

**PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI ANGGARAN 2019
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**Feresia Febria Ningrum; Suyatmini
Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surabaya**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan alasan mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi memiliki perilaku konsumtif belanja online; (2) mendeskripsikan faktor yang mempengaruhi mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif belanja online dan (3) mendeskripsikan cara untuk mengurangi perilaku konsumtif belanja online mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Subyek dalam penelitian ini adalah 4 mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019. Obyek dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif belanja online. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data interaktif menurut Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) alasan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 antara lain: kebutuhan pribadi dan pengaruh teman perkuliahan; (2) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 dipengaruhi oleh: perkembangan trend, gaya hidup dan diskon; (3) cara mengurangi perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 adalah dengan cara memiliki niat dari dalam diri sendiri untuk berhemat dan membuat prioritas pengeluaran.

Kata kunci : perilaku konsumtif, belanja online, mahasiswa

Abstract

This study aims to (1) describe the reasons students of the Accounting Education Study Program have consumptive online shopping behavior; (2) describe the factors that influence students of the Accounting Education Study Program Class of 2019 to have consumptive online shopping behavior and (3) describe ways to reduce the consumptive online shopping behavior of students of the Accounting Education Study Program Class of 2019. This type of research is qualitative research with a case study design. The subjects

in this study were 4 students of the 2019 Accounting Education Study Program. The object of this study was online shopping consumptive behavior. Data collection techniques using in-depth interviews, observation and documentation. The data analysis technique used is an interactive data analysis technique according to Miles & Huberman. The results of the study show that (1) the reasons for online shopping consumptive behavior among students of the 2019 Accounting Education Study Program include: due to personal needs and the influence of college friends; (2) factors that influence online shopping consumptive behavior of students of the 2019 Accounting Education Study Program are influenced by: trend developments, lifestyle and discounts; (3) the way to reduce consumptive online shopping behavior among students of the 2019 Accounting Education Study Program is by having an inner intention to save money and prioritizing spending.

Keywords: consumer behavior, online shopping, students

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan teknologi dari waktu ke waktu tidak dapat dihindarkan. Perkembangan zaman dan teknologi ini juga mendorong masuknya budaya asing di Indonesia yang semakin beragam dan dapat menjadi ancaman apabila tidak dapat disaring dengan baik (Muliana & Suranto, 2018). Oleh karena itu, dalam menghadapi perkembangan zaman dan teknologi ini para generasi muda harus didampingi serta perlu menanamkan jiwa nasionalisme agar tidak mengadopsi budaya yang berujung ke arah negatif (Syahira Azima et al., 2021). Dalam penanaman jiwa nasionalisme memerlukan kerjasama dari semua pihak, sehingga memudahkan dalam mencapai tujuan (Irmania et al., 2021).

Perkembangan zaman dan teknologi menjadikan kebutuhan manusia semakin beragam dan tidak terbatas sehingga perilaku konsumtif tidak dapat dihindarkan. Kebutuhan yang tak terbatas serta banyaknya inovasi membuat perilaku konsumtif pada masyarakat menjadi hal yang lumrah (Anggraeni & Setiaji, 2018). Adanya perkembangan teknologi seperti aplikasi berbelanja *online*, *mobile banking* atau *m-banking* serta *website* berbelanja *online* yang berkembang pesat sangat mendukung gaya hidup konsumtif (Sahanaya, 2021). *Mobile banking* atau *m-banking* merupakan layanan *online* yang diberikan oleh bank melalui aplikasi yang disediakan bank, dalam *m-banking* terdapat banyak fitur yang dapat

mempermudah transaksi sehingga transaksi dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun (Kurniawati et al., 2017).

Perkembangan teknologi pada zaman sekarang mendorong para *programmer* untuk menciptakan aplikasi berbasis *online* yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Selain aplikasi, para *programmer* juga menciptakan *website* legal yang dapat digunakan sebagai media berbelanja *online*. Sebuah perusahaan *brand-brand* lokal maupun internasional memiliki tim digital yang mengurus konten-konten media sosial serta pesanan yang didapat dari aplikasi maupun *website* berbelanja *online* (Mahmudah & Rahayu, 2020). Banyaknya manusia yang sibuk bekerja dan tidak memiliki waktu luang, sehingga mereka lebih memilih untuk berbelanja dengan aplikasi berbelanja *online* ini (Wahab, 2021). Aplikasi berbelanja *online* dapat diakses dimanapun dan kapanpun sehingga sangat efektif serta efisien (Fatmawati, 2020).

Belanja *online* merupakan kegiatan berbelanja melalui *website* atau aplikasi berbelanja *online*, di Indonesia *website* dan aplikasi berbelanja *online* berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan zaman (Iswiyanti, 2021). Banyaknya pilihan barang serta efisiennya waktu membuat masyarakat Indonesia khususnya para generasi muda lebih memilih membelanjakan uangnya secara *online* (Nurjanah et al., 2019). Namun adanya perkembangan aplikasi berbelanja *online* ini membuat perilaku konsumtif masyarakat Indonesia meningkat, hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa banyak masyarakat yang membeli produk hanya karena keinginan semata tanpa mengetahui apa manfaat dan kegunaannya (Septiansari & Handayani, 2021).

Perilaku konsumtif merupakan perbuatan mengonsumsi barang atau jasa dalam porsi berlebihan secara terus menerus tanpa memikirkan dampaknya (Dewi et al., 2021). Adanya perilaku konsumtif yang berlebihan ini patut dipelajari dan diteliti lebih dalam lagi karena dapat memberi dampak negatif bagi semua kalangan. Perilaku konsumtif cenderung banyak terjadi di kalangan remaja khususnya mahasiswa. Pertemanan dalam lingkungan kampus yang lebih mementingkan gengsi sehingga mahasiswa dituntut untuk selalu tampil mengikuti perkembangan zaman (Khairat et al., 2019).

Wahyuni et al. (2019) menghasilkan penelitian bahwa perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor gaya hidup dan kurangnya pemahaman mengenai literasi keuangan. Namun ada faktor lain yang menjadi pengaruh perilaku konsumtif mahasiswa seperti lingkungan bergaul, gaya hidup *hedonisme*, beragamnya produk kecantikan, trend *fashion* yang semakin berkembang sesuai dengan zaman, banyaknya sarana tongkrongan, serta kemudahan dalam berbelanja *online* (Kurniawan, 2017). Banyak kondisi yang menyebabkan mahasiswa memiliki perilaku konsumtif, salah satunya dengan adanya diskon (Fitriyani et al., 2013). Selain diskon, iklan juga memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Wibowo, 2018). Para produsen berlomba untuk menciptakan iklan yang kreatif dan inovatif.

Faktor lain yang menjadi pengaruh perilaku konsumtif mahasiswa yaitu karena banyak mahasiswa rantauan yang tinggal berjauhan dari orang tua (Rismayanti & Oktapiani, 2020). Namun tidak semua mahasiswa yang tinggal jauh dari orangtua memiliki gaya hidup konsumtif. Menurut beberapa penelitian, gaya hidup konsumtif para mahasiswa ini banyak didasari oleh faktor lingkungan dan kelompok teman sebaya (Kurnia & Hakim, 2021). Dalam dunia perkuliahan, teman sangat mempengaruhi segala aspek kehidupan (Hidayah & Bowo, 2018). Mereka saling memberi pengaruh dalam pengambilan keputusan masing-masing. Selain itu, di dunia perkuliahan banyak mahasiswa yang haus akan pengakuan di lingkungannya sehingga mereka selalu berpenampilan *glamour* (Windayani & Astiti, 2017). Latar belakang perekonomian mahasiswa juga bisa membuat para mahasiswa berperilaku konsumtif, sebagian dari mahasiswa yang tinggal jauh dari orang tua namun memiliki perilaku konsumtif ini karena mereka sedari kecil selalu dimanja dan selalu dituruti apapun maunya (Priyono et al., 2022).

Perlu adanya kontrol dalam menghadapi perilaku konsumtif mahasiswa agar tidak berdampak pada masa depan (Listiani et al., 2018). Rahmawati & Surjanti (2021) menyebutkan bahwa melalui pemahaman ekonomi, gaya hidup dan kontrol diri yang baik perilaku konsumtif mahasiswa dapat terkontrol. Pemerintah perlu mengadakan inovasi dengan bekerja sama dengan lembaga-lembaga keuangan guna mengadakan program kemitraan dengan tujuan mengedukasi

keuangan para mahasiswa. Melalui program-program kemitraan dengan lembaga keuangan seperti pengenalan produk keuangan seperti tabungan yang cocok dan efektif bagi mahasiswa merupakan salah satu kontrol dalam menghadapi perilaku konsumtif mahasiswa (Sari, 2018). Dalam mengontrol perilaku konsumtif mahasiswa ini perlu kesadaran diri dari mahasiswa akan pentingnya menghemat bagi masa depan. Selain itu mahasiswa perlu menciptakan tujuan dari penghematan yang dilakukan agar dalam melaksanakan kontrol diri tersebut mahasiswa lebih termotivasi.

Sebuah survei yang dilaksanakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menghasilkan temuan bahwa masyarakat Indonesia mempunyai pengetahuan yang rendah tentang pemakaian produk keuangan (Utami & Sirine, 2016). Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman mengenai pendidikan literasi keuangan terhadap pentingnya mengontrol perilaku konsumtif. Literasi keuangan adalah pemahaman, keahlian dan ketentuan yang berdampak pada perilaku masyarakat sebagai bentuk peningkatan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan menuju kehidupan yang sejahtera (Mendari & Kewal, 2013). Mahasiswa harus melek terhadap literasi keuangan, karena literasi keuangan dapat memberikan pemahaman dan sosialisasi pada bidang keuangan supaya cakap dalam mengelola keuangan dengan baik dan cerdas sehingga perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat terkontrol dengan baik (Yushita, 2017).

Selain itu rencana dalam membangun masa depan juga dapat menjadi kontrol dalam berperilaku konsumtif. Apalagi semakin berkembangnya zaman harga kebutuhan juga semakin melambung tinggi. Oleh karena itu sangat penting bagi mahasiswa memiliki dana darurat sebagai bekal untuk masa depannya (Rahayuningrum & Suranto, 2021). Selain itu peran keluarga dalam mengontrol perilaku konsumtif juga sangat berpengaruh, hal ini disebabkan oleh pendidikan pertama yang didapat anak adalah melalui keluarga sehingga keluarga memiliki peran besar dalam menciptakan kepribadian anak (Putri & Artani, 2020).

Keluarga memiliki pengaruh besar dalam tumbuh kembang anak (Sari, 2019). Pola pendidikan yang dilakukan oleh keluarga membentuk pola pikir anak seperti dengan apa yang diajarkan keluarganya, anak akan mencontoh apapun

aktivitas yang dilakukan keluarganya selama anak belum mendapat pendidikan formal melalui sekolah (Novitasari & Septiana, 2021). Sekolah sebagai pendidikan formal juga memiliki peranan dalam mengajarkan anak didiknya untuk berhemat demi masa depannya. Melihat maraknya perilaku konsumtif pada mahasiswa hal ini juga terjadi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019. Perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 ini terlihat dari seringnya mereka membelanjakan uangnya secara *online* untuk membeli barang yang dibutuhkan maupun tidak. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 tentang perilaku konsumtif belanja *online* menghasilkan temuan bahwa mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif belanja *online*. Uraian di atas merupakan latar belakang peneliti untuk menjadikan permasalahan tersebut ke dalam penelitian yang berjudul “**PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI ANGKATAN 2019 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**”.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai fenomena sosial dalam kehidupan sehari-hari yaitu fenomena perilaku konsumtif belanja *online* para mahasiswa. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini berlokasi di area Universitas Muhammadiyah Surakarta. Waktu penelitian dimulai pada bulan September 2022 sampai Mei 2023. Subyek dalam penelitian ini adalah 4 mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019. Dengan kriteria memiliki perilaku konsumtif belanja *online*. Obyek dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif belanja *online*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi. Wawancara secara mendalam dilakukan guna menggali informasi mengenai perilaku konsumtif belanja *online* yang terjadi pada 4 narasumber yaitu mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019.

Observasi dengan lembar observasi digunakan untuk mendapatkan informasi terkait dengan aktivitas mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 dalam mengonsumsi barang dan jasa serta dalam berbelanja *online*. Dokumentasi digunakan untuk menelusuri dan mendapatkan bukti terkait dengan belanja *online* yang dilakukan mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019. Pada penelitian ini teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi teknik. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data interaktif menurut Miles & Huberman (1984: 1994) (Denzin & Lincoln, 2009 : 592) yaitu pengumpulan data, penyajian data, reduksi data dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan seluruh data hasil wawancara, dokumentasi dan observasi. Reduksi data dilakukan dengan menyederhanakan serta Menyusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting mengenai hasil temuan dan maknanya. Pada tahap ini data yang tidak bisa untuk menjawab pertanyaan peneliti dibuang karena dianggap tidak dapat memecahkan masalah penelitian. Penyajian data dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk tulisan, gambar, tabel maupun grafik dengan tujuan menggabungkan informasi sehingga bisa memberikan gambaran terhadap keadaan yang terjadi, mempermudah peneliti menguasai data atau informasi tersebut dan mempermudah peneliti mengambil kesimpulan. Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam menganalisis data, dalam tahap ini data yang sudah terkumpul, direduksi dan yang sudah disajikan dalam bentuk tulisan, gambar, tabel maupun grafik ditarik kesimpulannya guna mendapatkan hasil penelitian yang relevan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Alasan yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019

Perkembangan zaman menuntut masyarakat khususnya generasi muda untuk selalu terbuka akan hal-hal baru. Di era hidup modern ini banyak generasi muda yang mudah terpengaruh akan budaya maupun hal-hal baru lainnya. Kehidupan modern ini tidak lepas dari gaya hidup konsumtif. Menurut hasil wawancara dengan narasumber dapat disimpulkan bahwa maraknya perilaku

konsumtif belanja *online* yang terjadi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 terdapat berbagai alasan. Kebutuhan pribadi, pengaruh teman perkuliahan, pengaruh iklan di media sosial, tinggal jauh dari orang tua serta lebihnya uang saku menjadi alasan mengapa mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif belanja *online*.

Hasil penelitian ditemukan alasan mengapa mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif belanja *online* adalah yang pertama yaitu adanya kebutuhan pribadi seperti *fashion*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Iswiyanti (2021) mahasiswa sering berbelanja *online* di toko *Shopee* dengan membeli produk *fashion* seperti baju, tas, sepatu dan lainnya. Hal ini didasari karena perkembangan teknologi yang mempermudah segala aktivitas sehari-hari termasuk berbelanja kebutuhan yang dapat dilakukan secara *online*.

Alasan kedua yaitu pengaruh teman perkuliahan. Budanti et al. (2017) lingkungan sosial dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa namun masih terdapat pengaruh lain seperti pendapatan, literasi ekonomi, pembelajaran ekonomi dan prestasi belajar ekonomi, status sosial ekonomi. Sedangkan dalam penelitian ini menghasilkan temuan bahwa teman perkuliahan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Terbiasa bersama hingga saling mempengaruhi segala aspek sehingga para mahasiswa saling percaya terhadap temannya. Padahal hal ini akan membawa dampak negatif apabila tidak dapat mengontrol diri sendiri.

Berdasarkan hasil observasi kepada narasumber yaitu 4 mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 terindikasi bahwa keempat narasumber memiliki perilaku konsumtif belanja *online* didasari oleh kebutuhan narasumber tersebut. Hal ini dikuatkan dengan bukti hasil dokumentasi yang memaparkan hasil belanja *online* para narasumber. Hasil belanja *online* keempat narasumber dominan membeli produk *fashion* sebagai penunjang penampilan.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa alasan mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif belanja *online* adalah karena kebutuhan pribadi dan pengaruh teman perkuliahan. Sedangkan berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa alasan mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif adalah karena kebutuhan pribadi para narasumber.

3.2 Faktor yang mempengaruhi mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif belanja *online*

Dalam kehidupan sehari-hari tidak terlepas dari kegiatan mengonsumsi akan suatu barang maupun jasa. Pada faktanya banyak masyarakat khususnya golongan mahasiswa dalam mengonsumsi selalu berlebihan yang mengakibatkan perilaku konsumtif. Sering kali mahasiswa membeli suatu barang atas dasar keinginannya bukan karena kebutuhannya, hal ini dapat menjadi pendorong mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang berlebihan. Perilaku konsumtif yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif bagi perekonomian mahasiswa, apalagi banyak mahasiswa yang belum memiliki penghasilan sendiri sehingga dapat memunculkan dampak-dampak negatif baru seperti menghalalkan segala cara untuk mendapatkan uang yang dapat digunakan untuk memuaskan keinginannya untuk berbelanja *online*. Perilaku konsumtif para mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Hasil penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 yang pertama adalah mengikuti perkembangan trend. Trend merupakan perkembangan di zaman kini yang apabila tidak mengikutinya akan terasa ketinggalan zaman. Orang yang tidak dapat menyaring trend dengan baik akan terjebak dengan perkembangan trend yang negatif karena tidak sesuai dengan kebudayaan di Indonesia. Lutfiah et al. (2022) mahasiswa senang belanja karena bisa menghilangkan rasa penat

Kedua yaitu faktor gaya hidup. Gaya hidup mahasiswa merupakan hasil didikan orang tuanya, perbedaan perekonomian membuat pola asuh setiap orang tua berbeda sehingga gaya hidup mahasiswa di dunia perkuliahan beragam. Gaya hidup mahasiswa biasanya juga dipengaruhi oleh lingkungan pertemanan. Mahasiswa yang memiliki teman dengan kalangan perekonomian yang tinggi pastinya akan terbawa pengaruh, hal ini dapat menjadikan mahasiswa memiliki gaya hidup yang tinggi yang berakibat pada perilaku konsumtif. Sedangkan dalam penelitian Sada (2022) gaya hidup tidak berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Sucihati et al. (2020) menghasilkan temuan yang berbeda yang menyatakan bahwa gaya hidup menjadi salah satu pengaruh mahasiswa memiliki perilaku konsumtif belanja *online*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Khairat et al. (2018) semakin tinggi gengsi mahasiswa maka akan mengakibatkan gaya hidup hedonisme yang tinggi juga.

Faktor ketiga yaitu banyaknya diskon yang diberikan pada *market place*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Miranda et al. (2018) mahasiswa sadar ataupun tidak, dengan adanya diskon mereka belanja melebihi kebutuhan atau berlebihan, hal inilah yang menjadikan mahasiswa berperilaku boros. Penelitian yang dilakukan Abadi et al. (2020) menghasilkan temuan yang sama yang menyatakan mahasiswa lebih tertarik melakukan pembelian barang dikarenakan adanya diskon, pelayanan yang memuaskan serta harga yang lebih terjangkau. Sedangkan dalam penelitian ini mahasiswa menjelaskan bahwa diskon memang menjadi pengaruh dalam berbelanja *online*. *Market place* seperti *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia* dan *Tiktokshop* memberikan diskon di tanggal kembar misalnya 2.2 yang artinya di tanggal 2 bulan Februari, hal ini berlaku di setiap bulannya. Banyaknya diskon menjadi salah satu faktor mahasiswa memiliki perilaku konsumtif belanja *online*. Apalagi diskon yang diberikan sangat banyak.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif adalah perkembangan trend, gaya hidup dan diskon.

3.3 Solusi mengatasi perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019

Agar tidak memiliki dampak buruk bagi masa depan, perilaku konsumtif pada mahasiswa harus dihentikan. Penghentian perilaku konsumtif pada mahasiswa ini juga merupakan upaya untuk mengajarkan cara mengatur keuangan yang baik dan benar bagi para mahasiswa agar tidak mengalami permasalahan ekonomi di masa depan. Dalam mengatasi suatu permasalahan agar tidak berdampak negatif pada kehidupan memerlukan solusi untuk mengatasinya. Dalam menentukan solusi dari sebuah permasalahan memerlukan beberapa sudut pandang agar tidak menimbulkan permasalahan baru.

Mahasiswa memerlukan pengetahuan tentang literasi keuangan agar dapat mengetahui tata cara pengelolaan keuangan dengan baik dan benar. Namun perilaku konsumtif juga bisa merupakan hasil dari didikan sebagian orang tua dengan tingkat ekonomi tinggi yang terbiasa menuruti apapun keinginan anaknya, sehingga hal tersebut terbawa hingga anak beranjak dewasa.

Hasil penelitian ditemukan bahwa cara dalam mengurangi perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019, yang pertama dapat dilakukan dengan cara memiliki niat dari dalam diri sendiri untuk berhemat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dikria & Mintarti (2016) mahasiswa harus dapat mengendalikan dirinya dalam berkonsumsi. Kurniawan (2017) untuk mengurangi perilaku konsumtif diperlukan kesadaran diri individu untuk mendahulukan kebutuhan daripada keinginan. Sedangkan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa niat dari dalam diri sendiri merupakan pondasi untuk mahasiswa dalam melakukan penghematan, apabila niat dari dalam diri sendiri tidak ada maka solusi-solusi yang ada hanya percuma.

Kedua, yaitu dengan cara membuat prioritas pengeluaran. Agar terhindar dari pengeluaran yang tidak diperlukan maka mahasiswa perlu membuat prioritas pengeluaran. Prioritas pengeluaran juga dapat digunakan sebagai

acuan dalam menggunakan uangnya, sehingga mahasiswa akan lebih mudah menata dan membelanjakan uangnya sesuai dengan kebutuhannya.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa cara mengurangi perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa yaitu dengan cara memiliki niat dari dalam diri sendiri untuk berhemat dan membuat prioritas pengeluaran.

4. PENUTUP

Perilaku konsumtif belanja *online* merupakan suatu tindakan yang akan berdampak negatif bagi perekonomian apabila tidak mendapat perhatian khusus. Perilaku konsumtif belanja *online* yang terjadi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 harus diteliti alasan yang mempengaruhi, faktor yang menyebabkan serta bagaimana cara mengurangi perilaku konsumtif belanja *online* tersebut. Berdasarkan hasil wawancara disimpulkan bahwa alasan mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif belanja *online* adalah karena kebutuhan pribadi dan pengaruh teman perkuliahan. Sedangkan berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa alasan mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif adalah karena kebutuhan pribadi para narasumber. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 memiliki perilaku konsumtif adalah perkembangan trend, gaya hidup dan diskon. Sedangkan berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa cara untuk mengurangi perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa yaitu dengan cara memiliki niat dari dalam diri sendiri untuk berhemat dan membuat prioritas pengeluaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi. A. F. P., Utomo. S. W., & Yusdita. E. E. (2020). Studi perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4625>.
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh media sosial dan status ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172–180.

- Budanti, H.S., Indriayu, M., & Sabandi, M. (2017). Pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 3(2).
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publications.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. 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. <https://doi.org/10.17977/UM014v09i220>.
- Fatmawati, N. (2020). Gaya hidup mahasiswa akibat adanya online shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 55-68. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh uang saku, locus of control dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025-1039. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28337>.
- Irmania, E., Trisiana, A., & Salsabila, C. (2021). Upaya mengatasi pengaruh negatif budaya asing terhadap generasi muda di indonesia seperti indonesia mempunyai banyak sekali kebudayaan, mengingat indonesia bangsa indonesia memiliki beragam budaya yang tak terhitung jumlahnya. patut dilirik bangsa lain. *Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 148–160.
- Isdiyanti, A. S. (2021). Analisis tingkat belanja online di kalangan mahasiswa universitas gunadarma. *JIP: Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 391–403.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139.
- Kurnia, & Hakim, L. (2021). Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri dan Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif

mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 19–29.

- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan technology acceptance model (TAM) yang telah dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>.
- Listiani, P., Susanti, D., & Sinta, V. (2018). Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI tulungagung. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 2(2), 111–128.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, (2)1, 1-9. <http://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>.
- Mendari, A. S., & Kewal, S.S. (2013). Tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa STIE MUSI. *Jurnal Economia*, 9(2), 130-140.
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo kendari. *Jurnal Neo Societal*, 3(1), 246839.
- Muliana, S. M., & Suranto. (2018). Analisis perilaku konsumtif anak kos pada mahasiswa UMS. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–7.
- Novitasari, A. T., & Septiana, A. (2021). Pengaruh pendidikan ekonomi dalam lingkungan keluarga terhadap perilaku konsumtif siswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 64. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15119>.
- Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh e-commerce terhadap keputusan pembelian pada belanja online shopee (studi pada konsumen belanja online mahasiswa universitas islam malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 8(3), 154–162. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/3572>
- Putri, A. P. D., & Artani, K. T. B. (2020). Pemberdayaan remaja guna meningkatkan literasi. *Prosiding Webinar Nasional Peranan Perempuan/Ibu Dalam Pemberdayaan Remaja Di Masa Pandemi COVID-19, Universitas Mahasaraswati Denpasar 2*.
- Priyono, S., Rohmah, M., & Afifah, S. (2022). Analisis perilaku konsumtif mahasiswa ditinjau dari literasi keuangan dan pengelolaan uang saku (studi fenomenologi pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi STKIP Nurul Huda). *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(2), 86.

- Rahayuningrum, V. S., & Suranto, S. P. (2021). Peran pendidikan ekonomi informal dalam menciptakan perilaku menabung pada anak-anak di desa bedoro kabupaten sragen. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/93963%0> NASKAH PUBLIKASI.
- Rahmawati, V. E., & Surjanti, J. (2021). Analisis faktor perilaku konsumtif berbelanja *online* produk *fashion* saat pandemi pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 4(2), 11-18.
- Rismayanti, T., & Oktapiani, S. (2020). Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas teknologi sumbawa. *Nusantara Journal Of Economics (NJE)*, 31-37.
- Sada. Y. M. V. K. (2022). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86-99. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35>.
- Sahanaya, G. A. (2021). Analisis perilaku konsumtif mahasiswa sebagai dampak perkembangan e-commerce di indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 1(1), 126–131. <https://ojs.unm.ac.id/tekipend/article/view/22613>.
- Sari, D. E. (2018). Pendidikan literasi keuangan melalui program kemitraan dengan bank untuk mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 22–30.
- Sari, D. E. (2019). Sosialisasi dan edukasi literasi keuangan untuk warga ‘aisyiyah kabupaten sukoharjo guna mengurangi perilaku konsumtif pada remaja dan anak-anak. *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 88. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v2i2.2694>.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh belanja online terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di masa pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65. <http://journal.lembagakita.org>.
- Sucihati, R.N., Usman, U., & Aprilindia, R. E. (2019). Analisis perilaku konsumtif melalui belanja online pada mahasiswa program s1 ekonomi pembangunan fakultas ekonomi dan manajemen universitas samawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 7(1), 64-79. <https://doi.org/10.58406/jeb.v7i1.522>.
- Syahira Azima, N., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Pengaruh masuknya budaya asing terhadap nasionalisme bangsa indonesia di era globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7491–7496.
- Utami, D. S., & Sirine, H. (2016). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 27–52.
- Wahab, W. (2021). Budaya berbelanja online di kalangan generasi milenial di

masa pandemi. *Jurnal Economica*, 9(2), 177–184.

- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di kecamatan lubuk begalung kota padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4194>.
- Wibowo, B. S. (2018). Pengaruh instagram *online store*, konformitas dan iklan televisi terhadap perilaku konsumtif serta dampaknya terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa. *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 9(1), 13-21.
- Windayani, S., & Astiti, P. (2017). Peran konformitas dan gaya hidup brand minded terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di kota denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2, 96–108. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/63513>.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>.