

# Dampak Konsumsi Berlebihan Dalam Belanja *Online* Terhadap Gaya Hidup Konsumtif

Cahya Frassetiati<sup>1</sup>, Ahmad Wahyu<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia, [frassetiaticahya@gmail.com](mailto:frassetiaticahya@gmail.com)

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia, [a.wahyu7789@gmail.com](mailto:a.wahyu7789@gmail.com)

## Info Artikel

### Article history:

Received Feb, 2024

Revised Aug, 2024

Accepted Aug, 2024

### Kata Kunci:

Aplikasi belanja *online*,  
Konsumsi berlebihan, Gaya  
hidup konsumen

### Keywords:

*Excessive consumption, Online shopping applications, Consumer lifestyle*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya masyarakat yang menggunakan aplikasi belanja *online* secara tidak bijak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak konsumsi berlebihan dalam belanja *online* terhadap gaya hidup konsumtif. Era teknologi dan kemajuan internet telah mengubah cara orang berbelanja, memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara *online*. Meskipun memberikan kepraktisan, belanja *online* juga memberikan dampak negatif, terutama dalam bentuk gaya hidup konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi belanja *online* mayoritas oleh perempuan. Analisis data juga mengungkapkan bahwa sebagian besar responden tertarik dengan potongan harga yang ditawarkan oleh aplikasi belanja *online*, cenderung berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan, menyebabkan gaya hidup konsumtif di mana individu cenderung berbelanja uang tanpa pertimbangan matang, tergiur oleh potongan harga dan berbelanja yang tidak terlalu dibutuhkan. Oleh karena itu penting bagi individu untuk meningkatkan kesadaran akan dampak konsumsi berlebihan dalam belanja *online* dan lebih bijak dalam berbelanja.

## ABSTRACT

*The background of this research is that many people use online shopping applications unwisely. The purpose of this study is to analyse the impact of excessive consumption in online shopping on consumer lifestyles. The era of technology and internet advancement has changed the way people shop, making online transactions easier. Although it provides practicality, online shopping also has a negative impact, especially in the form of consumer lifestyle. Results of the research show that the majority of online shopping applications are used by women. Data analysis also revealed that the majority of respondents are attracted by discounts offered by online shopping applications, tend to shop not according to their needs, resulting in a consumptive lifestyle where individuals tend to spend their money without careful consideration, tempted by discounts and shopping without much consideration of needs. Therefore, it is important for individuals to raise awareness of the impact of excessive consumption in online shopping and be wiser in shopping.*

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



*Corresponding Author:*

Name: Cahya Frassetiati

Institution: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia

Email: [frassetiaticahya@gmail.com](mailto:frassetiaticahya@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi mengacu pada kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknik yang mengarah pada penemuan baru, aplikasi yang lebih baik, dan kemajuan yang berkelanjutan. Di era sekarang ini, kemungkinan besar sebagian besar penduduk dunia, termasuk di Indonesia, telah merasakan manfaat dari kemajuan teknologi ini. Ketika membahas teknologi, tidak mungkin untuk memisahkannya dari internet dan gadget, yang merupakan produk dari teknologi itu sendiri. Pesatnya kemajuan teknologi sangat membantu kehidupan manusia, memungkinkan aktivitas seperti belajar *online*, belanja *online*, kemudahan akses informasi yang diinginkan, bermain *game online*, hingga memesan makanan dan transportasi secara *online*.

Banyak orang mendapatkan keuntungan dari kemajuan teknologi ini dengan cara yang positif, tetapi beberapa orang juga menggunakannya secara negatif, menjadi malas karena mudahnya informasi yang dapat ditemukan, menjadi ketergantungan, kehilangan minat untuk belajar, dan mengubah pola pikir dan perilaku mereka.

Tindakan pembelian dan penjualan barang, jasa, dan barang lainnya menggunakan aplikasi melalui internet tanpa perlu bertatap muka antara pelanggan dan penjual dikenal sebagai belanja *online*. Selain itu, aplikasi bertindak sebagai perantara antara pembeli dan penjual.

Dengan kemudahan berbelanja *online* banyak orang yang tertarik baik itu sebagai penjual ataupun sebagai pembeli. Berbelanja secara *online* memiliki dampak yang baik seperti berbelanja menjadi praktis, mendapatkan barang yang diinginkan yang tidak ada di sekitar kita, memiliki harga yang jauh lebih murah, akan tetapi berbelanja secara *online* menimbulkan gaya hidup yang konsumtif.

Gaya hidup atau perilaku mereka yang suka membelanjakan uangnya secara sembarangan dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pengeluaran yang berlebihan untuk berbelanja, bahkan untuk barang-barang yang tidak diperlukan, nafsu belanja yang tidak terkendali, sulit membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mudah tertarik dengan diskon.

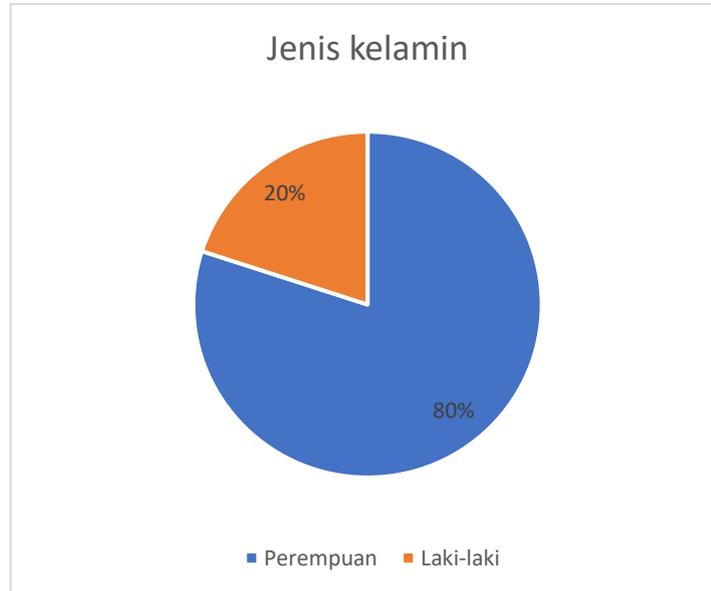
## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif sebagai strateginya. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana gaya hidup konsumerisme dipengaruhi oleh pembelian *online* yang berlebihan. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data. Kuesioner tersebut menanyakan tentang penggunaan aplikasi belanja *online* oleh responden, ketertarikan mereka terhadap diskon yang ditawarkan oleh aplikasi-aplikasi tersebut, apakah mereka berbelanja sesuai dengan kebutuhan atau tidak, apakah mereka merasa berbelanja secara berlebihan ketika berbelanja *online*, seberapa sering mereka berbelanja *online* setiap bulannya, dan mengapa mereka memilih untuk berbelanja *online*. Google Formulir digunakan untuk membuat kuesioner, yang kemudian dibagikan melalui WhatsApp peneliti. Dua puluh responden yang berusia produktif dan tinggal dekat dengan penulis mengisi kuesioner tersebut.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

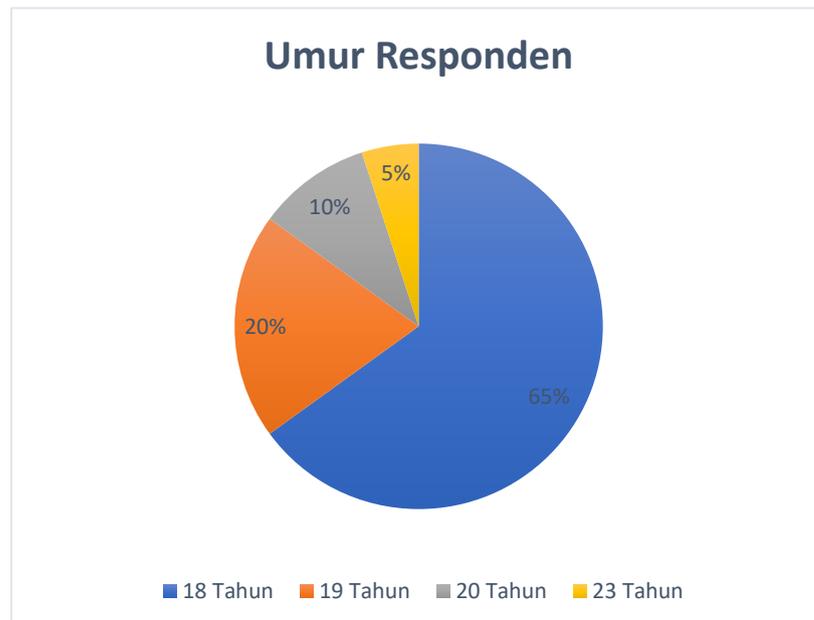
### 3.1 Karakteristik Sampel

Informasi berikut ini tentang karakteristik responden, seperti usia dan jenis kelamin, dikumpulkan oleh penulis berdasarkan temuan kuesioner: Empat responden (20%) adalah laki-laki, sementara enam belas responden (80%) adalah perempuan. Dalam hal usia, tiga belas responden (65%) berusia delapan belas tahun, empat (19%) berusia sembilan belas tahun, dua (10%) berusia dua puluh tahun, dan satu (5%) berusia dua puluh tiga tahun. Gambar 1 menunjukkan diagram jenis kelamin dalam penelitian ini.



Gambar 1. *PieChart* Jenis Kelamin

Menurut hasil jajak pendapat yang dilakukan oleh *Google Forms* terhadap 20 peserta tentang aplikasi belanja *online*, wanita merupakan 60% dari sampel, sedangkan pria 40%. Menurut jajak pendapat yang dilakukan untuk menganalisis penggunaan aplikasi belanja *online*, wanita adalah pihak yang paling banyak menggunakannya.



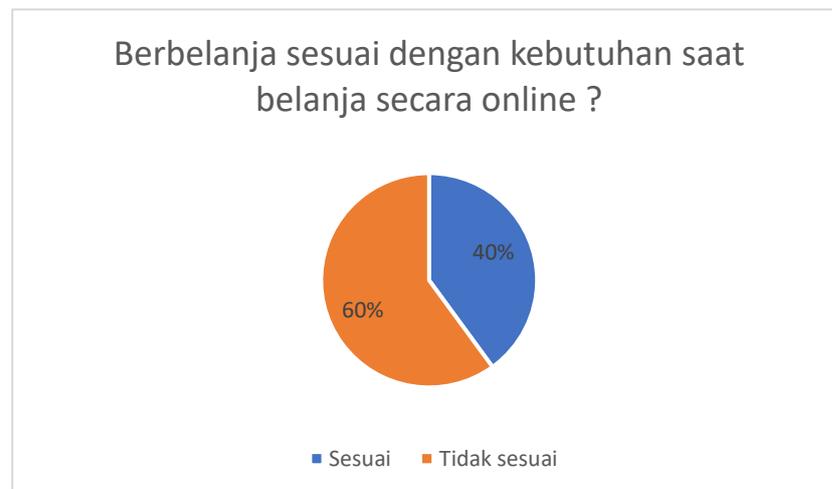
Gambar 2. *PieChart* Umur Responden

Distribusi usia pembeli *online* juga diperoleh melalui studi tentang penggunaan aplikasi belanja. Dari data tersebut terlihat bahwa usia 18 tahun merupakan mayoritas pembeli *online*. Hal ini juga menunjukkan bahwa mayoritas pembeli internet adalah orang-orang yang berada dalam rentang usia produktif.



Gambar 3. Ketertarikan terhadap potongan harga yang ditawarkan oleh aplikasi belanja *online*

Telah ditunjukkan bahwa ada minat yang besar terhadap diskon belanja *online*, yang konsisten dengan studi penulis. 95% responden tertarik dengan penghematan yang disediakan oleh aplikasi belanja *online*, sementara 5% tidak tertarik, menurut analisis diagram lingkaran survei. 95% responden dalam penelitian ini mengatakan bahwa mereka tertarik dengan aplikasi belanja *online*, yang dapat mengarah pada cara hidup yang lebih konsumneris.



Gambar 4. Belanja sesuai kebutuhan saat belanja secara *online*

Berdasarkan penelitian analisis yang penulis lakukan dengan membuktikan bahwa responden melakukan belanja secara *online* tidak sesuai dengan kebutuhan sebesar 60% dan responden yang melakukan belanja sesuai dengan kebutuhan sebesar 40%. Dalam survey ini terlihat sebanyak 60% responden belanja tidak sesuai dengan kebutuhan yang menyebabkan dapat menimbulkan gaya hidup yang konsumtif.



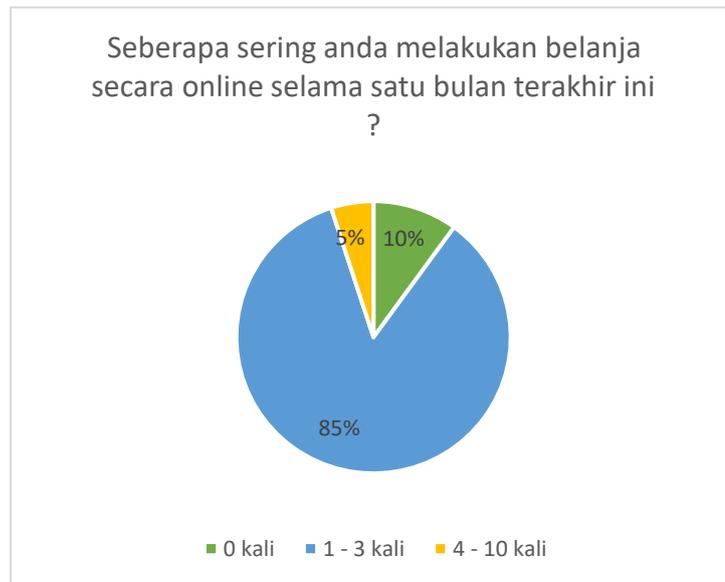
Gambar 5. Berbelanja keinginan sesaat

Berdasarkan hasil tabel 5 kita dapat melihat bahwa sebanyak 55% responden belanja hanya keinginan sesaat dan sebanyak 45% responden berbelanja tidak hanya keinginan sesaat ini menandakan bahwa 45% responden tidak mudah tergiur dengan produk yang ditawarkan dan berbelanja sesuai kebutuhan. Keinginan sesaat saat belanja *online* ini menyebabkan akan timbulnya gaya hidup yang konsumtif dan keinginan untuk berbelanja lagi tapi sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 6. Tingkat pengeluaran saat belanja secara *online*

Lalu apakah responden merasa boros saat belanja secara *online* ? 60% menjawab merasa boros saat belanja secara *online* dan sebanyak 40% merasa tidak boros saat belanja secara *online*. Sebanyak 60% responden merasa boros karena mereka akan membeli barang kebutuhan mereka akan tetapi mereka tergiur dengan barang lainnya sehingga membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Hal ini menimbulkan gaya hidup yang konsumtif, membelanjakan uang hanya karena keinginan sesaat dan tidak sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 7. Tingkat belanja secara *online*

Dapat kita lihat dari tabel 6 bahwa sebanyak 85% belanja secara *online* adalah sebanyak 1-3kali dalam waktu satu bulan, sebanyak 10% tidak melakukan belanja *online* sebulan terakhir ini, dan sebanyak 5% melakukan belanja secara *online* sebanyak 4-10 kali. Jika sering berbelanja dan sesuai dengan kebutuhan itu tidak menjadi masalah akan tetapi jika sering berbelanja dan tidak sesuai dengan kebutuhanlah menjadi gaya hidup yang konsumtif, belanja secara berlebihan dan menyebabkan boros tidak dapat mengontrol nafsu berbelanja.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan dapat disimpulkan bahawa ada dampak konsumsi berlebihan dalam belanja *online* terhadap gaya hidup konsumtif.. Belanja secara *online* memiliki banyak manfaat dan memberikan dampak negatif salah satunya adalah timbulnya gaya hidup yang konsumtif seeperti berbelanja hanya keinginan sesaat, tidak sesuai dengan kebutuhan, tergiur dengan barang yang sebenarnya tidak terlalu butuh, dan tergiur dengan potongan harga yang ditawarkan oleh aplikasi belanja *online* sehingga membuat orang akan melakukan belanja secara terus menerus agar mendapatkan potongan harga. bahwa belanja *online* dapat tidak berkontribusi pada perilaku konsumtif jika tidak diatur dengan bijak.

#### DAFTAR PUSTAKA

[www.merdeka.com](http://www.merdeka.com). 27 Oktober 2023. "Pengertian perkembangan teknologi beserta dampak dan contohnya".

Di akses pada 31 Januari 2024 <https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-perkembangan-teknologi-beserta-dampak-dan-contohnya-40704-mvk.html?screen=2>

sulselprov.go.id. 2020. " Perkembangan teknologi ancaman dan peluang". Di akses pada 13 Januari 2024.

<https://sulselprov.go.id/welcome/post/perkembangan-teknologi-ancaman-atau-peluang>

[www.djkn.kemenkeu.go.id](http://www.djkn.kemenkeu.go.id). 2021. " perilaku konsumtif pembawa petaka di Era Modern". Di akses pada 13

Januari 2024 . [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/Perilaku-Konsumtif-](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/Perilaku-Konsumtif-Pembawa-Petaka-Di-Era-Modern.html#:~:text=Perilaku%20konsumtif%20adalah%20perilaku%20atau,buta%20dalam%20membeli%20suatu%20barang)

[Pembawa-Petaka-Di-Era-](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/Perilaku-Konsumtif-Pembawa-Petaka-Di-Era-Modern.html#:~:text=Perilaku%20konsumtif%20adalah%20perilaku%20atau,buta%20dalam%20membeli%20suatu%20barang)

[Modern.html#:~:text=Perilaku%20konsumtif%20adalah%20perilaku%20atau,buta%20dalam%20membeli](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/Perilaku-Konsumtif-Pembawa-Petaka-Di-Era-Modern.html#:~:text=Perilaku%20konsumtif%20adalah%20perilaku%20atau,buta%20dalam%20membeli%20suatu%20barang)

[%20suatu%20barang](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15276/Perilaku-Konsumtif-Pembawa-Petaka-Di-Era-Modern.html#:~:text=Perilaku%20konsumtif%20adalah%20perilaku%20atau,buta%20dalam%20membeli%20suatu%20barang)