

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti akan menguraikan intisari dari hasil penelitian yang dibagi atas dua bagian yaitu: analisis hasil data penelitian dan interpretasi data hasil penelitian.

#### **5.1 Analisis Data**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan tentang perilaku konsumtif mahasiswa pengguna situs belanja online *Shopee* yang tinggal di Kos Harapan Baik Kelurahan Kayu Putih, Kota Kupang, penulis melihat bahwa terdapat perilaku konsumtif yang terjadi di Kos Harapan Baik Kelurahan Kayu Putih Kota Kupang sebagai pengguna situs belanja online *Shopee*. Peneliti kemudian melakukan analisis wawancara ke lima (5) informan berdasarkan indikator utama penelitian yakni:

##### **5.1.1 Media Online**

Berdasarkan konsep dan temuan peneliti dapat dilihat bahwa media online sangat berperan penting dalam hal menampilkan berbagai pilihan yang dapat dipilih dalam hal memenuhi kebutuhan pokok kita sehari-hari, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Hal inilah yang membuat media menjadi salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumtif di masyarakat, khususnya di Kos Harapan Baik, Kelurahan Kayu Putih, Kota Kupang.

Media Online adalah sebuah sarana untuk berkomunikasi secara online melalui website dan aplikasi yang hanya bisa diakses dengan internet. Berisikan teks, suara, foto dan video. Pengertian media online secara umum mencakupi semua jenis situs website dan aplikasi, termasuk situs berita, situs perusahaan, situs lembaga/instansi, blog, forum komunitas, media sosial situs jualan (e-commerce/online store) dan aplikasi chattingan.

Media online terlibat dalam terjadinya perilaku konsumtif dikarenakan melalui media online inilah para pengguna situs belanja online *Shopee* pertama kali mengetahui adanya aplikasi tersebut dan kelebihan-kelebihan yang ada dalam aplikasi tersebut, sehingga membuat mereka tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Mereka juga tertarik menggunakan *Shopee* karena melihat iklan yang ditampilkan oleh pihak *Shopee* di berbagai media sosial yang mereka miliki, iklan berisi promo yang sangat menarik yang membuat mereka akhirnya melakukan pemesanan barang. Bahkan orang yang jarang memesan barang pun akhirnya ikut memesan barang tersebut dikarenakan tergiur dengan promo yang ada pada iklan yang dilihatnya. Mereka juga melihat apa yang digunakan oleh para artis, sehingga mereka juga tertarik untuk memilikinya.

### **5.1.2 Perilaku Konsumtif**

#### **a. Positif**

Berdasarkan wawancara terhadap lima (5) orang informan, dapat diketahui bahwa perilaku konsumtif dapat menimbulkan dampak positif bagi pengguna situs belanja online *Shopee*, di antaranya sebagai berikut:

1. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima informan dapat dianalisis bahwa: dari kelima informan empat diantaranya mengatakan hal yang sama yakni dengan berbelanja online, mereka ingin memiliki barang yang berbeda dengan orang lain dan belanja melalui aplikasi *Shopee* mereka ingin terlihat lebih menjaga penampilan sehingga terlihat lebih modern, modis dan mengikuti perkembangan zaman. Selain itu pada aplikasi *Shopee* terdapat banyak varian produk yang dapat dipilih. Tetapi ada seorang informan yang bernama Ayu mengatakan bahwa dia berbelanja tujuannya bukan untuk terlihat berbeda dari orang lain melainkan untuk memenuhi kebutuhannya akan fashion. Dari hasil observasi yang penulis lakukan ditemukan bahwa tujuan mereka sering berbelanja menggunakan *Shopee* dikarenakan ingin memiliki berbagai barang yang berbeda dengan orang lain ditambah aplikasi *Shopee* secara tidak langsung mendukung hal tersebut dengan cara memberikan berbagai promo yang sangat menarik, sehingga mereka pun menjadi berbelanja menggunakan aplikasi *Shopee*.

2. Menarik perhatian orang lain

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima informan dapat dianalisis bahwa: kelima informan mengatakan hal yang sama yakni dengan sering berbelanja produk menggunakan situs online *Shopee* mereka secara tidak langsung mengikuti trend fashion yang sedang populer saat ini dan menunjukkan penampilan mereka yang lebih percaya

diri sehingga mampu menarik perhatian orang lain yang melihatnya. Dari hasil observasi yang penulis temui, mereka secara tidak sengaja membuat orang tertarik melihat penampilan mereka, karena mereka sering menggunakan barang-barang yang mereka beli melalui situs/aplikasi *Shopee*.

### 3. Ikut-ikutan

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima informan dapat dianalisis bahwa: dari kelima informan, tiga di antaranya mengatakan hal yang sama yakni dengan melihat orang lain yang sering melakukan belanja produk menggunakan situs online *Shopee* kualitasnya bagus, mereka menjadi tertarik ditambah mereka mengetahui *Shopee* memberikan berbagai promo yang sangat menarik sehingga mereka pun ikut berbelanja menggunakan *Shopee* juga agar penampilan mereka terlihat menarik dan juga menjadi lebih percaya diri. Sedangkan dua orang lainnya yaitu Ayu dan Rama mengatakan mereka ikut membeli menggunakan aplikasi *Shopee* bukan saja karena melihat orang lain berbelanja menggunakan aplikasi *Shopee*, akan tetapi mereka juga melihat penampilan artis-artis yang sering menggunakan berbagai barang yang sangat bagus dan juga artis yang mengiklankan *Shopee* itu sendiri. Hal inilah yang membuat mereka tertarik untuk ikut berbelanja menggunakan aplikasi *Shopee*. Dan menurut Naura, perbandingan harga yang jauh lebih murah yang diberikan pihak *Shopee* dibandingkan dengan yang ada di toko membuat mereka

lebih memilih membeli melalui *Shopee*. Dari hasil observasi yang penulis temui mereka sering berbelanja bukan hanya karena melihat orang lain yang berbelanja menggunakan *Shopee*, akan tetapi mereka juga melihat dari apa yang digunakan para artis yang mereka sukai. Karena menurut mereka apa yang dipakai artis itu pasti akan menjadi trend, sehingga mereka ingin memiliki barang tersebut juga.

b. Negatif

Selain menimbulkan dampak positif, penggunaan situs belanja online *Shopee* juga akan menyebabkan dampak yang negatif sebagai berikut:

1. Tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima informan dapat dianalisis bahwa: kelima informan mengatakan hal yang sama yakni seringnya tergiur dalam melakukan pemesanan barang melalui situs online *Shopee* membuat mereka lupa akan kebutuhan yang mereka butuhkan kedepannya. Mereka cenderung hidup boros dan tidak memikirkan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi sehingga mereka kesulitan dalam mengatur keuangan. Dari hasil observasi yang penulis lakukan di temukan bahwa mereka benar-benar tidak memikirkan kebutuhan mereka yang akan datang. Hal ini terbukti ketika mereka melihat barang yang mereka sukai di *Shopee* sedang mendapatkan promo mereka pun langsung memesan barang tersebut tanpa memikirkan hal lain terlebih dahulu.

## 2. Mengurangi kesempatan untuk menabung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima informan dapat dianalisis bahwa: kelima informan mengatakan hal yang sama yakni dengan berbelanja online pada aplikasi *Shopee* membuat mereka menjadi lupa untuk menyisihkan uangnya dan lebih suka membelanjakannya untuk barang-barang yang sedang promo, ditambah lagi aplikasi *Shopee* memiliki produk yang murah, menarik dan banyak promo yang membuat mereka ingin menghabiskan uangnya untuk berbelanja. Dari hasil observasi yang penulis lakukan ditemui bahwa mereka kesulitan untuk menabung karena tergiur dengan berbagai promo menarik yang diberikan oleh pihak *Shopee*.

## 3. Meminjam uang orang lain

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima informan dapat dianalisis bahwa: kelima informan mengatakan hal yang sama yakni mereka melakukan pembelian online secara kredit melalui aplikasi *Shopee* karena *Shopee* telah menyediakan fitur tersebut melalui *Shopeepay*. Akan tetapi ada dua orang lainnya yaitu Mulio dan Rama, mereka mengatakan akibat keseringan berbelanja secara online membuat mereka harus meminjam uang kepada teman-temannya karena sudah tergiur dengan barang yang sedang di promo dan juga untuk membayar cicilan pada *Shopeepay* yang sudah jatuh tempo.

## **5.2 Interpretasi Data**

Setelah menganalisis data-data dari hasil penelitian, maka selanjutnya peneliti akan melakukan penafsiran atau menginterpretasi data-data tersebut berkaitan dengan konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Interpretasi data sangat penting sebagai upaya untuk menganalisis hubungan antara konsep dengan data yang diperoleh selama penelitian.

Untuk memudahkan dalam menginterpretasi data, peneliti membagi data-data tersebut menjadi lima bagian sesuai dengan indikator yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Berikut hasil interpretasi data yang telah dilakukan oleh peneliti.

### **5.2.1 Peran Media Online**

Berdasarkan konsep dan temuan peneliti dapat dilihat bahwa media sangat berperan penting dalam hal menampilkan berbagai pilihan yang dapat dipilih dalam hal memenuhi kebutuhan pokok kita sehari-hari, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Hal inilah yang membuat media menjadi salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumtif di masyarakat, khususnya di Kos Harapan Baik, Kelurahan Kayu Putih, Kota Kupang.

Mahasiswa yang tinggal di Kos harapan baik secara tidak langsung mengikuti apa yang mereka lihat di berbagai media massa yang ada, baik elektronik, cetak maupun media online. Mereka melihat iklan yang ditampilkan oleh pihak Shopee di berbagai media sosial yang mereka miliki, iklan berisi promo yang sangat menarik yang membuat mereka akhirnya melakukan

pemesanan barang. Bahkan orang yang jarang memesan barang pun akhirnya ikut memesan barang tersebut dikarenakan tergiur dengan promo yang ada pada iklan yang dilihatnya. Mereka juga melihat apa yang digunakan oleh para artis, sehingga mereka juga tertarik untuk memilikinya.

### **5.2.2 Perilaku Konsumtif**

Howell dan Dpboye (dalam Warsidi 2015: 11-12) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan bagian dari aktivitas dan kegiatan mengonsumsi suatu jasa dan barang yang dilakukan oleh konsumen secara berlebihan. Berikut ini merupakan interpretasi dari perilaku konsumtif baik yang positif maupun negatif.

#### **5.2.2.1 Positif**

Perilaku positif merupakan cerminan dari kepribadian positif. Menurut Abraham Maslow (Dalam Bouk, 2018: 35) memperlihatkan kepada kita motif terjadinya perilaku positif adalah:

1. Kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*)

Kebutuhan akan rasa aman ini diantaranya adalah aman secara fisik, stabilitas, ketergantungan, perlindungan dan kebebasan dari hal-hal yang mengancam seperti kriminalitas. Seseorang yang merasa tidak aman tentu akan memiliki kebutuhan akan keteraturan dan stabilitas secara berlebihan serta akan berusaha keras menghindari hal-hal yang tidak di harapkannya.

2. Kebutuhan akan keterikatan dan cinta (*need for affiliation*)

Kebutuhan ini meliputi dorongan untuk dibutuhkan orang lain agar ia dianggap sebagai warga komunitas sosialnya. Bentuk pemenuhan kebutuhan ini seperti bersahabat, keinginan memiliki pasangan dll.

3. Kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*)

Kebutuhan akan penghargaan memiliki dua kategori yaitu kebutuhan yang lebih rendah dan lebih tinggi. Kebutuhan yang rendah adalah kebutuhan untuk menghormati orang lain, kebutuhan akan status, ketenaran, reputasi bahkan dominasi.

4. Kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization*)

yaitu kebutuhan untuk membuktikan dan menunjukkan dirinya kepada orang lain. Pada tahap ini, seseorang mengembangkan semaksimal mungkin segala potensi yang dimilikinya. Kebutuhan aktualisasi diri adalah kebutuhan yang tidak melibatkan keseimbangan, tetapi melibatkan keinginan yang terus menerus untuk memenuhi potensi. Maslow melukiskan kebutuhan ini sebagai hasrat untuk semakin menjadi diri sepenuh kemampuannya sendiri, menjadi apa saja menurut kemampuannya.

Berdasarkan konsep, tindakan konsumtif yang dilakukan mahasiswa kos Harapan Baik dapat dikatakan sebagai kebutuhan akan aktualisasi diri karena mereka lebih memilih untuk menonjolkan diri dengan keinginan-keinginan atau hasrat akan suatu barang dari pada

memperhatikan kebutuhan hidup dirinya sehari-hari. Mereka cenderung berbelanja secara berlebihan dari pada menabung, sehingga mereka kesulitan dalam menyeimbangkan keuangannya.

Berdasarkan hasil temuan peneliti, Perilaku Konsumtif ini diterapkan oleh semua informan karena merasa pembelian di aplikasi *Shopee* membuat mereka lebih tampak beda, menarik perhatian orang dan juga mengikuti trend yang sedang berlangsung sekarang ini, melihat artis-artis yang mereka sukai menggunakan barang yang bagus mereka pun tertarik untuk memilikinya juga, sehingga mereka menggunakan *Shopee* untuk mencari barang yang sama persis seperti punya si artis tersebut. Karena di aplikasi *Shopee* menyediakan banyak varian produk yang dapat dipilih dan modern, sehingga mereka lebih percaya diri dan dapat menarik perhatian orang lain yang melihat, *Shopee* juga menyediakan kualitas barang yang bagus dan promo yang menarik sehingga membuat mereka menjadi tertarik yang menyebabkan mereka juga ikut-ikutan menggunakan *Shopee*. Mereka juga tertarik menggunakan *Shopee* karena melihat iklan-iklan yang ada di berbagai media yang menampilkan produk dari *Shopee* yang sangat bagus sehingga mereka tertarik menggunakan *Shopee*. Menurut mereka *Shopee* juga menawarkan harga barang yang jauh lebih murah dibandingkan dengan harga barang yang ada di toko-toko yang ada di Kota kupang.

#### 5.2.2.2 Negatif

Berdasarkan konsep dari Allport (dalam Djali, 2013) mengatakan sisi negatif perilaku konsumtif membuat pola hidup seseorang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang di inginkan tanpa melihat harganya. Hal ini terbukti dengan perilaku yang terjadi pada mahasiswa kos-kosan Harapan Baik sebagai pengguna Shopee dimana mereka cenderung boros dalam melakukan belanja secara online dan mereka merasa tersaingi jika mereka belum memiliki barang yang teman mereka miliki.

Berdasarkan hasil temuan peneliti, Perilaku Konsumtif ini diterapkan oleh semua informan karena merasa pembelian di aplikasi *Shopee* membuat mereka lupa akan kebutuhan yang mereka butuhkan kedepannya. Mereka cenderung hidup boros dan tidak memikirkan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi sehingga mereka kesulitan dalam mengatur keuangan. Akibatnya untuk menyisihkan uang untuk menabung pun mereka tidak mampu dan mereka lebih suka membelanjakannya untuk barang-barang yang sedang promo, ditambah lagi aplikasi *Shopee* memiliki produk yang murah, menarik dan banyak promo yang membuat mereka ingin menghabiskan uangnya untuk berbelanja. Bahkan mereka rela untuk meminjam uang dari teman-temannya hanya untuk melakukan pembelian barang yang mereka inginkan pada saat mereka tidak memiliki uang.