

## Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UINSU

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Syahla ananda, Khoirun Nisa Lubis, Dini Lestari

Email: [dinilestarihasibuan@gmail.com](mailto:dinilestarihasibuan@gmail.com) [syahlaananda2002@gmail.com](mailto:syahlaananda2002@gmail.com) [nisalubis0601@gmail.com](mailto:nisalubis0601@gmail.com)

### ABSTRAK

Studi ini berguna dalam mengetahui pembagian dari gaya hidup hedon dengan sampel mahasiswa FEBI UINSU, dalam melihat pembagian tindakan dan perilaku yang bersifat konsumtif terhadap mahasiswa, juga melihat relasi pola hidup hedon terhadap perilaku konsumtifnya mahasiswa tersebut. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis kualitatif dengan menggunakan rangkuman hasil penelitian dan interpretasi data dan teknik analisis ini bersifat sistematis dan transparan dan juga menggunakan teknik *purposive sampling*. Tindakan konsumtif yaitu pola hidup social individu yang terlihat senang akan membelanjakan uang tanpa melihat pertimbangan yang penting dan matang. Penelitian ini untuk mengidentifikasi perilaku mahasiswa FEBI UINSU terhadap perilaku konsumtif juga faktor yang sekiranya dapat mempengaruhi pola tatanan hidup hedon mahasiswa FEBI dengan polaritas konsumtifnya. Peneliti membatasi masalah untuk para mahasiswa FEBI UINSU. Dalam hal ini tujuan dari studi ini yaitu untuk melihat pola perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UINSU dan mengetahui faktor yang terlibat akan pola perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UINSU akan pola hidup hedonnya. Hasil studi ini diyakinkan bisa mengarahkan evaluasi akan observasi perilaku pola konsumtif tersebut terutama dalam lingkup mahasiswa FEBI UINSU. Hasil studi ini besar pengharapannya agar bisa menjadi rujukan dalam penelitian besar lainnya yang akan datang. Hasil studi ini besar pengharapannya agar dapat menjadi tolok ukur pada pola pemikiran agar mampu mengambil keputusan dengan melalui

pemikiran panjang dan teat sasaran akan keputusan. Hasil studi ini besar pengharapannya agar dapat teraplikasi dan terimplementasi terhadap mahasiswa FEBI UINSU dan menjadi sumber acuan dalam konsep pemikiran konsumtif.

**Kata Kunci:** Manajemen Perubahan, Budaya Organisasi, Mahasiswa UINSU

## PENDAHULUAN

Studi ini dilakukan agar melihat kategorisasi akan pola hidup hedon dari mahasiswa FEBI UINSU, untuk mengetahui kategori dari perilaku konsumtif pada mahasiswa, dan mengetahui hubungan gaya hidup *hedonis* dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis kualitatif dengan menggunakan rangkuman hasil penelitian dan interpretasi data dan teknik analisis ini bersifat sistematis dan transparan dan juga menggunakan teknik *purposive sampling*. Sikap bergaya konsumtif yaitu pola hidup seseorang yang senang membelanjakan uang tanpa melihat kebutuhan dan pemikiran yang lebih matang. Berdasarkan pendapat Setiaji mengenai perbelanjaan uang tersebut tanpa pertimbangan khusus dan dalam (Minanda et al., 2018) mengatakan bahwasannya sikap konsumtif yang secara berlebihan dan kalap mata dalam memberi barang. Terlihat dari pengetahuan tersebut maka harus dihindari sikap konsumtif karena dapat membawa kerugian.

- a. Perbelanjaan uang yang membombastis padahal secara naluriah hal tersebut tidak dibutuhkan.
- b. Keinginan berbelanja yang tidak terkontrol.
- c. Sikap boros akan hedon dan sulit untuk dikendalikan.
- d. Terdapat rasa persaingan sosial akan perkembangan gaya hidup dan semakin banyaknya barang baru yang memancing orang agar membeli hal tersebut.
- e. Lupa akan kaidah menabung.
- f. Tidak mempersiapkan untuk kebutuhan yang akan datang secara khusus.
- g. Tidak memikirkan cadangan dana darurat.

- h. Kesulitan akan membedakan kebutuhan dan keinginan sesaat.

Menurut Mujahidah (2020) terdapat tiga jenis sikap konsumtif yakni:

- a. Jenis konsumtif adiktif (*addictive consumption*), adalah pemakaian barang karena unsur ketagihan.
- b. Jenis konsumsi kompulsif (*compulsive consumption*), adalah perilaku untuk terus berbelanja tanpa melihat kebutuhan yang lebih penting. dan
- c. Jenis pembelian impulsif (*impulsive buying*), akan membeli secara impulsif akan jasa mempunyai kepentingan untuk individu. Membeli suatu produk ataupun bentuk jasa tanpa adanya perencanaan.

## **METODE**

Desain studi: Penelitian ini memakai konsep penelitian kualitatif memakai teknik studi kasus. Penelitian ini berguna dalam melihat perilaku mahasiswa FEBI UINSU akan perilaku konsumtifnya juga mengetahui yang mempengaruhi pola hidup hedon akan mahasiswa FEBI UINSU terhadap perilaku konsumtif. Peneliti membatasi masalah untuk mahasiswa FEBI UINSU. Teknik observasi data dengan wawancara, observasi partisipan juga analisis dokumen. Partisipan yang diobservasi adalah mahasiswa UINSU.

## **PEMBAHASAN**

### **A. GAYA HIDUP**

Setiadi (2010) menyatakan dalam Azizah (2020): 5) Gaya hidup seseorang adalah cara hidup yang dipengaruhi oleh seberapa baik mereka mengatur waktunya, bagaimana perasaan mereka tentang diri mereka sendiri, dan lingkungan tempat mereka tinggal. Dalam studi mereka di Azizah (2020:5) Gaya Hidup, Minor dan Mowen mendiskusikan bagaimana orang hidup, membelanjakan uang, dan berbagi waktu. Akibatnya, biasanya dikemukakan bahwa contoh kehidupan adalah perspektif orang lain dan disalurkan sebagai olahraga, kegiatan rekreasi, dan perspektif pengeluaran dan distribusi uang (Azizah, 2020).

Kecenderungan seseorang mengenai bagaimana ia menginvestasikan waktu dan uangnya tercermin dalam pola penggunaan yang tercermin dalam cara hidupnya. Selain itu, dari

pengertian di atas secara umum dapat diartikan bahwa gaya hidup menggambarkan cara seseorang bertindak, terutama cara hidupnya, menggunakan uang dan menyumbangkan tenaganya (Azizah, 2020).

Komponen penting dari mode dan gaya yang khas adalah desain. Hal-hal seperti pakaian dan ornamen yang dikenakan pada tubuh digunakan sebagai penutup dan peningkatan, namun juga sebagai korespondensi untuk menyampaikan pribadi seseorang. Dalam perkembangan selanjutnya, fashion telah berkembang melampaui pakaian dan perhiasan seperti kalung dan gelang untuk memasukkan barang-barang berguna lainnya yang menggabungkan elemen desain yang canggih dan khas untuk menjadi alat yang dapat meningkatkan penampilan seseorang (Hendariningrum & Susilo, 2008).

Menurut Jakson (2005) dalam Cleopatra (2015: 2) membagi tiga kelompok indikator gaya hidup

- a. Dasar atau wajib ada: *survival, health, reproduction, friendship and security.*
- b. Sosial: *ways of communicating the important social, psychological and cultural dimensions of our lives.*
- c. Social practices: *the often habitual tasks and actions that constitute the basis for ordinary everyday living.*

Dikatakan bahwa gaya hidup modern dapat menjadi 'Livelihoods', gaya hidup sebagai 'Life-satisfaction', gaya hidup sebagai 'Social Conversation'. Begitu pula gaya hidup juga dapat dikelompokkan menjadi sektor gaya hidup dan segmentasi gaya hidup (Cleopatra, 2015)

## **B. PERILAKU KONSUMTIF**

Menurut Ancok (2004) dalam Kanserina (2015: 2) "Perilaku pemanfaatan adalah kecenderungan individu untuk mengkonsumsi yang tidak dibatasi". Individu lebih khawatir tentang unsur-unsur yang dekat dengan rumah daripada tindakan normal mereka, atau lebih khawatir tentang kebutuhan mereka daripada kebutuhan mereka sendiri (Kanserina, 2015).

Menurut Astuti (2011) dalam Kanserina (2015:2) Perilaku tidak wajar dapat dilihat sebagai demonstrasi penggunaan barang yang tidak lengkap, terutama barang bekas yang belum pernah digunakan oleh seseorang yang pernah menggunakan barang serupa dari merek lain atau bisa juga mengatakan bahwa dia mendapatkannya karena dia memiliki hadiah atau hadiah. pembelian suatu produk karena penggunaannya yang meluas (Kanserina, 2015).

Patricia dan Handayani (2014: Perampok dan Jones mengatakan: 2) Lingkungan telah terpengaruh secara negatif oleh perilaku konsumsi yang berlebihan. Pertama, ketika kita berbicara tentang input yang digunakan untuk membuat suatu produk, ini berarti menggunakan sumber daya yang tidak diperlukan karena lebih banyak dibutuhkan. Efek kedua adalah perilaku konsumsi high-end membuang produk. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen membuang produk secara berlebihan, membutuhkan lingkungan untuk menerima tingkat penggunaan produk yang tinggi. (Patricia & Handayani, 2014).

Dalam Patricia dan Handayani (2014: Tambunan, 2001), 2) Perempuan adalah aktor utama konsumerisme. Cara pembeli wanita berperilaku, terutama mereka yang lebih memperhatikan variasi dan bentuk daripada masalah dan penggunaan khusus, tertarik oleh pengaruh penjual, cepat merasakan suasana toko dan senang berbelanja terlepas dari apakah itu hanya di jendela. berbelanja (meneliti tetapi tidak membeli) (Patricia & Handayani, 2014).

### **C. IDENTIFIKASI MAHASISWA FEBI UINSU**

Dari seluruh subjek, 35,8% termasuk dalam kelompok peminum ringan, 6 orang dalam kelompok peminum sedang, dan 19 orang (48,7%) dalam kelompok tinggi. Dapat dikatakan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki tingkat perilaku konsumsi yang tinggi.

Mahasiswa UINSU FEBI gemar membeli barang mewah, hal ini tercermin dari feedback audience dengan perilaku konsumtif yang tinggi yang menunjukkan: Saya suka membeli barang mahal, saya membeli barang mahal untuk menjaga status saya, saya memakai pakaian mahal untuk menjaga gengsi saya, artinya saya suka barang bermerek yang saya gunakan untuk mendapatkan pujian teman. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi tinggi mahasiswa FEBI UINSU dilakukan untuk merepresentasikan simbol dan status atau prestise yang mereka peroleh dalam menjalani profesi ini. Mahasiswa membeli barang bermerek, membeli barang import dengan harga tinggi untuk menunjukkan citranya kepada teman maupun masyarakat. Hal ini sejalan dengan penuturan Wahyudi (2013) dalam Patricia dan Handayani (2014: 5) bahwa berbelanja pada akhirnya menjadi kegiatan sosial dan suatu saat menjadi kompetisi diri sendiri (memutuskan untuk membeli atau tidak), terutama kompetisi antara teman dan anggota masyarakat lainnya sebagai simbol status, prestise dan citra manusia modern (Patricia & Handayani, 2014).

Dari 39 subjek, 19 subjek (48,7%) termasuk dalam kelompok gaya hidup hedonis tinggi, 6 orang (15,4%) termasuk dalam kelompok hedonis sedang dan 4 orang (35,9%) termasuk dalam kelompok gaya hidup hedonis rendah. . Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki gaya hidup hedonistik tingkat tinggi.

Sebagian orang beranggapan bahwa subjek dengan gaya hidup hedonis tinggi beranggapan bahwa apa yang dimiliki adalah kemewahan dan mahal, maka 14: tiada hari tanpa pergi ke mall dan point 15 :Saya menghabiskan waktu di karaoke setiap minggu, item berikutnya point 16: hidup mewah akan membuatku bahagia dan point 18: Saya menggunakan smartphone terbaru dengan fitur mewahnya. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonistik yang tinggi terdapat di kalangan mahasiswa FEBI UINSU dalam hal aktivitas yaitu bersenang-senang dengan pergi ke karaoke, pergi ke mall dan membeli barang-barang mahal termasuk handphone, mobilitas, jika dilihat dari segi mobilitas mahasiswa UINSU FEBI percaya bahwa hidup mewah membawa kebahagiaan bagi mereka dan dari segi kesukaan terlihat jelas bahwa mereka menyukai kemewahan dan produk bermerek. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Adlin Masmuadi dan Rachmawati (2007) dalam Patricia dan Handayani (2014: 6) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan gaya hidup adalah penetapan harga produk yang ditentukan oleh pola pikir dan nilai-nilai yang dihayati masyarakat dan dapat disampaikan. Tentunya pada mahasiswa UINSU FEBI, nilai-nilai hedonistik yang dimilikinya diwariskan dari senior ke junior, yang menyebabkan tingginya tingkat gaya hidup hedonistik pada mahasiswa UINSU FEBI. Hal ini seperti yang diungkap Anggraini (2012) dalam Patricia dan Handayani (2014: 6) dalam penelitiannya tentang pengalaman komunikasi konsumen wanita dengan gaya hidup yang digerakkan oleh merek. Penelitian ini mengungkapkan bahwa identitas pribadi sangat penting bagi setiap wanita. Dalam pencarian identitasnya, perempuan dalam kehidupan kelompok yang memiliki hubungan dekat dengan kelompok acuannya akan mampu mempengaruhi perempuan dalam membentuk sikap dan identitas yang mereka ekspresikan dalam gaya hidup tertentu (Patricia & Handayani, 2014).

## **KESIMPULAN**

Pertama berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif gaya hidup hedonis secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada

Mahasiswa FEBI UINSU hal ini mengandung pengertian semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada Mahasiswa FEBI UINSU dan gaya hidup Hedonis memberikan kontribusi terhadap perilaku Konsumtif pada Mahasiswa FEBI UINSU sebesar 41,1%.

Kedua berdasarkan hasil kategorisasi pada Gaya Hidup Hedonis diketahui bahwa responden dengan gaya hidup hedonis tinggi (48,7%) lebih banyak bila dibandingkan dengan responden yang memiliki gaya hidup hedonis sedang (15,4%) dan rendah (35,9%). Sama halnya dengan hasil kategorisasi perilaku konsumtif responden yang memiliki perilaku konsumtif tinggi (48,7%) lebih banyak bila dibandingkan dengan responden yang memiliki perilaku konsumtif sedang (15,4%) dan rendah (35,9%).

## DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Cleopatra, M. (2015). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 5(2), 168–181. <https://doi.org/10.30998/formatif.v5i2.336>
- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/38/42>
- Kanserina, D. (2015). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1), 1–11.
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS HALU OLEO KENDARI. *Energies*, 6(1), 1–8. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ruma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier>

.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333  
E295FCD8

Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 1(1), 1–18. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>

Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X.” *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 10–17. <https://www.neliti.com/id/publications/127078/>