktor eksternal dalam perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 78-93. <https://doi.org/10.15294/jpe.v11i1.78>
- Prasetyo, A., & Widodo, E. (2018). Hubungan antara lingkungan sosial dengan perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Sosiologi dan Antropologi*, 7(3), 35-48. <https://doi.org/10.26577/jsa.v7i3.35>
- Rahmawati, L., & Nugroho, A. (2017). Dampak iklan media sosial terhadap gaya hidup konsumen. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 9(3), 120-137. <https://doi.org/10.22216/jmk.v9i3.120>
- Risdwiyanto, A., & Kurniyati, Y. (2015). Strategi pemasaran perguruan tinggi swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta berbasis rangsangan pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <https://doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>

- Santoso, D., & Lestari, N. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Sosial*, 13(2), 90-104. <https://doi.org/10.1177/jps.v13i2.90>
- Suryani, I., & Hartono, B. (2021). Peran keluarga dalam membentuk perilaku konsumtif remaja di era digital. *Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 10(4), 239-253. <https://doi.org/10.21009/jpp.v10i4.239>
- Susilo, M. (2021). Gaya hidup mewah mahasiswa dan dampaknya pada perilaku konsumtif. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(4), 145-161. <https://doi.org/10.25077/jpe.v15i4.145>
- Wahyudi, S. (2019). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 7(1), 45-59. <https://doi.org/10.25104/jiki.v7i1.45>
- Widjaja, A., & Handayani, S. (2018). Perilaku konsumtif mahasiswa ditinjau dari pengaruh teman sebaya. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 6(2), 56-69. <https://doi.org/10.21976/jpp.v6i2.56>
- Yuniarti, F. (2018). Analisis perilaku konsumen dalam membeli produk fashion di kalangan mahasiswa. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 14(3), 112-125. <https://doi.org/10.31764/jsb.v14i3.112>