

**GAYA HIDUP DAN STATUS SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PERILAKU
KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* DI MASA PANDEMI
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI
Bojonegoro)**

Atika Surya Pramesty

FPIPS IKIP PGRI Bojonegoro
Email atikasurya99@gmail.com

Novi Mayasari

FPMIPA IKIP PGRI Bojonegoro
Email mahiraprimagrafika@gmail.com

Heru Ismaya

FPIPS IKIP PGRI Bojonegoro
Email heru.ismaya@gmail.com

Abstract

People's lifestyles are shifting along with the development of information technology and the internet, especially in consumptive behavior. The most noticeable impact is that social media users and e-commerce platforms are growing rapidly. Many online shopping applications with their respective advantages create consumer intensity in shopping. what they do is not far from the word hedonism, they want to look fashionable and keep up with the times so that what they wear reflects their social status. A person's social status as self-identity in the division of society into different classes or different strata where a person will maintain and maintain his status with social behavior and actions. This research was carried out with the aim of identifying the lifestyle and social status of level IV students of the Economic Education Study Program of IKIP PGRI Bojonegoro in consumptive behavior during the COVID-19 period. This research was conducted using descriptive qualitative analysis method using primary data in the form of interviews and secondary data in the form of documentation and triangulation analysis was carried out to obtain appropriate results. Based on the results of the analysis and findings in this study, it can be concluded that . The lifestyle of the fourth level student of the IKIP PGRI Bojonegoro economic education study program as measured by the activities carried out, the interests and opinions that are felt to have an impact on increasing consumptive behavior by shopping online amid the COVID-19 pandemic Social status as measured by income, occupation and education has an impact on consumptive behavior. The supporting factor in shopping activities carried out online is the ease of purchasing products, while the inhibiting factor is that certain items have quite expensive shipping costs.

Keywords: *Lifestyle, Social Status, Consumptive Behavior*

Abstrak

Gaya hidup masyarakat bergeser seiring perkembangan teknologi informasi dan internet, khususnya dalam perilaku konsumtif. Dampak yang paling terasa adalah pengguna sosial media dan platform e-commerce berkembang pesat. Banyak aplikasi berbelanja online dengan keunggulan masing-masing membuat intensitas konsumen dalam berbelanja. yang mereka lakukan tidak jauh dari kata hedonisme, mereka ingin terlihat modis dan mengikuti perkembangan zaman sehingga apa yang mereka pakai mencerminkan status sosial mereka. Status sosial seseorang sebagai identitas diri dalam pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda dimana seseorang akan mempertahankan dan menjaga statusnya dengan perilaku dan tindakan sosialnya. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui gaya hidup dan status sosial mahasiswi tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dalam

berperilaku konsumtif di masa COVID-19. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dengan menggunakan data primer berupa hasil wawancara dan data sekunder berupa dokumentasi dan dilakukan analisis triangulasi untuk memperoleh hasil yang sesuai. Berdasarkan hasil analisis dan temuan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa . Gaya hidup mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang diukur melalui aktivitas yang dilakukan, minat dan opini yang dirasakan berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif dengan melakukan belanja secara online di tengah pandemi COVID-19. Status sosial yang diukur melalui penghasilan, pekerjaan dan pendidikan yang dimiliki memberikan dampak pada perilaku konsumtif. Faktor pendukung dalam aktivitas belanja yang dilakukan secara online adalah adanya kemudahan dalam melakukan pembelian produk, sedangkan faktor penghambat adalah untuk beberapa barang tertentu mempunyai biaya kirim yang lumayan mahal.

PENDAHULUAN

Gaya hidup masyarakat Indonesia bergeser seiring perkembangan teknologi informasi dan internet, khususnya dalam perilaku konsumtif. Dampak yang paling terasa adalah pengguna sosial media dan platform e-commerce berkembang pesat. Banyak aplikasi berbelanja online dengan keunggulan masing-masing membuat intensitas konsumen dalam berbelanja. Peningkatan jumlah pengguna internet semakin lama semakin meningkat sehingga berdampak pada intensitas pengguna aplikasi e-commerce.

Peningkatan intensitas media sosial berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif terutama pada generasi muda dalam melakukan pembelian secara online. Generasi millenials adalah generasi muda berusia diantara 18 sampai 34 tahun (Lu et al. 2013). Secara teori, pembauran budaya saat ini seperti materialisme, hedonisme dan utilitarisme pada populasi generasi muda memberikan dampak perubahan perilaku yang luar biasa dalam melakukan konsumsi produk (Muflih, 2006: 86).

Kegiatan konsumsi dimaknai sebagai suatu aktivitas yang dilakukan manusia untuk menghabiskan nilai jual barang dan jasa sekaligus memenuhi kebutuhan hidupnya. Pihak yang melakukan kegiatan ini dikenal dengan istilah konsumen. Dalam praktiknya, konsumen dapat berupa pihak perseorangan maupun suatu kelompok. Individu yang melakukan kegiatan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya.

Gaya hidup dan kepemilikan barang-barang mewah untuk saat ini sudah merupakan bentuk pengaktualisasian diri agar dianggap dapat meningkatkan status sosialnya dalam kehidupan bermasyarakat. Sehingga ketika masing-masing anggota dalam suatu komunitas memiliki kecenderungan yang berbeda dalam memandang suatu kepentingan gaya hidup dan pola perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang wajar dan manusiawi terjadi (Demartolo, 2009).

Status sosial seseorang sebagai identitas diri, status sosial juga sering di istilahkan sebagai kelas sosial, “kelas sosial adalah pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda dimana seseorang akan mempertahankan dan menjaga statusnya dengan perilaku dan tindakan sosialnya” (Sumarwan, 2003: 219). Selain itu, status yang dimiliki oleh orang tuanya “stratifikasi sosial orang tua akan mempengaruhi sosialisasi anak-anaknya. Stratifikasi atau tingkat sosial dimasyarakat juga dapat dilihat dari seberapa tinggi tingkat status sosial dan ekonominya, sehingga tidak mengherankan jika seorang anak akan berperilaku sesuai dengan status yang dimiliki orang tua mereka (Damsar & Indrayani, 132-133).

Perilaku konsumtif dalam pembelian produk-produk sangat dipengaruhi oleh latar belakang konsumen (termasuk latar belakang kelas sosialnya). Banyaknya jenjang (kelas sosial) antar masyarakat relatif berbeda tergantung dari kondisi ekonomi dan sosial yang ada di masyarakat tersebut dan kepentingan yang melatar belakangi (anggraeni, 2014). Pada pernyataan tersebut menunjukkan bahwa status sosial seseorang menjadikan peranan seseorang atau sebagai identitas

diri, hal ini bagaimana seseorang akan mempertahankan dan menjaga statusnya dengan perilaku dan tindakan sosialnya. Begitu juga dengan status yang dimiliki oleh orang tuanya, status sosial orang tua akan mempengaruhi sosialisasi anak-anak mereka (Anggraeni & setiaji, 2018).

Beberapa penelitian mengenai perilaku konsumtif telah dilakukan antara lain penelitian yang dilakukan oleh A'yun (2019) menjelaskan bahwa motif mahasiswa meliputi ikut-ikutan teman, ingin selalu update barang terbaru, penampilan gambar yang ada di online shop lebih bagus, lebih murah dan menghemat waktu. Pratiwi (2008) menjelaskan bahwa Nilai guna dalam penelitian ini meliputi fungsi dari komoditas-komoditas yang digunakan oleh informan dalam menunjang hobi. Sehingga kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan oleh informan dalam menunjang hobi sebagai riders dari motor keluaran Kawasaki tidak terlepas dari kegiatan konsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh Pulungan & Febriaty (2018) menjelaskan gaya hidup mempunyai peran dalam meningkatkan perilaku konsumtif seseorang.

Perilaku konsumtif mahasiswa yang mulai terbiasa lama kelamaan mulai menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Penggunaan media internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam bidang ekonomi dan dalam memenuhi kebutuhan manusia contohnya online shope. Mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro khususnya tingkat IV prodi Pendidikan Ekonomi menganggap bahwa Online Shop ternyata telah membawa nuansa budaya dan nilai yang mempengaruhi selera dan gaya hidup mahasiswa.. Hampir sebagian besar mahasiswa tingkat IV prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro menyambut baik kehadiran teknologi ini, tetapi ada juga sebagian kecil yang merasa kesusahan dengan teknologi canggih ini. Sambutan baik ini dibuktikan dengan semakin banyaknya mahasiswa yang suka menggunakan online shop sebagai sarana dalam membeli barang-barang yang diinginkan.

COVID-19 berdampak pada kondisi ekonomi dan perilaku masyarakat, yang pada akhirnya mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Hal ini tentunya juga berpengaruh pada tingkat penjualan bisnis. Ada beberapa kategori produk yang mengalami peningkatan permintaan secara drastis, sementara sejumlah kategori lainnya mengalami penurunan. Anjuran pemerintah untuk tetap tinggal di rumah membuat segala aktifitas menjadi terhambat. Namun, semakin canggihnya teknologi masa kini membuat hambatan tersebut menjadi dapat teratasi. Meskipun tidak 100% teratasi, namun hampir semua aktivitas dapat dilakukan di rumah dengan memanfaatkan teknologi.

Belajar, bekerja, berkomunikasi, bahkan berbelanja kini dapat dilakukan dari rumah dengan menggunakan smartphone ataupun laptop. Tentunya hampir semua gaya hidup masyarakat menjadi berubah setelah adanya COVID-19. Jika dikaitkan dengan ekonomi, maka perubahan gaya hidup dalam berbelanja online adalah contoh nyata yang paling sesuai. Pada tahun 2020.

BPS telah melakukan Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19 dan salah satu hal yang dibahas adalah perilaku berbelanja online. Hasilnya, 9 dari 10 responden berbelanja online dan pola berbelanja masyarakat berubah selama pandemi COVID-19. Sebanyak 31% responden mengalami peningkatan dalam belanja online mereka, sedangkan hanya 28% dari mereka yang mengalami penurunan (Badan Pusat Statistik, 2020).

Pada dasarnya tingkat kemudahan dalam berbelanja online dapat menguntungkan pihak produsen, namun bagi konsumen hal ini dapat menjerumuskan ke dalam gaya hidup konsumtif. tanda-tanda perilaku konsumtif dapat timbul jika sering tertarik mengikuti suatu gaya hidup atau membeli barang-barang tertentu demi image. Ditambah lagi, situs atau aplikasi belanja online hampir setiap harinya menawarkan berbagai macam promo yang menggiurkan konsumennya, seperti flash sale, promo tahun baru, promo saat tanggal 'cantik' (misalnya promo 8.8 atau promo di tanggal 8 Agustus), promo kemerdekaan, dan lain sebagainya. Promo-promo inilah yang terkadang membuat konsumen tidak bisa menahan diri untuk tidak membelinya, padahal jika dipikir dengan bijak barang promo tersebut bukanlah kebutuhan Anda saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah perspektif dalam penelitian kualitatif yang tidak memiliki nama formal atau tidak memenuhi tipologi perspektif penelitian kualitatif yang ada. Penggunaan pendekatan ini karena alasan bahwa fokus penelitian adalah perilaku konsumtif dan gaya hidup mahasiswa di masa pandemi. Objek dari penelitian ini adalah perilaku konsumtif berbelanja online pada masa. Data **primer dalam penelitian** ini diperoleh peneliti dari hasil wawancara yang sudah dipilih sesuai kriteria subjek penelitian, yaitu mahasiswa tingkat IV Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang berperilaku konsumtif. Dalam penelitian ini data sekunder bisa didapatkan dari kajian pustaka tentang skripsi atau jurnal tentang analisis resepsi, bisa juga diambil dari studi pendahuluan penelitian yang mendukung mengenai konteks penelitian. pandemi mahasiswa tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, verifikasi dan pengesahan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gaya Hidup Mahasiswi Tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro Dalam Berperilaku Konsumtif Di Masa COVID-19

Berdasarkan hasil wawancara dan temuan pada penelitian ini mengenai gaya hidup mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dapat dijelaskan bahwa gaya hidup mempunyai peran dalam mendorong terjadinya perilaku konsumtif yang dilakukan secara online di masa pandemi COVID-19. Gaya hidup yang dialami mahasiswi didasari atas adanya keinginan yang tinggi dalam melakukan pembelian produk secara online.

1. Aktivitas

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden (EVL) pada 15 Mei 2021 menjelaskan bahwa aktivitas atau intensitas pembelian barang secara online dilakukan lebih dari satu kali, hal ini mengidentifikasi bahwa terjadinya perilaku konsumtif melalui pembelian barang secara online, berikut merupakan salah satu hasil dokumentasi yang digunakan sebagai contoh pembelian barang secara online:

Pratiwi (2015) menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang yang digambarkan oleh aktivitas pembelian barang pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh adanya lingkungan atau kelompok yang mampu mengarahkan seseorang tersebut untuk memberikan perhatiannya terhadap barang yang akan dimiliki. Dendandemikian hasil penelitian tersebut mendukung adanya temuan dalam penelitian ini bahwa aktivitas seseorang mampu mencerminkan gaya hidup seseorang. Perilaku konsumtif seseorang dapat ditandai dengan adanya aktivitas pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen baik itu secara offline maupun cara pembelian dengan online.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh responden (YR) pada 15 Mei 2021 menjelaskan bahwa aktivitas pembelian barang yang dilakukan secara berkala merupakan suatu tuntutan yang dilakukan dengan tujuan mengikuti gaya hidup yang ada dilingkungan sekitar, perilaku tersebut mengarah pada perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswi tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Dengan demikian, disimpulkan bahwa perilaku konsumtif tersebut terjadi karena adanya dorongan yang mengarahkan kepada seseorang pada gaya hidup yang ada dilingkungan sekitar.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2015) dapat dijelaskan bahwa aktivitas pembelian yang dilakukan oleh konsumen dikarenakan adanya pengaruh dari kelompok atau lingkungan, Peran gaya hidup dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup pada mahasiswi mahasiswi tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro mampu memberikan dampak pada perilaku konsumtif, hal ini dapat dibuktikan bahwa terjadinya aktivitas pembelian produk yang dilakukan secara berulang melalui pembelian online. Gaya hdiup tersebut menjadi salah satu faktor yang mempunyai dampak pada peningkatan intensitas pembelian produk secara online sehingga dapat disimpulkan bahwa aktivitas tersebut memberikan dampak pada perilaku konsumtif.

2. Interest

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden (SSD) pada 15 Mei 2021, menjelaskan bahwa intensitas pembelian produk terjadi dan dilakukan dengan mengikuti gaya hdiup dengan adanya preferensi dan prioritas terhadap barang yang dibeli, minat pembilaian yang berdampak pada keputusan pembelian tersebut menunjukkan bahwa adanya perilaku konsumtif.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rismayanti & Oktapiani (2020) menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan, minat, dan opininya dalam berinteraksi di lingkungan sekitarnya. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumtif yang digambarkan melalui keputusan pembelian terjadi karena adanya prioritas barang yang diinginkan berdasarkan preferensi minat dan lingkungan disekitar.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden (YR) pada 15 Mei 2021 menjelaskan bahwa minat belanja yang dilakukan secara online sangat tinggi, hal ini diakibatkan karena adanya preferensi dan prioritas konsumen yang tinggi dalam mengambil keputusan pembelian barang yang dilakukan secara online. Intensitas keputusan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswi tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro mengarahkan kepada perilaku konsumtif terhadap pembelian barang yang dilakukan secara online.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khairat *et al*, (2018) menjelaskan bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang akan berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli, hal ini dibuktikan dengan adanya keputusan pembelian terhadap barang terjadi sangat cepat dan tanpa ada hal lain yang dipertimbangkan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Opini

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden (SSD) pada 15 Mei 2021 menjelaskan bahwa mahasiswi tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro mempunyai anggapan bahwa sistematika dan cara belanja secara online lebih mudah dilakukan dan adanya potongan harga, anggapan tersebut akan berdampak pada perilaku konsumtif dalam upaya mengikuti gaya hidup yang ada dilingkungannya. Dengan demikian, gaya hidup yang ditunjukkan dengan adanya anggapan mengenai kemudahan dalam melakukan pembelian produk secara online berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswi tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestarina *et al* (2005) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian ini yang menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dapat dilakukan dengan mudah dan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden (YR) pada 15 Mei 2021 menjelaskan bahwa mahasiswi tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro mempunyai anggapan bahwa perilaku pembelian produk secara online mempunyai kualitas yang sama dengan toko dan dengan adanya anggapan bahwa harga lebih murah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa adanya gaya hidup yang ditunjukkan melalui pembelian barang secara online dan berdampak pada perilaku konsumtif

Penelitian yang dilakukan oleh Dikria & Mintarti (2016) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana, tidak terencananya pembelian barang atau jasa diakibatkan karena tidak membuat anggaran belanja yang didasarkan pada skala prioritasnya

Status Sosial Mahasiswi Tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro Dalam Berperilaku Konsumtif Di Masa COVID-19

Berdasarkan hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa status sosial mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro menunjukkan perilaku konsumtif yang dijelaskan dengan adanya pembelian secara online di tengah pandemi COVID-19. Status sosial yang ada pada lingkungan mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro sangat tinggi sehingga akan berdampak pada perilaku konsumtif yang dilakukan melalui pembelian produk secara online.

1. Penghasilan

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu mahasiswi sebagai responden (EVL) pada 15 Mei 2021, menjelaskan bahwa status sosial mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dapat menentukan perilaku konsumtif yang ditunjukkan melalui pembelian barang secara online dan berulang-ulang. Hal ini ditunjukkan oleh adanya pembelian produk yang dilakukan secara online dan lebih dari satu kali.

Anggraeni & Setiaji (2018) menjelaskan bahwa pembelian produk-produk sangat dipengaruhi oleh latar belakang konsumen (termasuk latar belakang kelas sosialnya). Banyaknya jenjang (kelas sosial) antar masyarakat relatif berbeda tergantung dari kondisi ekonomi dan sosial yang ada di masyarakat tersebut dan kepentingan yang melatar belakangi. Dalam pengelompokan status sosial sering dijadikan dasar. Status adalah posisi individu dalam masyarakat, kedudukan individu dari aspek legal dan profesi seseorang.

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden 2 (SSD) pada 15 Mei 2021, menjelaskan bahwa pembelian barang yang dilakukan secara online dengan lebih dari satu kali pembelian dalam waktu satu minggu. Perilaku tersebut menunjukkan adanya perilaku konsumtif yang sangat kuat pada mahasiswi tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang didukung dengan adanya status sosial dilihat dari penghasilan yang dimiliki.

Sumarwan (2003: 219) menjelaskan bahwa status sosial seseorang sebagai identitas diri, status sosial juga sering diistilahkan sebagai kelas sosial, “kelas sosial adalah pembagian masyarakat kedalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda dimana seseorang akan mempertahankan dan menjaga statusnya dengan perilaku dan tindakan sosialnya”. Selain itu, status yang dimiliki oleh orang tua “stratifikasi sosial orang tua akan mempengaruhi sosialisasi anak-anaknya. Stratifikasi atau tingkat sosial dimasyarakat juga dapat dilihat dari seberapa tinggi tingkat status sosial dan ekonominya, sehingga tidak mengherankan jika seorang anak akan berperilaku sesuai dengan status yang dimiliki orang tua mereka (Damsar & Indrayani, 2011 132-133).

2. Pekerjaan

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu mahasiswi sebagai responden (YR) pada 15 Mei 2021, menjelaskan bahwa pekerjaan yang dimiliki mampu memberikan dampak pada peningkatan perilaku konsumtif mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro, adanya pekerjaan yang dimiliki memberikan tuntutan tersendiri dalam melakukan pembelian produk sebagai bentuk status sosial yang ingin diikuti. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa status sosial yang dilihat dari pekerjaan yang dimiliki akan secara langsung mengarah kepada perilaku konsumtif yang dilakukan dengan membeli barang secara online dan berulang melalui online.

Penjelasan tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amaliya (2017) menjelaskan bahwa status sosial yang diikuti dan dipertahankan oleh konsumen mampu memberikan dampak pada perilaku konsumtif seseorang, pada dasarnya status sosial yang tinggi akan meningkatkan perilaku konsumen yang tinggi pula. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa status sosial akan mengarahkan seseorang dalam berperilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada responden (YR) pada 15 Mei 2021, menjelaskan bahwa pembelian barang secara online dilakukan lebih dari satu kali dalam waktu satu minggu, hal ini mengindikasikan bahwa terjadinya perilaku konsumtif mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dalam berbelanja secara online. Berikut merupakan hasil dokumentasi yang diperoleh dalam penelitian ini dalam mendukung hasil penelitian bahwa status sosial yang dilihat dari pekerjaan akan berdampak pada perilaku konsumtif.

Kurniawan (2019) menjelaskan bahwa pekerjaan yang dimiliki seseorang mampu membawa seseorang tersebut dalam status sosial sesuai yang diinginkan, sedangkan perilaku konsumtif akan muncul pada dirinya secara alami yang merupakan tuntutan dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa status sosial yang dilihat dari pekerjaan sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

3. Pendidikan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada kepada responden (SSD) pada 15 Mei 2021, menjelaskan bahwa pembelian barang secara online dilakukan minimal 1 kali dalam kurung waktu satu minggu, hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang tinggi diakibatkan adanya status sosial melalui pendidikan yang tinggi dengan adanya pemanfaatan teknologi dalam mendukung aktivitas pembelian produk secara online.

Perilaku konsumtif dalam pembelian produk-produk sangat dipengaruhi oleh latar belakang konsumen (termasuk latar belakang kelas sosialnya). Banyaknya jenjang (kelas sosial) antar masyarakat relatif berbeda tergantung dari kondisi ekonomi dan sosial yang ada di masyarakat tersebut dan kepentingan yang melatar belakangi (anggraeni, 2014). Pada pernyataan tersebut menunjukkan bahwa status sosial seseorang menjadikan peranan seseorang atau sebagai identitas

diri, hal ini bagaimana seseorang akan mempertahankan dan menjaga statusnya dengan perilaku dan tindakan sosialnya.

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Mahasiswi Tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro Dalam Berperilaku Konsumtif Di Masa COVID-19

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan penelitian ini dapat dijelaskan bahwa adanya faktor pendukung dan faktor penghambat dalam berperilaku konsumtif di masa pandemi COVID-19. Berikut merupakan hasil wawancara mengenai faktor pendukung dalam melakukan pembelian secara online yang dilakukan kepada responden (SSD) pada 15 Mei 2021, menjelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang sangat didukung dengan adanya tingkat efisiensi yang tinggi dan sangat mudah untuk dilakukan melalui online. Dengan demikian, efisiensi dan kemudahan yang diierikan oleh kecanggihan teknologi dalam melakukan pembelian secara online.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Miranda & Lubis (2017) menjelaskan bahwa semakin canggihnya teknologi yang digunakan oleh seseorang maka semakin tinggi pula tingkat pengetahuan seseorang dalam melakukan evaluasi terhadap produk yang diinginkan dan mampu mempengaruhi intensitas keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung terjadinya keputusan pembelian secara berulang dikarenakan adanya kemudahan dalam mengkases barang yang ingin dibeli secara online, calon konsumen dihadirkan kemudahan dengan bertransaksi dan tanpa harus menyisihkan waktu untuk datang ke toko. Adanya pandemi COVID-19 saat ini dengan diikuti oleh kemajuan teknologi yang semakin baik mampu membiasakan calon konsumen yaitu mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dalam melakukan aktivitas pemenuhan kebutuhan secara online.

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan penelitian ini dapat dijelaskan bahwa adanya faktor penghambat dalam berperilaku konsumtif di masa pandemi COVID-19. Berikut merupakan hasil wawancara mengenai faktor penghambat atau kendala yang dihadapi dalam melakukan pembelian secara online yang dilakukan kepada responden (EVL) pada 15 Mei 2021, menjelaskan bahwa salah satu faktor penghambat dalam melakukan pembelian secara online adalah dengan adanya beberapa fasilitas dari penjual yang belum sesuai harapan, dengan demikian konsumen akan mempunyai pertimbangan dalam melakukan pembelian.

Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mujahidin (2020) menjelaskan bahwa dalam melakukan keputusan pembelian konsumen sangat mempertimbangkan pelayanan dan tingkat keuntungan yang diperoleh konsumen, apabila hal tersebut tidak sesuai yang diinginkan konsumen maka akan berdampak pada pertimbangan yang panjang dalam melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dalam melakukan aktivitas belanja secara online dapat dilakukan dengan baik tanpa adanya kendala atau hambatan dalam bertransaksi. Kemudahan sistematika dan cara belanja yang dilakukan secara online di tengah pandemi COVID-19 memberikan dampak pada perilaku konsumtif dan tanpa adanya hambatan atau kendala dalam melakukan pembelian barang secara online.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan temuan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa Gaya hidup mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang diukur melalui aktivitas yang dilakukan, minat dan opini yang dirasakan berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif dengan melakukan belanja secara online di tengah pandemi COVID-19. Sehingga perilaku konsumtif dapat dipastikan akan terjadi pada seseorang yang mempunyai gaya hdiup mewah dengan kategori adanya aktivitas memenuhi kebutuhannya, minat dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup dan opini yang dirasakan dalam menentukan preferensi dan prioritas kebutuhan gaya hidup Status sosial mahasiswi tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang diukur melalui penghasilan, pekerjaan dan pendidikan yang dimiliki memberikan dampak pada perilaku konsumtif dalam berbelanja online di tengah pandemi COVID-19. Sehingga perilaku konsumtif dapat dipastikan akan terjadi pada calon konsumen yang mempunyai status sosial dengan kategori adanya penghasilan yang cukup dalam memenuhi kebutuhannya, adanya pekerjaan yang sesuai dan adanya pendidikan yang tinggi

Faktor pendukung dalam aktivitas belanja yang dilakukan secara online oleh mahasiswa tingkat IV prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro di tengah pandemi COVID-19 adalah adanya kemudahan dalam melakukan pembelian produk tanpa harus menyisihkan waktu untuk datang ke toko. Akan tetapi faktor penghambat perilaku belanja yang dilakukan secara online adalah untuk beberapa barang tertentu mempunyai biaya kirim yang lumayan mahal

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliya, L. (2017). Pengaruh penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadiah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140.
- Antow, A. F. (2016). Pengaruh Layanan Online Shop (Belanja Online) Terhadap Konsumerisme Siswa SMA Negeri 9 Manado. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 5(3).
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh kepercayaan dan risiko pada minat beli belanja online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155-168.
- Arohman, A., & Vianda, N. C. (2020). Analisis Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Feb Umpri (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2016). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(2), 134-145.
- Aslamiyah, E. S. (2020). BELANJA ONLINE SEBAGAI BAGIAN GAYA HIDUP MAHASISWA. *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman*, 3(1), 35-51.\
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan life style terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 3(2), 49-58.
- A'yun, A. Q. (2019). Gaya hidup mahasiswa pengguna Online Shop: studi pada mahasiswa PGSD Unusa (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Chrisnawati, D., & Sri, M. A. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian. *Jurnal Spirits*, 2(1).
- Damsar & Indrayani (2011). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group
- Demartoto, A. (2009). Membedah Gagasan Post Modernisme Baudrillard: Realitas Semu. *Jurnal DILEMA*, 21(2).
- Dian C, Sri M, A. 2011. Faktor-faktor yang yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian. *Jurnal Spiritis*. Vol 2 No. 1 ISSN: 2087-7641
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128-139.