

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat konsumsi adalah kelompok yang lebih mengutamakan aspek estetika dalam berbelanja daripada hanya sekadar fungsionalitasnya. Akibatnya, apapun yang dimiliki terasa kurang, dan keinginan untuk memiliki lebih terus meningkat. Mereka cenderung membeli barang didorong oleh keinginan dan hasrat, bukan berdasarkan kebutuhan. Pergeseran ini terlihat jelas dalam cara kita mengonsumsi barang dan layanan di zaman sekarang (Zuhdi, et al., 2021).

Masyarakat modern saat ini dikenal sebagai masyarakat konsumtif, yang terus menerus terlibat dalam aktivitas konsumsi. Akan tetapi, konsumsi tersebut kini tidak lagi hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar manusia, seperti pakaian, makanan, serta tempat tinggal. Walaupun kebutuhan biologis seperti makanan dan pakaian sudah cukup terpenuhi, manusia modern merasa perlu mengonsumsi lebih dari itu, terutama untuk mendukung kehidupan sosialnya. Dalam tatanan sosial, manusia modern harus mampu memenuhi ekspektasi sosial melalui konsumsi yang lebih dari sekadar kebutuhan fisik. Dapat dikatakan bahwa masyarakat modern hidup dalam budaya konsumerisme, di mana konsumsi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan, mempengaruhi pola pikir, serta membentuk aktivitas harian mereka. Apa yang kita konsumsi sekarang tidak hanya berfungsi memenuhi kebutuhan fisik, tetapi menjadi cerminan dari nilai, harga diri, dan status sosial dalam interaksi dengan orang lain (Ulfa, 2014: 34).

Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan kebiasaan berbelanja, karena berbelanja menjadi cara mudah mendapatkan produk yang di butuhkan sehari-hari. Bahkan, berbelanja di pusat perbelanjaan bisa memberikan kenyamanan tersendiri, sehingga mendorong seseorang untuk membeli barang secara spontan. Dalam masyarakat kita, ketika seseorang memiliki uang, mereka merasa bebas untuk membeli apapun yang diinginkan, tanpa terlalu memikirkan kebutuhan.

Pelaku perilaku konsumtif sering kali berbelanja karena terpengaruh oleh barang-barang menarik yang dilihat orang lain. Mereka mudah tergoda oleh penawaran barang yang terlihat bagus. Tidak jarang, mereka berbelanja tanpa perencanaan sebelumnya, hanya karena merasa tertarik dengan barang yang tampak menarik, lucu, atau unik. Selain itu, mereka juga sering kesulitan menahan untuk membeli. Hal ini terjadi karena mereka cenderung kesulitan mengontrol diri, yang disebabkan oleh kurangnya kemampuan dalam memanage keinginan dan emosi mereka dengan baik (Mekarsari, 2013).

Menurut Baudrillard (2011), perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi atau keputusan rasional semata, tetapi juga dipengaruhi oleh budaya dan sistem sosial yang ada di sekitar individu. Dalam konteks ini, perilaku konsumsi dapat dipahami sebagai cara seseorang menggunakan barang dan jasa, dimana untuk mendapatkannya, mereka harus mengeluarkan sebagian dari pendapatannya. Ini menunjukkan status sosial dan ekonomi seseorang memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana mereka berbelanja,

Shopee.co.id telah menjadi salah satu marketplace yang sangat populer, terutama di kalangan remaja hingga dewasa. *Aplikasi mobile* ini menyediakan *platform* belanja *online* yang mudah diakses, memungkinkan penggunanya untuk

berbelanja atau berjualan hanya melalui ponsel. Shopee menawarkan beragam produk dengan berbagai pilihan metode pembayaran serta layanan pengiriman terintegrasi dengan efisien. Selain itu, Shopee juga dilengkapi dengan fitur sosial yang inovatif, yang membuat pengalaman berbelanja semakin menyenangkan, aman, dan praktis bagi para penggunanya.

Shopee seringkali menjadikan pilihan mahasiswa dalam berbelanja kebutuhan pribadi, hal ini menyebabkan *aplikasi shoppe* memudahkan mahasiswa untuk membeli keperluan nya. Shopee menawarkan barang dengan harga murah yang terdapat promo, sale, diskon yang membuat mahasiswa tertarik untuk membeli barang tersebut dengan melihat harga barang lebih murah dari harga biasa ditawarkan sebelumnya (Wawancara Awal, 02 Februari 2025).

Belanja online atau belanja daring kini semakin digemari karena memberikan berbagai kemudahan. Banyak orang merasa bahwa platform ini adalah sarana yang tepat untuk menemukan berbagai barang yang mereka butuhkan. Kepraktisan belanja online semakin terasa karena pembeli tidak perlu bertemu langsung dengan penjual. Belanja dapat dilakukan di rumah dengan mudah dan tanpa ribet. Teknologi yang berkembang juga memudahkan penjual untuk melakukan promosi, yang pada akhirnya dapat mendorong penjualan. Bagi konsumen, berbelanja online tentunya dapat menghemat waktu, biaya, dan tenaga. Kehadiran online shop sendiri dianggap sebagai salah satu perubahan besar dalam kehidupan sosial dan budaya masyarakat (Harahap, 2018).

Pengaruh sosial di lingkungan kampus Universitas Malikussaleh dapat mendorong mahasiswa program Akuntansi dan Manajemen untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini menggambarkan kebiasaan membeli dan

menggunakan barang tanpa mempertimbangkan dengan seksama kebutuhan atau dampaknya. Selain itu, kebiasaan mengkonsumsi barang tanpa batas juga menjadi ciri khas perilaku ini, di mana mahasiswa cenderung lebih fokus pada keinginan untuk membeli barang tertentu daripada memenuhi kebutuhan hidup lainnya.

Berdasarkan Observasi awal yang dilakukan peneliti, Mahasiswa prodi akuntansi dan manajemen menjadi pilihan penulis dalam penelitian ini, dikarenakan penulis melihat mahasiswa manajemen dan akutansi lebih menarik perhatian dari segi *fashion* seperti, pakaian, aksesoris, tas, sepatu, serta make up yang digunakan. Hal ini membuat mahasiswa manajemen dan akutansi terlihat lebih suka berbelanja barang-barang yang unik dan mencolok untuk dilihat oleh orang lain, “ salah satu mahasiswa mengatakan mereka berbelanja barang-barang tersebut melalui aplikasi shopee yang memiliki banyak penawaran dengan kualitas barang yang bagus tetapi dengan harga barang yang terjangkau pula. Seperti hal nya ketika kita membeli satu barang bisa mendapatkan potongan harga yang jauh dari harga awal barang, dan shopee juga menawarkan *check-out* dulu bayar nanti ketika barang datang (*COD*)”.

Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi juga seringkali terpengaruh dengan ucapan teman yang membicarakan barang-barang baru yang dibeli nya di shopee hal tersebut membuat mereka penasaran dan ikut untuk membeli apa yang dikatakan teman nya. Fenomena inilah yang bisa membuat mahasiswa berperilaku konsumtif dikarenakan membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu butuh tetapi, ingin membeli nya untuk gaya-gayaan saja dan dianggap memiliki fashion dalam berpakaian yang keran dan menjadi cewek feminim serta unik. Walaupun terkadang mereka membeli barang tersebut menggunakan uang keperluan kuliah, hal inilah yang membuat Mahasiswa lebih memetingkan gaya berpakaian untuk

kekampus daripada belajar fokus selama mata kuliah berlangsung (Observasi awal, 20 januari 2025).

Pada akhirnya, kebiasaan ini membuat sebuah tren dikalangan mahasiswa prodi akuntansi dan manajemen, yang seharusnya menjadikan perguruan tinggi tempat untuk mempersiapkan diri sebagai generasi penerus, justru menghadapi ketidakjelasan dan ketidakpastian yang sangat disayangkan. Meskipun ada beberapa situasi yang tidak dialami oleh semua mahasiswa, akan tetapi kita tidak boleh mengabaikan apa yang terjadi saat ini. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa lingkungan kampus bukan hanya tempat untuk belajar tetapi juga tempat di mana orang berkompetisi untuk meningkatkan citra dan kehormatan mereka.

Belanja atau shopping bagi mahasiswa kini lebih dari sekadar memenuhi kebutuhan; telah menjadi bagian dari gaya hidup. Banyak mahasiswa merasa bahwa diakui dan diterima di lingkungan sosial mereka adalah hal penting, dan berbelanja menjadi cara untuk mencapai hal tersebut. Mereka sering kali merasa sulit untuk mengendalikan diri, yang pada akhirnya dapat memicu kecanduan belanja. Alih-alih mempertimbangkan kebutuhan, mereka lebih fokus pada keinginan untuk membeli barang-barang online. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, tetapi juga dengan pencarian penilaian positif dari orang-orang di sekitar mereka. Keinginan untuk tampil dengan gaya berpakaian yang dianggap bagus dan mendapatkan pujiann menjadi dorongan utama dalam pola belanja mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “ Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Shopee Di Universitas Malikussaleh ”. Dikarenakan Shopee merupakan aplikasi belanja yang

sekarang banyak di minati berbagai kalangan. Hal inilah yang membuat penulis tertarik penelitian untuk melihat banyaknya mahasiswa yang bergantung dengan shopee untuk kebutuhan hidupnya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Mengapa sikap konsumerisme tumbuh di kalangan mahasiswa akuntansi dan manajemen?
2. Apa dampak dari perilaku konsumtif penggunaan shopee terhadap keuangan pribadi mahasiswa ?

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah memfokuskan pada keinginan, gengsi, serta faktor keikutsertaan mahasiswa pada teman dalam membeli barang di shopee yang berlebihan dan hal ini menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif dalam penggunaan shopee mana tentunya dalam pembelian barang tersebut tidak begitu butuh untuk kehidupan sehari-harinya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, Berikut adalah tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui sikap konsumerisme yang tumbuh di kalangan mahasiswa akuntansi dan manajemen.
2. Untuk menjelaskan dan memahami dampak dari perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mahasiswa dalam penggunaan Shopee terhadap keuangan pribadi mereka.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis yaitu:

1. Memberikan manfaat serta pencegahan yang dapat dilakukan kepada mahasiswa dalam membeli produk berupa barang yang sesuai untuk kebutuhan saja.
 2. Dapat menjadi masukan dan informasi bagi peneliti lainnya untuk tertarik mengenai Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Shopee Di Universitas Malikussaleh.
- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mahasiswa dalam pembelian barang melalui aplikasi Shopee, agar nantinya mahasiswa dapat lebih selektif dalam membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.