

ANALISIS KEMUDAHAN TRANSAKSI ONLINE TERHADAPTINGKAT KONSUMTIF WARGA PURWASARI CIREBON

Gama Pratama¹, Suci Sukmawati², Siti Aisyah³, Muhammad Alamsyah⁴

^{1,2,3,4} Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email sucisukmawt@gmail.com, sitiash09@gmail.com, alamsyahs108@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif melalui belanja online pada warga Purwasari Cirebon. Perilaku konsumtif dalam penelitian ini diukur berdasarkan indikator gaya hidup, media sosial warga Purwasari Cirebon yang berjumlah kurang lebih 550 orang. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara kuesioner. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu koleksi data, penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa gaya hidup, media sosial terhadap Transaksi online dapat mengakibatkan perilaku konsumtif dikalangan masyarakat.

Kata Kunci : *Perilaku Konsumtif, Transaksi Online*

Abstract

This study aims to determine consumptive behavior through online shopping among Purwasari Cirebon residents. Consumptive behavior in this study was measured based on lifestyle indicators, social media for Purwasari Cirebon residents, which totaled approximately 550 people. The data used in this study is primary data obtained through interviews kuesioner. The data that has been collected is then analyzed using qualitative data analysis, data presentation and drawing conclusions. The results of this study found that lifestyle, social media and online transactions can lead to consumptive behavior among the public

Keywords: *Consumptive Behavior, Online Transactions*

PENDAHULUAN

Bagian Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan orang lain terutama dalam mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, mereka menggunakan internet untuk melakukan segala jenis transaksi, mulai dari transportasi, membeli makanan, jalan-jalan hingga berbelanja pakaian untuk kebutuhan sehari-hari.

Akhirnya terbentuklah gaya hidup baru, yaitu gaya hidup konsumtif. Gaya hidup tersebut didukung oleh adanya informasi lewat berbagai media digital (seperti media sosial) yang dengan cepat menyebar pada setiap penggunanya.

Gaya hidup konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas. Masyarakat dapat menjadi konsumtif karena terhipnotis oleh tuntutan pada era sekarang, terutama remaja yang dikenal sebagai generasi milenial.

Kini teknologi Online shop merupakan toko online yang mempermudah masyarakat untuk mendapatkan barang-barang yang mereka cari atau inginkan. Hanya dengan membuka internet atau HP saja kita bisa belanja tanpa harus keluar rumah. Dengan menawarkan jasa delivery order dan COD (cash of delivery) membuat konsumen lebih meminati belanja secara online daripada belanja konvensional.

KAJIAN LITERATUR

Perilaku Konsumtif

Satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri. Gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan gejala kosumtifisme, yaitu pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Lestari, 2006).

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (need) tetapi sudah kepada faktor keinginan (want). (Sumartono 2002)

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebih terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

1. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah kebiasaan tentang bagaimana seorang menghabiskan waktu, memanfaatkan waktu dan bagaimana menggunakan uangnya dalam memenuhi kesenangan dirinya. Gaya hidup hedonis menjadi salah satu pola hidup yang mengerikan dan membuat orang hanya memikirkan hal-hal yang disenangnya sehingga menjadi egois dalam mengatur hidupnya. Gaya hidup seperti ini dipengaruhi oleh apa yang ada disekitarnya, seperti menjamurnya pusat perbelanjaan, manusia disekitarnya, kegiatan yang disukainya dan sebagainya. Kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.

Kedua, minat (intereset) yaitu apa kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen. Ketiga, opini (opinion) yaitu pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi dan sosial.

2. Media Sosial

Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang dapat menghubungkan antar user untuk saling berbagi dan berinteraksi secara online. Salah satu fokus utama dari variabel ini adalah bagaimana pengguna mediasosial menggunakan, menanggapi kegunaan setiap media sosial, seperti tersedianya online shop dan juga sarana saling memperlihatkan diri secara tidak langsung (memperlihatkan yang baik saja) dengan harapan mendapatkan tanggapan.

Manfaat dari belanja melalui online shop adalah memberikan kemudahan karena pelanggan dapat memesan produk dalam waktu 24 jam sehari dimanapun berada sehingga tidak perlu ribet, adanya kejelasan informasi karena pelanggan dapat memperoleh beragam informasi komparatif tentang perusahaan, produk dan pesaing tanpa meninggalkan pekerjaan yang dilakukan oleh pelanggan dan tingkat keterpaksaan yang lebih sedikit karena pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dari faktor-faktor emosional.

Aspek Perilaku Konsumtif

1. Pembelian impulsif (*impulsive buying*)
2. Pemborosan (*waseful buying*)
3. Mencari kesenangan (*non rational buying*)

Transaksi Online

Transaksi online atau digital adalah transaksi yang dilakukan tanpa memerlukan uang tunai atau transaksi non-tunai. Transaksi digital bisa dilakukan secara online maupun offline Transaksi digital dirancang untuk memudahkan masyarakat, khususnya investor dan pengguna jasa keuangan, dalam melakukan aktivitas keuangan, serta meminimalisasi risiko keuangan yang mungkin terjadi tanpa harus membawa uang dalam jumlah besar kemana-mana

Kelebihan dan Kekurangan Online shop

Kelebihan Online Shop:

1. Tidak mengeluarkan biaya untuk menyewa toko secara fisik. Kelebihan dari berjualan secara Online adalah tidak perlu memiliki sebuah toko ataupun menyewa toko.
2. Toko online buka 24 jam dan dapat diakses dimana saja.
3. Tidak perlu membayar pajak

Kekurangan Online Shop:

1. Teknik marketing yang agak sulit apabila tidak memahami.

2. Rawan akan penipuan penjualan ataupun pajak penghasilan dari penjualan online.
3. Dapat menekan harga, sehingga membuat harga jual menjadi lebih murah.
4. Tidak membutuhkan banyak modal besar yang memberatkan.
5. Jarang tersentuh hukum

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan bagaimana keadaan yang sebenarnya dari fenomena yang diteliti. Sedangkan data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Dengan menggunakan metode tersebut peneliti bertujuan untuk dapat menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi atau fenomena realitas yang mampu menjadi objek penelitian agar lebih mendalam kesasaran penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan bagaimana perilaku konsumtif melalui Transaksi Online warga Purwasari Cirebon

KESIMPULAN

Penelitian ini berfokus kepada enam dimensi yaitu, jelas dan mudah dipahami (*clear and understandable*), tidak memerlukan pemikiran panjang (*doesn't require a lot of mental effort*), mudah digunakan (*easy to use*), dapat dikendalikan (*controllable*), mudah menjadi terampil (*easy to become skilful*) dan fleksibel (*flexible*) terhadap perilaku konsumtif.

1. Pengaruh dimensi jelas dan mudah dipahami terhadap perilaku konsumtif. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa dimensi ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kampung Purwasari Cirebon. Namun dimensi ini merupakan dimensi yang pengaruhnya lebih rendah dibanding dimensi lainnya. Dimensi ini merujuk pada mudahnya penggunaan aplikasi transaksi non tunai. Aplikasi transaksi semakin berkembang karena adanya teknologi komunikasi, penjelasan yang detail tentang cara mengunduh

aplikasi hingga penggunaannya sangat mudah dipahami hingga begitu banyak masyarakat yang akhirnya menjadikan metode pembayaran non tunai sebagai pilihan utama.

2. Pengaruh dimensi tidak memerlukan pemikiran panjang terhadap perilaku konsumtif. Berdasar hasil penelitian dimensi ini menunjukkan angka mendekati paling signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dimensi ini menunjukkan bahwa tidak membutuhkan waktu cukup lama bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan transaksi non tunai.
3. Pengaruh dimensi mudah dikendalikan terhadap perilaku konsumtif. Dari data yang telah diperoleh, dimensi ini tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dimensi ini merujuk pada definisi kemudahan dalam mengendalikan penggunaan aplikasi transaksi non tunai ataupun mobile payment.
4. Pengaruh dimensi fleksibel terhadap perilaku konsumtif. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa dimensi fleksibel memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mobile payment
5. Pengaruh dimensi mudah digunakan terhadap perilaku konsumtif. Dimensi ini adalah dimensi yang paling berpengaruh dalam perilaku konsumtif. Transaksi nontunai sudah tersedia e-wallet server base seperti SHOPPEPAY, OVO, GOOPAY, MBANKING. berbagai macam alat transaksi non tunai ini terbukti sangat mudah digunakan. Alat dapat digunakan kapanpun dan dimanapun tanpa batasan waktu. Hal ini memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi non tunai kapanpun. transaksi non-tunai tersebut umumnya sudah dapat langsung digunakan dengan mengoneksikan email ataupun nomor telepon pengguna.

6. Bila terdapat masalah dalam aplikasi pengguna dengan cepat diberikan penjelasan terkait cara penggunaan oleh aplikasi mobile payment tersebut melalui email, fitur cashback pun diberikan oleh aplikasi mobile payment sebagai bentuk garansi (uang mudah dikembalikan).
7. 6. Pengaruh dimensi mudah menjadi terampil terhadap perilaku konsumtif

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa dimensi mudah menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi mobile payment memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kampung Purwasari Cirebon. Aplikasi pembayaran nontunai memiliki sistem yang mencakup pembayaran untuk barang maupun jasa dengan penjelasan cara penggunaannya dalam perangkat telepon sehingga masyarakat dapat dengan mudah menjadi terampil dalam menggunakannya.

Dengan adanya teknologi, sistem pembayaran transaksi konvensional yang menggunakan fisik uang telah bergeser menjadi sistem pembayaran non tunai yang terus berkembang pesat.

Berdasarkan penelitian ini ditemukan pula bahwa, masyarakat kini disebut juga sebagai cashless society yang berarti masyarakat non-tunai. Konsep cashless society dapat digambarkan menjadi suatu keadaan ekonomi dimana semua pertukaran atau transaksi yang dilakukan melalui suatu platform digital (Raharjo Jati, 2015).

Teknologi informasi dan internet menjadi sangat penting dalam transaksi non tunai, karena kita tidak lagi menggunakan uang fisik dalam melakukan pertukaran. Sistem pembayaran menjadi sangat berbeda dari keadaan biasanya, karena semuanya akan berbasis digital. Berdasarkan Consumer Payment Attitudes Study menyatakan bahwa masyarakat Indonesia suka menggunakan transaksi non tunai dengan manfaatnya seperti dapat membandingkan harga produk dalam kategori yang sama, merupakan sistem pembayaran yang lebih aman dan sistemnya real-time.

Hasil pada penelitian Jurnal "Analisis Kemudahan Transaksi Online Terhadap Tingkat Konsumtif Warga Purwasari Cirebon." Warga Purwasari Cirebon sudah menggunakan Online Shop sebagai alat transaksi yang praktis dengan jumlah total

pengguna 95,83%. Kebutuhan yang sering dibeli yaitu Fashion 26,15%. Aksesoris 20,00% dan

Elektronik 13,85%. Dengan nominal per bulannya Rp 50.000; - Rp. 300.000;,. Jenis transaksi yang digunakan Shopeepay dan Mbanking sama rata unggulnya dengan jumlah 29,63%. Serta Aplikasi yang digunakan Shopee 57,50%.

Hasil penelitian secara keseluruhan atau secara serempak keseluruhan dimensi kemudahan alat transaksi non tunai memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Purwasari Kota Cirebon.

Sedangkan secara parsial ditemukan bahwa dimensi mudah digunakan (easy to use) memiliki pengaruh paling besar atau signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kampung Purwasari Cirebon.

REFERENSI

- Dianingsih, F. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah di IAIN. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 1–116. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/87687>
- Giswandhani, Mariesa, and Amalia Zul Hilmi. 2020. "Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar." KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi 9 (2): 239–50.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2), 239–250.
- Marindi, Pandu, and Desi Nurwidawati. 2015. "Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dalam Belanja Online Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya." Character: Jurnal Penelitian Psikologi. 3 (3): 4 <http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/10942>.

- Pratiwi, Haning Dwi. 2015. Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unnes. Skripsi Universitas Negeri Semarang.
- Ridwan, Muhammad. 2018. “Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan).” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 1–202
- Wulan Juniarty, A., & Khornida Marheni, D. (2022). YUME : Journal of Management Analisis Power Prestige, Credit Card Usage, Materialism, Careful Spending, Spending Distrust, terhadap Compulsive Buying pada Masyarakat Kota Batam. YUME : Journal of Management, 5(1), 208–221.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.xx>
x