



Budaya Konsumtif Anak Muda Dalam Penggunaan Produk Di Era Digital Pada Mahasiswa Unimof

Siti Saharia¹, Diva Isnayati², Israyanti³, Muniati⁴, Abuzar Algifari⁵, Mario K. E. Wetter⁶, Febronia Suwanti⁷, Ardiansyah Andika Fajar⁸, Fransiska Liliana⁹, Veronika Dua Riong¹⁰, Numrotul Inayah¹¹

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Maumere.

Alamat; Jl. Sudirman No.Kelurahan, Waioti, Kec. Alok Tim., Kabupaten Sikka

Jurnal Korespondensi : siti.saharia02@gmail.com

Abstract ; *This study aims to understand the factors that influence consumer behavior among students of Universitas Muhammadiyah Maumere. Through a qualitative approach, this study found that the influence of social media, FOMO, and impulsiveness are the main factors that drive consumer behavior. In addition, this study also identified that the lack of financial education and digital literacy exacerbates this problem. The results of this study suggest the need for comprehensive interventions, including better financial education, awareness campaigns, and stricter regulations on advertising targeting young people.*

Keywords ; *consumer culture, Young People, Product Use, Digital Era.*

Abstrak ; Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Maumere. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menemukan bahwa pengaruh media sosial, FOMO, dan impulsivitas merupakan faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa kurangnya pendidikan keuangan dan literasi digital memperparah masalah ini. Hasil penelitian ini menyarankan perlunya intervensi yang komprehensif, termasuk pendidikan keuangan yang lebih baik, kampanye kesadaran, serta regulasi yang lebih ketat terhadap iklan yang menargetkan anak muda.

Kata Kunci ; budaya konsumtif, Anak Muda, Penggunaan Produk, Era Digital

PENDAHULUAN

Pengertian konsumtif secara luas yaitu menggunakan barang atau jasa dengan cara berperilaku boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan dalam segi prioritas atau dapat juga dikatakan gaya hidup berlebihan. Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa masyarakat yang berperilaku konsumtif tidak melihat usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Mereka yaitu kaum muda, cenderung berperilaku konsumtif (Widyaningrum & Puspitadewi, 2016).

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk. Lebih lanjut, perilaku konsumtif juga di artikan sebagai tindakan memakai suatu produk secara tidak tuntas. Artinya seseorang membeli produk bukan karena produknya yang dipakai telah habis, melainkan karena adanya iming- iming hadiah yang ditawarkan atau bahkan produk tersebut sedang *trend* Anggraini & Santhoso dalam (Rustini T,dkk, 2023). Fenomena perilaku konsumtif ini tentunya akan terus bebang, dikarenakan adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, salah satunya adalah gaya hidup menurut Anggraini & Santhoso (dalam Mahardiyani IH, Putri SM, 2022)

Fenomena yang terjadi dikalangan anak muda saat ini sangat tinggi pengaruhnya pada budaya konsumtif hal ini disebabkan karena tingginya tingkat kebutuhan sehari- hari oleh manusia baik dari kalangan atas maupun kalangan bawah yang akan lebih selektif pada produk yang dikonsumsi. Bagi Anak muda yang pada umumnya masih dalam proses pembentukan identitas dan preferensi konsumsinya, eksplorasi terus-menerus terhadap iklan yang ditargetkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian remaja secara signifikan. Iklan tersebut umumnya dirancang untuk menarik perhatian dan mendorong pembelian secara impulsif, yang pada akhirnya dapat mengarah pada perilaku konsumtif yang berlebihan menurut Rahmatullah (dalam Mauliana P, 2021)

Perilaku yang dipengaruhi oleh faktor keinginan yang telah memperoleh level yang tidak rasional dapat disebut sebagai perilaku konsumtif (Sumartono dalam Haryono, 2014). Perilaku konsumtif sebagian besar muncul pada masa remaja sampai dewasa muda. Hal ini disebabkan oleh stereotip tentang konsumsi berlebihan, serta dorongan dalam diri untuk mendapatkan atau mengkonsumsi produk yang sedang tren, namun tidak berguna dalam jangka panjang. Faktor budaya, pribadi, dan bahkan psikologis dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Dengan meningkatnya gaya hidup, orang menjadi hedonis, yaitu orang yang menikmati kesenangan dan akan menggunakannya, bahkan dalam jumlah kecil, untuk mendapatkan kesenangan yang mereka inginkan Khairat, Yusri & Yuliana (2024).

Berdasarkan pembahasan di atas Budaya Konsumtif Anak Muda di Era Digital dapat disimpulkan bahwa tidak semua orang dengan gaya hidup hedonis mengalami perilaku

konsumtif, begitu pula sebaliknya. Faktor-faktor perilaku konsumtif pada mahasiswa adalah seperti kepribadian, nilai-nilai pribadi, dan pengendalian impuls dapat mempengaruhi hubungan antara kedua konsep ini.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dimana penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data-data berupa kata-kata dan gambar dilapangan dengan cara pengamatan, wawancara maupun dokumentasi. Selain itu, untuk menggali data sesuai dengan faktanya di lapangan dan dianalisis dengan teori yang sudah ada. Sugiyono, (dalam Kurniawan, W., & Sutopo, A. 2021).

Lokasi Penelitian

Penelitian di lakukan di kampus Universitas Muhammadiyah maumere

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui:

- **Wawancara Mendalam:** Wawancara dilakukan bersama narasumber yaitu mahasiswa UNIMOF setempat untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan yang dibahas. Pertanyaan wawancara dirancang untuk menggali pemahaman, sikap, dan pengalaman mereka terkait budaya konsumtif
- **Observasi:** Peneliti melakukan observasi langsung pada mahasiswa UNIMOF tentang budaya konsumtif anak muda di era digital
- **Dokumentasi:** Pengumpulan data sekunder melalui dokumen dan laporan yang relevan dari narasumber (mahasiswa) setempat.

Analisis Data

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang

dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Budaya konsumtif anak muda semakin mengkhawatirkan di era digital. Kemudahan akses internet dan berbagai platform belanja online telah mendorong perilaku konsumtif yang tidak sehat.

Beberapa hal yang menjadi alasan budaya konsumtif semakin marak di kalangan anak muda :

1. pengaruh media sosial. media sosial berperan besar dalam membentuk pola konsumtif anak muda. Iklan, Influencer dan tren yang beredar di media sosial sering kali memicu keinginan untuk memiliki produk- produk tertentu. Pengaruh media sosial juga menjadi hal yang paling berpengaruh di kalangan anak muda. Media sosial yang menjadi tempat membeli produk – produk tersebut seperti tiktok, instagram, facebook dan platform berbelanja lainnya.
2. FOMO (Fear of Missing out): rasa takut ketinggalan tren membuat anak muda mersa perlu terus membeli produk- produk baru untuk menjaga gengsi dan diterima dalam kelompok sosialnya.
Fomo hingga kini masih menjadi penyakit yang dialami oleh kebanyakan anak muda. Rasa takut tertinggal tren atau hanya sekedar ikut ikutan yang menjadikan anak muda lebih konsumtif terhadap sebuah produk.
3. Impulfitas : kemudahan berbelanja online membuat anak muda cenderung melakukan pembelian impulsif tanpa perencanaan yang matang.

Kurangnya perencanaan atau pemahaman yang baik terhadap sesuatu dalam jangka panjang membuat anak muda tergesa-gesa dalam mengambil tindakan dan tidak mempertimbangkan resiko, seperti pembelian sebuah produk.

4. Utang konsumtif : untuk memenuhi keinginan konsumtif, banyak anak muda yang terjebak dalam utang kartu kredit atau pinjaman online. Utang konsumtif merupakan sesuatu pinjaman uang yang digunakan untuk membeli barang atau jasa yang bersifat konsumtif untuk memenuhi keinginan semata, misalnya membeli baju baru, smartphone dll. Barang-barang ini biasanya tidak memiliki nilai jangka panjang atau tidak menghasilkan keuntungan. Selain itu, Utang konsumtif memiliki kesulitan untuk menabung atau mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Hal ini dikarenakan bunga pinjaman akan membuat total tagihan semakin tinggi.

KESIMPULAN

Budaya konsumtif merupakan masalah kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Beberapa faktor sangat mempengaruhi tingkat penggunaan atau pemakaian produk khususnya pada mahasiswa universitas Muhammadiyah Maumere. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan upaya bersama dari berbagai pihak, seperti pendidikan keuangan, literasi digital, dan regulasi yang lebih ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2), 597-603.
- Sugiyono, (dalam Kurniawan, W., & Sutopo, A. 2021). Implementasi pojok baca untuk meningkatkan minat baca siswa mi muhammadiyah kartasura. PakMas: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (1), 37-42

- Yusri & Yuliana dalam Guspa, A. (2024). Hubungan Anatara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa UNP. *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 2 (2), 187- 194
- Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2016). Perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian pada siswa sekolah menengah atas. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 6(2), 102-106.
- Sumartono, (dalam Haryono . 2014). Hubungan gaya hidup konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2 (4).
- Nurazijah, M., Fitriani, S. L. N., & Rustini, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa. *Journal on Education*, 5(2), 2345-2352.
- Putri, S. M., Mahardayani, I. H., & Ahyani, L. N. (2022). Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis dan Kepribadian Ekstrovert pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 7(1), 120.
- Hunaifi, N., Mauliana, P., Firmansyah, R., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., & Dewi, S. W. K. (2024). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Era Digital. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 5(3), 161-174.
- Hunaifi, N., Mauliana, P., Firmansyah, R., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., & Dewi, S. W. K. (2024). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Era Digital. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 5(3), 161-174.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133-147.