

**GAYA HIDUP MAHASISWA ADANYA BELANJA ONLINE  
(STUDI MAHASISWA JURUSAN PERBANKAN SYARIAH UIN SUMATERA UTARA)**

**Alya Abdul Ramadhani, Melisa Ananda Putri Ritonga, Dini Lestari**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang,  
Sumatera Utara 20371

[Email: alyaabdoel@gmail.com](mailto:alyaabdoel@gmail.com), [melisaananda721@gmail.com](mailto:melisaananda721@gmail.com),  
[dinilestarihasibuan@gmail.com](mailto:dinilestarihasibuan@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Lifestyle of Students Online Shopping (Case Study of Students of Islamic Banking Department, State Islamic University of North Sumatra). The purpose of this research is to find out how the lifestyle of students with online shopping. The type of research used is descriptive qualitative and data collection techniques using interviews. With the development of technology and information, it makes it easier for us to do things, one of which is changing the shopping lifestyle, where customers usually go to offline figures to make purchases, now switching to online figures that customers can operate anytime and anywhere, with this convenience, students tend to like activities that are easier to do, apart from that there is a change in social status which is seen by the trend of online shopping to fulfill desires rather than to actually meet consumer needs.*

**Keywords:** *Lifestyle, Online Shopping, Consumptive Behavior*

**ABSTRAK**

Gaya Hidup Mahasiswa Adanya Belanja Online (Studi Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gaya hidup mahasiswa adanya belanja online. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dan teknik pengumpul data menggunakan wawancara. Dengan berkembangannya teknologi dan informasi memudahkan kita dalam melakukan suatu hal, salah satunya perubahan gaya hidup berbelanja, yang biasanya pelanggan pergi ke tokoh offline untuk melakukan pembelian, kini beralih ke tokoh online yang dapat dioperasikan pelanggan kapanpun dan dimanapun, dengan adanya kemudahan tersebut membuat mahasiswa cenderung menyukai aktivitas yang lebih mudah dilakukan, selain itu adanya perubahan status sosial yang dipandang dengan tren berbelanja online untuk memenuhi keinginan semata bukan untuk benar-benar kebutuhan konsumen.

**Kata Kunci:** *Gaya hidup, Belanja Online, Perilaku Konsumtif*

**PENDAHULUAN**

Berkembangnya teknologi dan informasi telah mengubah dunia, banyak perubahan nyata yang dialami masyarakat dalam kehidupannya, salah satunya adalah hadirnya teknologi internet yang mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam berkomunikasi dan

mengakses informasi-informasi dengan cepat. Kekuatan globalisasi tercermin pada perubahan perilaku masyarakat khususnya pada individu yang mudah menyerap dan mengikuti perkembangan globalisasi. (kunto:1999)

Perubahan perilaku masyarakat dapat diamati dari penggunaan internet, dimana sebelumnya non pengguna internet menjadi pengguna internet aktif. Hal ini menunjukkan pola perilaku masyarakat yang lebih banyak menggunakan internet sebagai salah satu aktivitas kesehariannya, bahkan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan sosialnya.

Pengguna internet yang semula cenderung untuk komunikasi pemasaran dan pencitraan, kini sebagian sudah menggunakannya sebagai transaksi pembelian. Transaksi pembelian dalam internet biasa kita sebut dengan online shopping. Hanya perlu terhubung dengan internet untuk melakukan transaksi jual beli secara online, berbelanja jadi lebih mudah dan hemat waktu. (T. Suryani: 2013)

Di era modern saat ini, siswa tidak dapat dipisahkan dari internet. Partisipasi mahasiswa dalam menggunakan internet memungkinkan mereka untuk memanfaatkan berbagai kemudahan yang disediakan oleh internet, terutama dalam hal pembelian. Penggunaan internet telah membawa banyak perubahan pada gaya hidup mahasiswa, termasuk berbelanja. Dalam hal ini dapat memberikan trend konsumsi di masyarakat. Kebanyakan orang, terutama mahasiswa, berbelanja online tidak hanya untuk kebutuhan tetapi juga untuk kesenangan dan gaya hidup, yang merupakan pemborosan pribadi atau dapat dilihat sebagai perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif pada pemilihan barang menunjukkan adanya pengaruh modernisasi, di mana fungsi barang diabaikan dan trend barang menjadi pertimbangan utama dalam pemilihannya (Wahyuni: 2016). Kegiatan belanja secara online ini menjadi hal keseharian dan dapat dikatakan sebuah gaya hidup konsumtif karena sudah biasa dilakukan, bahkan dilakukan secara terus menerus, berkelanjutan, dan menjadi ketergantungan. (Tamam: 2013)

Oleh karena itu peneliti ingin melihat lebih dalam tentang belanja online dari segi sosial ekonomi yaitu gaya hidup mahasiswa adanya belanja online (studi kasus jurusan perbankan syariah, universitas islam negeri sumatera utara).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Pengaruh Internet dalam Perkembangan Online Shop**

Kemajuan teknologi saat ini semakin pesat. Dengan perkembangan teknologi membuat internet menjadi salah satu fasilitas media yang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja. Namun internet memunculkan fenomena baru dalam proses jual beli barang. Hanya dengan membuka website para pembeli sudah dapat melihat produk yang ditawarkan. Kemudahan dalam mengakses internet tersebut melahirkan online shop yang saat ini sudah menjadi pilihan

alternatif dalam berbelanja. Hal ini membuktikan bahwa saat ini teknologi telah berhasil memegang peranan penting dan signifikan dalam kehidupan manusia.

## 2. Online Shop dan Belanja Online

Dari segi bahasa, toko online berasal dari dua suku kata, yakni toko dan online. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, toko berarti sebuah tempat atau bangunan permanen untuk menjual barang-barang (makanan, minuman, dan sebagainya). Sedangkan online yang terjemahan bahasa Indonesianya adalah dalam jaringan atau disingkat daring menurut wikipedia adalah keadaan di saat seseorang terhubung ke dalam suatu jaringan atau sistem yang lebih besar. Jadi berangkat dari dua pengertian secara bahasa tersebut kita dapat mengartikan toko online sebagai tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan dalam hal ini jaringan internet. (Muhammad yusuf: 2012)

Belanja *online* merupakan sebuah media yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa secara langsung dari penjual dengan media internet menggunakan *web browser*. Pembelian *online* atau *E-commerce* merupakan sebuah aktivitas penjualan dan pembelian barang atau jasa melalui fasilitas internet (ferraro, 1998 dalam peristian 2009: 22)

Pada umumnya belanja online dimulai ketika konsumen memilih barang atau jasa yang diinginkannya, kemudian konsumen menghubungi penjual untuk memastikan ketersediannya melalui kontak yang dilakukan oleh website atau blog belanja online tersebut, setelah terjadi kesepakatan maka konsumen akan membayar. Jika pembayaran telah dikonfirmasi, penjual mengirimkan barang yang dibeli konsumen melalui jasa pengiriman yang telah disepakati. Namun tidak hanya melalui jasa pengiriman, konsumen dapat menerima barang, tetapi barang juga dapat dikirimkan dalam bentuk COD (Cash On Delivery). COD sendiri dapat dipahami sebagai suatu bentuk pembayaran yang dilakukan pada saat konsumen menerima barang atau produk. Tentunya hal ini juga tidak terlepas dari kesepakatan antara penjual dan pembeli di awal.

## 3. Gaya Hidup Mahasiswa dan Konsumerisme

Gaya hidup mahasiswa dapat dikatakan sebagai konsumerisme yang menunjukkan identitas diri yang dicirikan atau disimbolkan oleh atribut tertentu. Konsumerisme adalah suatu pola pikir serta tindakan dimana orang melakukan tindakan membeli barang bukan dikarenakan ia membutuhkan barang itu tetapi dikarenakan tindakan membeli itu sendiri memberikan kepuasan bagi dirinya (M Chairul Basrun, 2018). Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang tersebut hidup, bagaimana orang membelanjakan uangnya, dan bagaimana orang mengalokasikan waktunya. (mowen 2002:163)

Mahasiswa dianggap oleh masyarakat sebagai pribadi yang terpelajar, dewasa berpikir, berpenampilan menarik, rapi dan santun. Pandangan ini pada akhirnya memungkinkan mahasiswa untuk membuat diri mereka terlihat menarik, elegan, dan rapi. Hal ini sering diartikan oleh mahasiswa bahwa untuk tampil menarik, mereka harus mengenakan pakaian atau atribut baru dan bermerek, membeli produk untuk menjaga gengsi, membeli barang mahal agar terlihat menarik, membeli produk-produk agar terlihat bagus dan membeli barang mahal agar menonjol dan lebih indah. Hal inilah yang akhirnya menginspirasi para mahasiswa untuk mengadopsi gaya hidup konsumtif untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka, salah satunya belanja online.

## **METODE**

Penelitian dengan judul Gaya Hidup Mahasiswa adanya belanja online (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). merupakan penelitian yang menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptik. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperdalam narasi narasumber sehingga diperoleh data yang dibutuhkan secara mendalam.

Sumber data yang digunakan yaitu data primer sumber yang digunakan wawancara dan data sekunder sumber buku, artikel, jurnal, skripsi dan situs di internet.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara, wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan alat penelitian yang telah dipersiapkan sebelumnya berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah ditulis sebelumnya yang juga telah disiapkan alternatif jawabannya (Sugiyono, 2017).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Alasan Mahasiswa Berbelanja Online**

#### **A. Pengaruh Teman**

Setiap tindakan manusia mau tidak mau didasarkan pada suatu alasan yang dapat muncul dari dalam dan luar diri setiap individu. Alasan yang muncul dari dalam bisa disebut faktor internal. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang menyebabkan individu melakukan hal-hal di luar dirinya, seperti keselarasan teman sebaya. Bagi mahasiswa yang memiliki banyak teman, dapat memudahkan mereka menemukan hal-hal baru, termasuk pilihan berbelanja.

Dari data yang dikumpulkan peneliti, sebagian besar informasi menunjukkan bahwa keberadaan teman-teman mahasiswa tersebut yang sering berbelanja online juga dapat mempengaruhi penggunaan internet oleh mahasiswa sebagai pilihan berbelanja. Studi ini menunjukkan bahwa lingkaran pertemanan juga dapat menjadi tekanan untuk mempengaruhi dan mendorong siswa untuk memilih berbelanja online.

#### **b. Kemudahan Berbelanja Online**

Di era millennial saat ini, internet memungkinkan sistem belanja berkembang dengan sangat cepat, khususnya keberadaan toko online memudahkan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi setiap individu. Dalam belanja online selalu menghadirkan banyak kemudahan untuk berbelanja dan memenuhi kebutuhan konsumsi mahasiswa. Dari data yang diperoleh peneliti, terlihat bahwa mereka memilih berbelanja online juga berdasarkan kemudahan yang mereka miliki saat berbelanja.

Menurut Rahayu (2017) kemudahan adalah suatu kondisi dimana konsumen meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakaiannya. Pada saat pertama kali bertransaksi calon pembeli akan mengalami kesulitan, karena tidak tahu cara bertransaksi secara online pembeli cenderung mengurungkan niatnya untuk berbelanja online. Oleh karena itu, banyak akun online shop yang menyediakan layanan dan fitur petunjuk bagaimana cara bertransaksi online.

Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan pembelian dapat memiliki pengaruh besar pada pilihan individu. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka alasan mahasiswa memilih berbelanja online sangat relevan karena pengaruh kemudahan yang diberikan dalam sistem toko online. Pengaruh kemudahan berbelanja pada akhirnya akan membuat mahasiswa memilih berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan mudah, menghemat waktu dan tenaga.

### c. Pengaruh Iklan

melalui iklan promosi yang dipublikasikan di toko online mereka, dapat mempengaruhi suasana hati orang. Bagi mahasiswa yang lingkungan pergaulannya serba digital, akan mudah mengetahui ketika sebuah toko online memasang iklan yang mempromosikan produk yang mereka jual.

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa memang terdapat sesuatu dalam iklan yang disediakan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang mahasiswa. Pengaruh iklan sebenarnya cukup penting dalam membentuk pola konsumsi seseorang yang pada akhirnya membentuk gaya hidup. Apalagi bagi seorang mahasiswa yang kini lebih banyak menghabiskan waktu untuk mengakses media khususnya internet, dan tidak menutup kemungkinan ia terpengaruh oleh iklan.

Menurut pandangan Mazhab Frankfurt, seperti Adorno dan Marcuse, berpendapat bahwa iklan sebagai sarana membujuk orang untuk membeli dan mengkonsumsi barang yang sebetulnya tidak mereka butuhkan. Iklan juga berpengaruh dalam memelihara masyarakat kapitalis dengan menciptakan kebutuhan palsu terhadap orang-orang yang dirayu dengan aliran barang-barang. (Suyanto, 2014: 237). Aliran pemikiran ini menunjukkan bahwa memang sebagai makhluk sosial, seseorang mudah menerima informasi yang disebarluaskan termasuk informasi dari media periklanan, sehingga tidak dapat disangkal mengakui bahwa dia memilih untuk membeli sesuatu. Karena sangat dipengaruhi oleh iklan yang diberikan tidak berdasarkan permintaan yang sebenarnya.

## 2. Gaya Hidup Mahasiswa dengan Berbelanja secara Online

a. **Tren Belanja Online di Indonesia Menimbulkan Gaya Hidup**

Munculnya layanan jual beli media online telah merubah kebiasaan membeli mahasiswa dari yang semula membeli dengan cara datang ke tokohnya langsung sekarang beralih ke cara modern yaitu melalui cara online. Internet, termasuk media sosial, merupakan sarana cepat untuk menyampaikan unsur budaya baru yang kemudian akan diterapkan pada pola tindakan baru yang pada akhirnya akan membentuk gaya hidup masyarakat murid. Kemajuan teknologi ini dapat membantu perubahan pola budaya dan konsumsi masyarakat.

fenomena yang menonjol dalam masyarakat Indonesia saat ini, yang menyertai kemajuan ekonomi adalah berkembangnya budaya konsumsi yang ditandai dengan berkembangnya gaya hidup, yang dalam hal ini adalah tren belanja online (piliang: 2004)

Dalam penelitian ini ditunjukkan bahwa belanja online tidak hanya sekedar hobi tetapi juga dikaitkan dengan kalangan mahasiswa sebagai gaya hidup sehingga menimbulkan konsumerisme karena dengan adanya belanja online dapat mengubah tukar menukar yang semula jarang dibeli, tetapi dengan toko online yang telah berubah. menjadi semakin populer karena konsumsinya untuk tujuan pemuas kebutuhan dasar kemudian dapat diubah menjadi konsumsi untuk tujuan pemuas nafsu dan kepuasan semata.

b. **Gaya Hidup Belanja Online Mahasiswa Terkait Pola Konsumsi dan Status Sosial**

Cara hidup yang melekat pada seseorang pasti melewati fase tertentu juga. Tahapan yang dimaksud adalah proses dari saat mereka memulai pengalaman belanja online mereka hingga akhir belanja online yang menciptakan gaya hidup bagi para siswa ini. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sebagian besar masyarakat yang menjadikan belanja online sebagai gaya hidup berawal dari rasa ingin tahu tentang belanja online kemudian menemukan titik dimana mereka merasa dihargai dan dimudahkan. Hingga akhirnya merubah pola konsumsi mereka sebagai gaya hidup mereka

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pola konsumsi dalam berbelanja *online* dapat menimbulkan gaya hidup dimana Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. yang mana relevan dengan pernyataan Mowen (2002: 163) yaitu menyatakan bahwa gaya hidup menunjukkan bagaimana orang tersebut hidup, bagaimana orang membelanjakan uangnya, dan bagaimana orang mengalokasikan waktunya.

Selanjutnya terkait status sosial, belanja online memang menjadi hal yang sangat menarik untuk dikaji dari sudut pandang sosial karena merupakan bagian dari budaya, khususnya budaya populer. Belanja online tidak hanya merupakan kegiatan yang hanya melibatkan materi saja, tetapi juga melibatkan faktor sosial budaya yang dapat mempengaruhi perbedaan status sosial.

Dalam studi ini, menunjukkan bahwa mereka bergaya saat berbelanja online, bahwa sebagai mahasiswa, mereka ingin dilihat oleh orang lain sebagai makhluk yang modern. Belanja online

merupakan cara bagi mereka untuk menjaga lingkungannya baik dari segi pola konsumsi maupun status sosial dengan cara berbelanja online.

### c. Belanja Online dan Masyarakat Konsumsi

Hadirnya toko online yang semakin populer menjual berbagai macam barang kebutuhan masyarakat termasuk produk fashion akan semakin meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam bertransaksi melalui belanja online untuk memenuhi kebutuhannya dan bagi mahasiswa hal ini dapat menunjang fashion dan penampilan yang sudah dianggap sebagai masalah penting. Dengan fasilitas belanja online, mahasiswa saat ini telah menjadi masyarakat konsumeris. Perilaku konsumtif belanja online mahasiswa adalah perilaku mahasiswa dalam membeli barang tanpa pertimbangan terlebih dahulu dan tidak berdasarkan faktor permintaan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa ketika melakukan aktivitas belanja online hanya dilandasi keinginan untuk mendapatkan produk online yang memuaskan tanpa memikirkan prinsip penggunaan produk tersebut, karena hanya mementingkan nilai produk premium yang ada di toko online.

Penelitian ini menunjukkan bahwa bagi mahasiswa yang memilih untuk berbelanja online tentunya dapat menimbulkan gaya hidup baru bagi mereka yang dalam hal ini adalah mahasiswa yang konsumtif. Hal tersebut pula yang dapat membawa mahasiswa belanja online ke dalam masyarakat konsumtif dan mempengaruhi perubahan gaya hidup konsumen mereka. Masyarakat konsumsi bagi Baudrillard merupakan masyarakat yang secara tidak sadar telah menjadikan konsumsi sebagai pusat aktivitas kehidupan dengan hasrat yang kuat akan materi dan selalu ingin berbelanja (Irkham, 2012 dalam Trigita Ardikawati J.T, 2013),

## **KESIMPULAN**

Belanja online merupakan sebuah media yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa secara langsung dari penjual dengan media internet menggunakan web browser. Pembelian online atau E-commerce merupakan sebuah aktivitas penjualan dan pembelian barang atau jasa melalui fasilitas internet. Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang tersebut hidup, bagaimana orang membelanjakan uangnya, dan bagaimana orang mengalokasikan waktunya. Gaya hidup mahasiswa dapat dikatakan sebagai konsumerisme yang menunjukkan identitas diri yang dicirikan atau disimbolkan oleh atribut tertentu. Konsumerisme adalah suatu pola pikir serta tindakan dimana orang melakukan tindakan membeli barang bukan dikarenakan ia membutuhkan barang itu tetapi dikarenakan tindakan membeli itu sendiri memberikan kepuasan bagi dirinya. Belanja online memang menjadi hal yang sangat menarik untuk dikaji dari sudut pandang sosial karena merupakan bagian dari budaya, khususnya budaya populer.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Kunto, A.A, Mata Rantai Hedonisme. Kecil Bahagia, Muda Foya-foya, Tua Kaya-raya, Mati Maunya Masuk Surga, ( Yogyakarta: Kanisiu,1999), 86-92

Muhammad Yusuf dan Ahmad Yusuf, 1 Jam Membuat Toko Online dengan JoomlaVirtuemart, Yogyakarta, Expert, 2012, hlm. 1.

T. Suryani, Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

dkk Wahyuni, “Gaya Hidup Remaja Kelas Menengah Kota Pekalongan,” J. Educ. Soc. Stud., vol. 5, no. 1, pp. 1–7, 2016.

B. Tamam, “Peningkatan Ecoliteracy siswa sebagai Green Consumer melalui Pemanfaatan Kemasan Produk Konsumsi dalam Pembelajaran IPS,” J. Pendidik. Ilmu Sos., vol. 24, no. 2, pp. 227– 238, 2013.

Muhammad Yusuf dan Ahmad Yusuf, 1 Jam Membuat Toko Online dengan JoomlaVirtuemart, Yogyakarta, Expert, 2012, hlm. 1.

Peristian, I. (2009). Pengaruh Respon Konsumen Terhadap E-Commerce : Studi Pada Pelanggan E-Commerce di Yogyakarta. Skripsi. Eprints UAJY, 22.

Umanailo, M. Chairul Basrun. (2018). Konsumerisme. Tersedia di:  
[https://www.researchgate.net/publication/323943765\\_KONSUMERISME](https://www.researchgate.net/publication/323943765_KONSUMERISME). Di unduh pada 19 Maret 2019

Mowen, John C dan Minor, Michael. 2002. Perilaku konsumen. Edisi kelima. Jilid 1. Terjemahan oleh Lina Salim. 2002. Jakarta : PT. Erlangga

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Rahayu, A., H., L. (2017). “Pengaruh Kualitas Layanan dan Pelayanan Tambah Daya Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Area Cijaruwa. Bandung: Journal eProceedings of Applied Science.

Suyanto, M. 2014. Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia. Yogyakarta: Andi Offset.

Piliang, Yasraf A. (2004)., Dunia Yang Di Lipat : Bertamasya Melampaui Kebudayaan, Bandung;Matahari

Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 192

Mowen, John C dan Minor, Michael. 2002. Perilaku konsumen. Edisi kelima. Jilid 1. Terjemahan oleh Lina Salim. 2002. Jakarta : PT. Erlangga

Tresna, Trigita Ardikawati Java. (2013). Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FIS UNY pada Klinik Kecantikan. Fakultas Ilmu Sosial: Universitas Negeri Yogyakarta