

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum FEBI IAIN Madura**

Dalam bagian ini peneliti akan melakukan pemaparan data yang dihasilkan secara langsung dari lapangan, dalam hal ini peneliti melakukan penelitian baik dari hasil pengamatan, wawancara secara langsung maupun secara dokumentasi. Paparan penelitian ini ditunjukkan untuk memberikan sebuah jawaban secara utuh terkait persoalan-persoalan sebagaimana yang telah dirumuskan dalam fokus penelitian.

Namun sebelum peneliti membahas paparan data mengenai persoalan-persoalan yang sudah dirumuskan dalam fokus penelitian, peneliti juga akan memaparkan tentang Pengaruh *Online Shop* Pada Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Madura, sebagaimana peneliti mendapatkan dari hasil wawancara secara langsung.

##### **2. Profil FEBI IAIN Madura**

IAIN Madura menjadi satu-satunya perguruan tinggi agama Islam yang berada di Pamekasan bahkan di Madura. Mahasiswa IAIN Madura itu berasal dari berbagai daerah dan kebanyakan merupakan lulusan MA dan bahkan ada yang berstatus santri. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi fakultas favorit para mahasiswa baru, FEBI terdiri dari tiga program studi diantaranya Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah.

##### **3. Lokasi FEBI IAIN Madura**

Kampus IAIN Madura berada di jalan Panglegur KM.04, lokasi kampus IAIN Madura sangat strategis karena sekarang dekat dengan terminal bus dan berada di pinggir jalan raya Pamekasan menuju Surabaya kampus IAIN Madura tidak jauh dari

pusat Kota Pamekasan dekat dengan swalayan Rumah makan laundry toko dan lain sebagainya.

#### **4. Visi dan Misi FEBI IAIN Madura**

##### **1) Visi**

Menjadikan fakultas yang religius dan kompetitif dalam bidang ekonomi dan bisnis

##### **2) Misi FEBI IAIN Madura**

- a) Menyelenggarakan pendidikan bidang Ekonomi dan Bisnis Islam
- b) Menyelenggarakan riset bidang Ekonomi dan Bisnis Islam
- c) Menyelenggarakan kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam

##### **3) Tujuan**

- a) Menghasilkan lulusan bidang ekonomi islam yang religius dan moderat, kompeten, mandiri, berdaya saing dan cinta tanah air.
- b) Menghasilkan karya ilmiah bidang Ekonomi dan Bisnis Islam yang berguna untuk pengembangan keilmuan dan meningkatkan kemaslahatan umat
- c) Menghasilkan karya pengabdian bidang ekonomi dan bisnis islam yang berkontribusi bagi pemberdayaan masyarakat.

##### **4) Strategi**

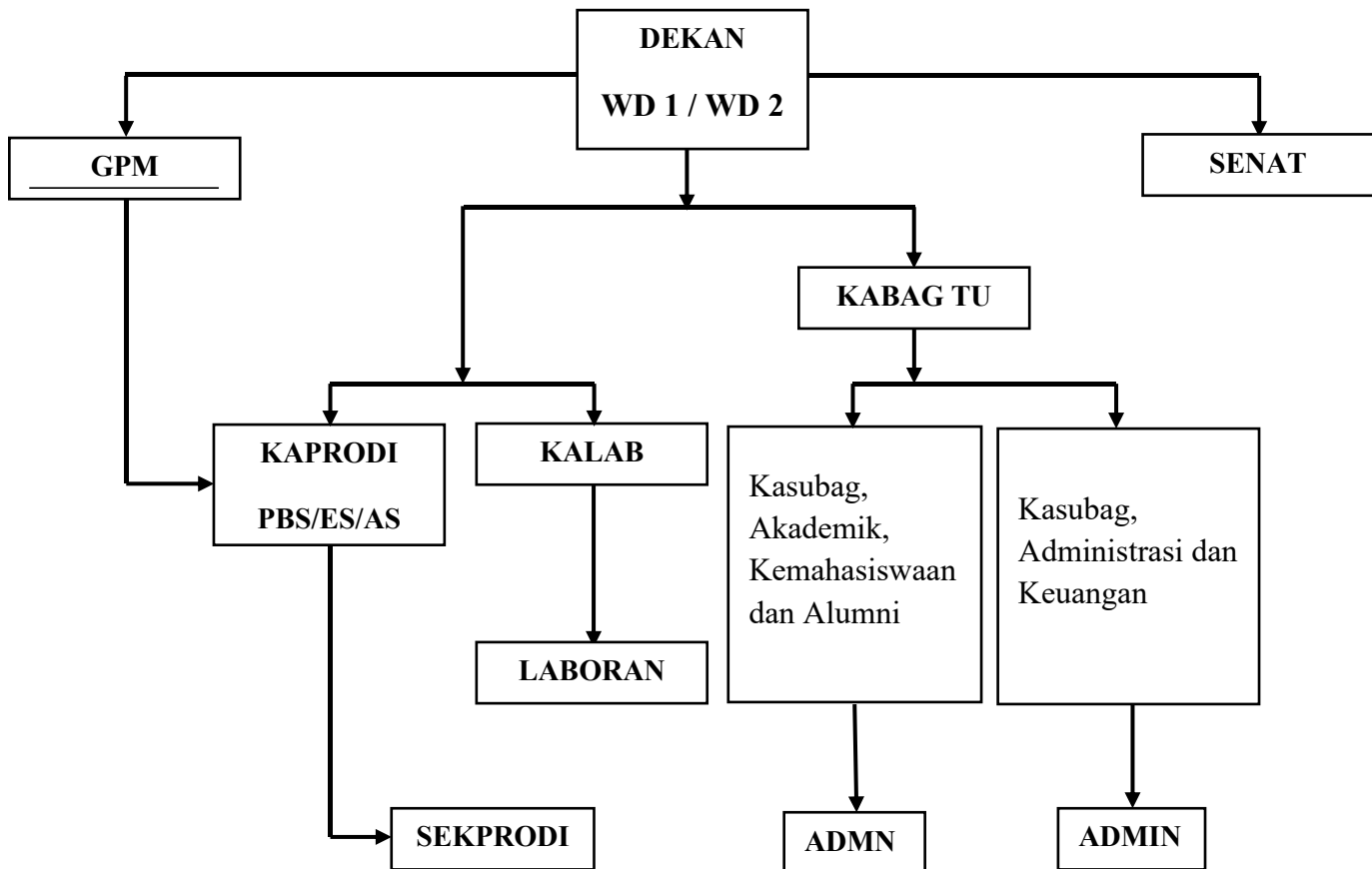
- a) Imajinatif
- b) Inovatif
- c) IT/Otomasi
- d) Kebersamaan

- e) Karakter
- f) Standarisasi produk (Halal, SNI, ISO)

### 5. Struktur FEBI IAIN Madura

Komponen Struktur FEBI IAIN Madura dapat dilihat berikut ini:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi FEBI IAIN Madura**



### B. Paparan Data

Untuk memperoleh data dan menganalisis data tersebut, peneliti terjun ke lapangan langsung dengan menggunakan prosedur pengumpulan data yang telah dipilih sebelumnya, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Prosedur pengumpulan data yang dilakukan merujuk pada fokus penelitian yang telah peneliti tentukan yaitu:

## **1. Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Menggunakan *Online Shop* Pada Mahasiswi FEBI IAIN Madura**

Dunia memasuki era digital dimana semuanya serba cepat dalam melakukan aktifitas termasuk didalamnya adalah kecepatan aktivitas ekonomi terutama dalam pembelanjaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya, pada saat ini kita berada di dunia digital yang mana mampu membuat perubahan yang sangat cepat karena terdapat media sosial yang dengan mudah digunakan oleh para masyarakat terutama oleh para mahasiswa, hal ini dijelaskan oleh Lina mahasiswa FEBI Berikut wawancaranya:

“saya pribadi memang menggunakan media sosial bahkan sebelum saya kuliah sudah menggunakan media sosial, dan saat ini media sosial bagi saya sudah termasuk kebutuhan, karena saat ini banyak informasi terkait kuliah sudah menggunakan media sosial”<sup>1</sup>

Media sosial menjadi kebutuhan sehingga penggunaan dari media sosial itu menjadi sangat penting bahkan menggunakan media sosial itu sebelum masuk ke perguruan tinggi apalagi sekarang sudah ada di perguruan tinggi yang mana semua informasi menggunakan media sosial, hal senada juga disampaikan oleh Yuliana berikut petikan wawancaranya:

“Hp dan media sosial bagi saya itu sangat penting karena hampir semua terkait kehidupan itu ada dalam media sosial, baik itu sebagai penyambung komunikasi, sebagai bahan ladang informasi, dan saat ini juga sebagai tempat untuk berdiskusi dalam pelajaran kuliah, sehingga bagi saya media sosial ini sangat penting untuk digunakan maka dari itu saya menggunakannya”<sup>2</sup>

Hampir semua dalam kehidupan membutuhkan media sosial, baik itu dalam melakukan pembelanjaan, sebagai media komunikasi, media informasi dan bahkan media diskusi sehingga penggunaan dari media sosial itu menjadi penting. Hal ini diperkuat oleh Alfia Berikut wawancaranya:

“saya selaku mahasiswa menggunakan media sosial bahkan bagi saya media sosial menjadi sumber segala hal baik informasi, komunikasi, diskusi bahkan

---

<sup>1</sup> Lina, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>2</sup> Yuliana, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

terkait bisnis juga dilakukan menggunakan media sosial saat kuliah banyak terbantu oleh media sosial apalagi pada saat sekarang yang mana terkadang masih masuk pembelajaran dalam jaringan.<sup>3</sup>

Media sosial menjadi kebutuhan dalam perkuliahan karena mengingat saat ini masih terdapat wabah virus corona yang mengharuskan pembelajaran masih menggunakan *online*, selain itu media sosial juga menjadi sumber segala hal baik informasi, komunikasi, diskusi bahkan terkait bisnis.

Observasi yang dilakukan oleh saya memang benar bahwa mahasiswa FEBI peka terhadap perkembangan zaman yang mana setiap mahasiswa sudah menggunakan teknologi, dan memanfaatkan jaringan internet sehingga tak jarang mahasiswa sering melakukan penjualan berbagai hal dengan menggunakan media sosial memanfaatkan jaringan tak hanya itu mahasiswa FEBI juga tak jarang bahkan sebagian besar melakukan pembelian secara *online* sehingga hal demikian yang membuat sebagian besar mahasiswa itu berperilaku konsumtif.<sup>4</sup>

Dari hasil wawancara dan observasi diatas dapat diberikan kesimpulan bahwa memang 100% mahasiswa menggunakan media sosial sebagai kebutuhan yang sangat penting karena bagi mahasiswa media sosial sebagai suatu wadah untuk melaksanakan pembelajaran jarak jauh, selain itu media sosial menjadi sangat penting karena media sosial menjadi sumber informasi baik informasi terkait pelajaran ataupun informasi terkait apa yang terjadi dalam kehidupan, dan juga menjadi alat komunikasi satu dengan yang lainnya, individu atau dengan kelompok sehingga memudahkan dalam melakukan pekerjaan, selain itu dapat melakukan pembelian melalui media sosial, sehingga penting untuk mengetahui media sosial apa saja yang banyak digunakan dan menjadi hal yang sangat penting bagi para mahasiswa, hal ini dijelaskan oleh Lailatus Sahofariya berikut ini petikan wawancaranya:

---

<sup>3</sup> Alfia, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>4</sup> Observasi (Senin, 28 Maret 2022)

“Media yang saya gunakan yang menjadi kebutuhan bagi saya, saya menggunakan WA karena WA sebagai suatu sarana untuk menjalin komunikasi terhadap siapapun, selain itu sebagai suatu sarana untuk melakukan pembelajaran secara *online*, selain WA saya juga menggunakan *Instagram* yang mana saya menggunakan ini karena bisa melihat *trend* ter baru baik dalam pakaian, dalam *mak up* dan lain sebagainya, dan juga bisa melakukan pembelian menggunakan *instagram*”<sup>5</sup>

*WatsaAp* dan *Instagram* menjadi pilihan, keduanya menjadi media sosial yang sangat dibutuhkan karena WA menjadi sarana berbagai hal baik komunikasi, informasi dan bahkan bisa lebih dari pada itu sedangkan IG menjadi suatu sarana informasi terkait *trend* terbaru baik dalam cara berbusana dan lain sebagainya dan juga bisa melakukan pembelian secara *online*, penyampaian ini di perkuat oleh Puji Astutik berikut hasil wawancaranya:

“media sosial bagi saya itu sangat penting sehingga saya menggunakannya seperti *WatsaAp*, *Instagram*, *Facebook*, semua media sosial ini sangat berguna bagi saya karena selain sebagai sarana komunikasi, juga sebagai sarana informasi, selain itu sebagai suatu sarana untuk melakukan kegiatan belajar melalui media sosial, bahkan ada yang lebih lagi bisa melakukan pembelian dan juga bisa melakukan kegiatan usaha selain FB dan IG juga menggunakan *Shopee* untuk melakukan pembelian secara online”<sup>6</sup>

Penyampaian diatas sesuai dengan observasi yang saya lakukan, bahwa mahasiswa FEBI IAIN Madura itu menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *WatsaAp*, dan juga *Shopee* selain itu kadang masih menggunakan *twiter*, *Toko pedia* serta *Lazada*.<sup>7</sup>

Penggunaan *WatsaAp*, *Instagram*, *Facebook* dan media sosial lainnya itu sangat penting mengingat semua hal ada dalam media sosial termasuk didalamnya kegiatan usaha atau bisnis dan juga bisa melakukan pembelian sesuai kebutuhan ataupun keinginan sehingga media sosial begitu penting hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Deta Aprilia berikut petikan wawancaranya:

---

<sup>5</sup> Lailatus Sofariyah, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>6</sup> Puji Astutik, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>7</sup> Observasi, (Senin, 28 Maret 2022)

“Bagi saya media sosial itu sangatlah penting mengingat media sosial mejadi sarana untuk berkomunikasi dengan orang lain, dan juga sebagai sumber informasi sehingga dapat mengetahui berbagai hal dan persoalan selain itu saya dapat melakukan pembelian secara *online*”<sup>8</sup>

Penyampaian yang sama juga disampaikan oleh khosnol khotimah selaku mahasiswa ekonomi syariah berikut ini petikan wawancaranya:

“media sosial bagi saya itu sangat penting, sehingga penggunaan dari media sosial memberikan banyak manfaat seperti halnya memudahkan komunikasi, memudahkan pembelajaran dan juga memudahkan pembelian ataupun pembelian secara *online*.<sup>9</sup>

Media sosial sangatlah penting karena terdapat berbagai hal manfaat yang di berikan seperti bisa berkomunikasi dan bisa mendapatkan informasi, sertra bisa melakukan pembelian barang secara *online*, hal ini dijelaskan oleh Desi Kurniawati Berikut ini penyampaiannya:

“Saya sendiri sering melakukan pembelian secara *online* karena bagi saya membeli seacara *online* jauh lebih gampang dan praktis, dan bahkan lebih efektif dan efesien”<sup>10</sup>

Melakukan pembelian secara *online* karena jauh lebih gampang tanpa ribet sehingga hal ini yang membuat sering untuk mrlakukan pembelian secara *online*, hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Arika Wahyuni berikut ini penyampaiannya:

“Melakukan pembelian secara *online* saya selaku konsumen merasakan manfaat yang mana manfaat yang saya rasakan adalah mudah, simpel, tidak perlu keluar rumah, praktis dimana saja dan kapan saja bisa melakukan pembelian, dan pembayarannyapun ada banyak pilihan yang semakin mudah sehingga saya sering melakukan pembelian secara *online*”<sup>11</sup>

Memutuskan melakukan pembelian secara *online* karena terdapat manfaat yang dirasakan seperti mudah, simpel tidak perlu keluar rumah, praktis damana saja

---

<sup>8</sup> Deta Aprilia, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>9</sup> Khosnol Khotimah, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>10</sup> Desi Kurniawati, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>11</sup> Arika Wahyuni, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

dan kapan saja untuk melakukan pembelian, hal ini semakin diperkuat oleh meli berikut penegasannya:

“saya sendiri sering melakukan pembelanjaan secara *online* karena bagi saya di penjualan secara *online* itu sangat menarik karena terdapat banyak pilihan, trend terbaru itu yang ditawarkan sehingga membuat saya tertarik, dan terkadang saya melakukan pembelanjaan karena keinginan bukan karena kebutuhan, karena saya ingin mengikuti trend yang ada”<sup>12</sup>

Sering melakukan pembelanjaan secara *online* karena penjualan secara *online* barang yang dijual yang menarik yang pasti trend terbaru serta terdapat banyak pilihan, tapi terkadang melakukan pembelian secara *online* itu bukan karena kebutuhan tapi karena keinginan, semua itu dilakukan karena ingin mengikuti trend.

Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang saya lakukan yang mana bahwa penggunaan dari media sosial sangat memudahkan berbagai kegiatan seperti *Facebook*, *Instagram*, *WatsaAp*, itu dapat mempermudah komunikasi dan mempercepat informasi pada saat ini di zaman sekarang pembelajaran terkadang menggunakan media sosial, selain itu media sosial tersebut juga bisa mempermudah melakukan jual beli ditambah lagi yang sekarang hampir semua orang menggunakan *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia* untuk melakukan pembelanjaan barang yang dibutuhkan dan yang diinginkan<sup>13</sup>

Dari wawancara dan observasi di atas dapat disimpulkan bahwa memang mahasiswa sering melakukan pembelanjaan secara *online* dikarenakan terdapat beberapa manfaat yang dirasakan seperti halnya tidak ribet dalam melakukan pembelian, kapanpun diamanapun dapat membeli, sehingga terkadang ada yang melakukan pembelian barang secara *online* bukan karena kebutuhan tapi lebih kepada keinginan. Melakukan pembelanjaan secara *online* karena sekarang disuguhkan dengan kemudahan, hal ini disampaikan oleh Intan Nur Aini berikut Penjelasannya:

---

<sup>12</sup> Meli, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>13</sup> Observasi, (Senin, 28 Maret 2022)



“bagi saya media sosial sangatlah memudahkan dalam berbagai hal, diantaranya memudahkan dalam berkomunikasi, memudahkan mendapatkan informasi, bahkan selain itu lebih mudah dalam melakukan pemenuhan kebutuhan bahkan dengan mudah memenuhi keinginan”<sup>14</sup>

Dengan adanya media sosial sangat memudahkan segala dalam segala hal baik dalam berkomunikasi ataupun dalam kecepatan informasi selain itu juga mudah dalam memenuhi kebutuhan artinya bisa melakukan pembelian secara *online*, sehingga media sosial ini sangat memberikan kemudahan, hal ini diperkuat dengan apa yang disampaikan oleh Sintia Sari Safitri berikut penjelasannya:

“Bagi saya media sosial ini sangatlah memudahkan dalam memenuhi kebutuhan saya, karena sebagian dari pembelian saya melakukan pembelian secara *online* dikarenakan lebih efektif lebih mudah kapanpun dimanapun bisa melakukan pembelian, karena saya juga aktifitas pekerjaan yang tidak memungkinkan melakukan pemenuhan kebutuhan secara langsung”<sup>15</sup>

Media sosial memang memudahkan dalam memenuhi kebutuhan karena lebih efektif bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun meskipun sedang dalam bekerja, penegasan diatas sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Deta Aprilia berikut penyampaianya:

“Media sosial bagi saya itu sangat memudahkan dalam memenuhi kebutuhan, contohnya dalam kebutuhan pakaian atau *mak up* dengan menggunakan media sosial itu mudah didapatkan sesuai dengan apa yang saya butuhkan artinya banyak akan pilihan tinggal milih sesuai dengan apa yang dibutuhkan, sehingga tanpa mengeluarkan banyak tenaga”<sup>16</sup>

Dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan seperti pakaian dan *mak up* melalui media sosial karena terdapat banyak pilihan tinggal memilih sesuai dengan yang dibutuhkan. Penyampaian diatas sesuai dengan hasil observasi yang saya lakukan yang mana bahwa memang media sosial itu digunakan untuk sebagian besar

---

<sup>14</sup> Intan Nur Aini, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>15</sup> Sintia Sari Safitri, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>16</sup> Deta Aprilia, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

memenuhi kebutuhan dengan mudah seperti halnya memudahkan komunikasi, memudahkan penjualan ataupun pembelian secara *online*.<sup>17</sup>

Dari hasil wawancara dan observasi diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial itu memang betul-betul memudahkan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan, apalagi bagi orang yang padat aktifitas sehingga melakukan pembelian secara *online* itu menjadi solusi, ada juga yang suka melakukan pembelian secara *online* karena terdapat banyak pilihan, sehingga disitulah sangat memudahkan.

## **2. Motif Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Menggunakan *Online* Shop Pada Mahasiswi FEBI IAIN Madura**

Pada dewasa saat ini banyak kalangan masyarakat pada umumnya dan terhusus mahasiswa yang memanfaatkan kecanggihan dari digital yang mampu menggunakan media sosial sehingga dapat melakukan pembelian dalam memenuhi kebutuhan bahkan ada yang hanya memenuhi keinginan melalui media sosial sehingga terkadang mengakibatkan perilaku konsumtif dikarenakan mudahnya dalam melakukan pembelian secara *online* hal ini sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Anisa Salwa Maulina Berikut Penjelasannya:

“Saya melakukan pembelian melakukan secara *online* menggunakan media sosial karena bagi saya itu sangat mudah dan terdapat banyak pilihan sesuai trend yang terbaru, sehingga bagi saya pembelian secara *online* ini sangat membantu”<sup>18</sup>

Melakukan pembelian secara *online* sangat mudah dan banyak akan pilihan sesuai dengan apa yang di inginkan serta bisa menyesuaikan dengan trend yang ada pada saat ini, penjelasan ini semakin diperkual oleh Yuliana berikut penjelasannya:

“Bagi saya melakukan pembelian secara *online* itu memuaskan karena apa yang saya inginkan itu ada sesuai tren terbaru, lebih dari itu bisa memilih

---

<sup>17</sup> Observasi, (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>18</sup> Anisa Salwa Maulina, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

barang yang disukai serta terkadang dari harga jauh lebih murah dari pada beli secara langsung dipasar atau ditoko”<sup>19</sup>

Penyampaian diatas sesuai dengan observasi yang saya lakukan mahasiswa FEBI melakukan pembelian secara *online* terus, karena memang barang yang di inginkan terdapat akan banyak pilihan, selain itu variasi harga juga terdapat banyak pilihan, model yang ditawarkan itu variasi terbaru<sup>20</sup>

Memuaskan dalam melakukan pembelanjaan secara *online* karena apa barang apa yang dibutuhkan sesuai dengan keinginan itu ada dan mudah didapatkan, serta terkadang dari segi harga itu jauh lebih murah, penyampaian senada juga dilakukan oleh Lailatus Shofariyah berikut ini penyampaiannya:

“saya sering melakukan pembelanjaan barang secara *online* karena bagi saya melakukan pembelanjaan secara *online* itu mudah bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja, selain itu banyak pilihan jenis barang yang yang dijual tentu mengikuti trend yang ada”<sup>21</sup>

Observasi yang saya lakukan menunjukkan bahwa mahasiswa FEBI sering melakukan pembelanjaan melalui media sosial itu dikarenakan karena mudahnya melakukan transaksi, bisa melakukan pembelian dimana saja dan kapan saja<sup>22</sup>

Dalam melakukan pembelanjaan sangat mudah dengan menggunakan media sosial melakukan pembelanjaan secara *online* di manapun dan kapanpun serta yang pasti barang yang dijual banyak terdapat pulihan yang mengikuti trend terbaru. Terkait kualitas barang yang dibeli secara *online* ini bervariasi tergantung harganya hal ini disampaikan oleh Mariyatul Kiptiyah berikut ini penjelasannya:

“kualiatas yang saya beli dari pembelanjaan secara *online* itu bagus dari bahan serta secara pengemasan juga bagus sesuai dengan kreteria yang di deskripsikan artinya sesuai dengan harapan”<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> Yuliana, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>20</sup> Observasi (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>21</sup> Lailatus Shofariyah, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>22</sup> Observasi (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>23</sup> Mariyatul Kiptiyah, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

Barang yang dibeli dari pembelian secara *online* secara kualitas bagus sesuai dengan deskripsi yang disampaikan oleh penjual artinya barang nyampek sesuai dengan harapan, selain itu secara pengemasan itu sangat baik, hal senada juga disampaikan oleh Khosnol Khotimah berikut hasil wawancaranya:

“Kualitas barang yang saya beli itu bagus sesuai dengan harga dan juga sesuai dengan harapan saya, contoh barang yang saya beli itu adalah tas, kualitasnya itu bagus sesuai dengan yang saya harapkan dan tidak mengecewakan”<sup>24</sup>

Observasi yang saya lakukan menghasilkan menunjukkan bahwa kualitas barang yang dibeli dari media sosial itu sangat memuaskan dikarenakan sesuai dengan kriteria yang disampaikan/sesuai dengan keinginan, serta sesuai dengan harga maka dari sinilah yang membuat mahasiswa sering melakukan pembelian secara *online*<sup>25</sup>

Kualitas barang yang dibeli secara *online* itu tidak mengecewakan sesuai dengan kriteria yang diberikan yang artinya sesuai dengan harapan, hal ini semakin diperkuat oleh Deta Aprilia berikut hasil wawancara:

“kapasitas tas yang saya beli secara *online* itu barangnya bagus dengan bahan yang tebal, mewah, simpel dan elegan bahkan diluar ekspektasi yang mana barangnya itu jauh lebih bagus dari yang saya pikirkan bahkan harganya itu murah dengan kualitas yang sangat bagus”<sup>26</sup>

Barang yang dibeli itu sangat memuaskan dengan harga yang sangat murah mendapatkan kualitas yang bagus bahannya tebal, tampak elegan dan mewah. Dari penyampaian diatas sesuai dengan pengamatan yang saya lakukan yang mana tidak sedikit mahasiswa teman saya melakukan pembelian secara *online* dan kualitas barang yang dibelinya itu lumayan bagus dan ada yang bahkan bagus banget dengan harga yang relatif murah.

Dari hasil wawancara dan observasi diatas dapat diberikan kesimpulan bahwa terdapat banyak mahasiswa yang melakukan pembelian secara *online* dan kualitas

---

<sup>24</sup> Khosnol Khotimah, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>25</sup> Observasi, (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>26</sup> Deta Aprilia, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

barang yang dibeli itu lumayan bagus dan bahkan ada yang bagus banget tentu sesuai dengan harganya. Terkait harga barang yang di beli dari *online shop* itu bervariasi sesuai dengan kualitas barangnya, hal ini dijelaskan oleh Desi Kurniawati berikut ini hasil observasinya:

“Terkait harga menurut saya terjangkau lebih murah dari pada membeli di pasar secara langsung, karena biasanya di media sosial itu lebih banyak diskon dan promoan lainnya bahkan ada yang gratis ongkir”<sup>27</sup>

Harga barang yang dibeli dari media sosial itu jauh lebih terjangkau artinya jauh lebih murah dan ditambah diskon dan promoan serta gratis ongkir tentu yang pasti jauh lebih murah, pernyataan diatas semakin diperkuat oleh Sintia Sari Safitri petikan wawancaranya:

“Bagi saya harga barang di media sosial itu jauh lebih murah, karena biasanya orang langsung memproduksi barangnya sendiri sehingga harganya berbeda dengan di pasar, dan juga akan tambah lebih murah ketika ada promo dan diskon ditambah dengan gratis ongkos kirim”<sup>28</sup>

Sehingga dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa harga pembelian barang dari media sosial itu jauh lebih murah dibandingkan dengan harga di pasaran karena kalau melalui media sosial itu terkadang ada banyak promo dan diskon.

Dengan adanya media sosial segala hal menjadi lebih mudah terutama dalam memenuhi kebutuhan bahkan kadang terjadi dengan mudah melakukan pembelian karena keinginan hal ini dijelaskan oleh Meli berikut petikan wawancaranya:

“saya melakukan pembelian di *online shop* karena ingin memenuhi kebutuhan, karena dengan melakukan pembelian secara *online* terdapat banyak pilihan barang, merek dan kualitas serta banyak pilihan harga”<sup>29</sup>

Melakukan pembelian secara *online* dikarenakan ingin memenuhi kebutuhan dan terdapat banyak pilihan merek, kualitas barang dan terkait harga itu sangat

---

<sup>27</sup> Desi Kurniawati, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>28</sup> Sintia Sari Safitri, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>29</sup> Meli, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

terjangkau. Senada atas apa yang disampaikan oleh Deta Aprilia berikut ini penegasannya:

“saya membeli secara *online* pertama karena butuh, dengan pembelian secara *online* itu dengan cepat kebutuhan itu terpenuhi jarena bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun serta sangat cepat dan terdapat banyak pilihan, sehingga saya juga terkadang membeli secara *online* karena keinginan bukan karena kebutuhan, karena biasanya penjualan di *online* shop itu terdapat barang-barang terbaru yang membuat saya tertarik untuk membeli barang tersebut untuk mengikuti trend”<sup>30</sup>

Dari penjelasan diatas dapat kita ketahui bahwa mwlakukan pembelian secara *online* karena kebutuhan akan tetapi terkadang juga karena keinginan disebabkan banyak barang-barang baru yang di tawarkan sesuai dengan trend terbaru selain itu terdapat banyak pilhan dan harga yang relatif murah sehingga menyebabkan melakukan pembelian bukan cuman karena kebutuhan akan tetapi juga karena keinginan.

Dari wawancara diatas sesuai dengan hasil observasi yang saya lakukan memang terkadang mahasiswa melakukan pembelian secara *online* bukan karena kebutuhan semata akan tetapi terkadang hanya ingin memnuhi keinginannya, seperti karena ingin dilihat trend maka melakukan pembelanjaan pakain yang lagi viral dan juga tren, selain itu hanya buat sensasi atau buat gaya atau penampilan semata dan supaya bisa lebih PD<sup>31</sup>

Sehingga dapat diberikan kesimpulan bahwa melakukan pembelanjaan ada yang memang karena memenuhi kebutuhan dan juga ada yang bukan hanya memenuhi kebutuhan akan tetapi karena keinginannya karena dengan melakukan pembelanjaan secara *online* itu sangat mudah serta banyak akan pilihan sehingga banyak orang yang tertarik untuk melakukan pembelian karena keinginan.

---

<sup>30</sup> Deta Aprilia, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>31</sup> Observasi (Senin, 28 Maret 2022)

Perubahan sekarang terjadi sangat cepat dengan adanya media sosial sehingga trend itu terus berkembang mengikuti perkembangan zaman hal ini di sampaikan oleh Mariyatul Kiptiyah berikut ini petikan wawancaranya:

“saya melakukan pembelian barang secara *online* karena terdapat barang baru yang di pasarkan dan barang barang itu trend terbaru yang ada saat ini sehingga saya melakukan pembelian untuk mengikuti trend terbaru saat ini”<sup>32</sup>

Dapat disimpulkan bahwa melakukan pembelanjaan secara *online* dikarena terdapat barang baru yang mengikuti trend saat ini hal senada juga disampaikan oleh Lailatus Shofariyah berikut ini wawancaranya:

“Penjual *online* shop terkadang menjual barang trend terbaru dengan banyak akan pilihan baik dari trend pakaian, makanan dan lain sebagainya sehingga saya melakukan pembelian mengikuti trend yang ada saat ini”<sup>33</sup>

Dari sini kita bisa lihat bahwa mahasiswa melakukan pembelanjaan karena mengikuti trend yang terbaru dan biasanya dijual dengan berbagai banyak akan pilihan sehingga membuat orang tertarik untuk membelinya.

Hasil wawancara diatas sesuai dengan observasi yang saya lakukan yang mana terdapat sebagian besar mahasiswa melakukan pembelian barang karena ingin mengikuti trend terbaru baik dari makanan, terutama cara berpenampilan atau cara berpakaian. Bahkan saat ini terkadang orang suka berpakaian dengan menciptakan kreasi sendiri sesuai dengan keinginan hal ini dijelaskan oleh Desi Kurniawati berikut hasil wawancaranya:

“kalau saya suka berpenampilan dengan model yang saya inginkan artinya saya melakukan kreasi sendiri dalam berpenampilan tapi tetap memperhatikan trend yang terbaru saat ini”<sup>34</sup>

Dalam berpenampilan melakukan kreasi sendiri menciptakan gaya sendiri akan tetapi tetap tidak menghilangkan trend terbarunya, senada atas penyampaian yang di sampaikan oleh Meli berikut ini penyampainnya:

---

<sup>32</sup> Mariyatul Kiptiyah, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>33</sup> Lailatus Shofariyah, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>34</sup> Desi Kurniawati, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

“saya cara berpenampilan mengikuti trend yang terbaru yang lagi viral baik model baju sampai model cara memakai krudungnya, dan terkadang masih berkreasi sendiri untuk menciptakan model yang baru dengan tetap mengikuti trend yang ada”<sup>35</sup>

Dapat disimpulkan bawah cara berpenampilan itu mengikuti trend terbaru baik dari baju ataupun dari krudung tapi terkadang membuat kreasi sendiri intuk membuat model yang lebih baik dengan tetap mrmperhatikan tren terbaru baik dari model baju dan lain sebagainya. Cara berpakaian itu snagat diperhatikan bagi setiap orang yang peduli terhadap penampilannya berikut ini hasil wawancaranya:

“memperhatikan cara berpenampilan itu selalu saya perhatikan karena bagi saya ketika berpenampilan secara rapi model terbaru mengikuti trend itu rasanya lebih percaya diri serta lebih nyaman dalam melakukan aktifitas”<sup>36</sup>

Dari kutipan diatas dapat diketahui selalui memperhatikan dalam setiap berpakaian karena dengan tetap memperhatikan cara berpakaian itu dapat dan mampu menambaha kepercayaan diri.

### **3. Preseptif Islam Tentang Perilaku Konsumtif Pada Penggunaan Media Sosial Pada Mahsiswi FEBI IAIN Madura**

Dalam islam cara mengkonsumsi itu di atur dengan sedemikian rupa yang mana dalam berpakaian diatur cara mengkonsumsi makanan juga diatur, dan yang pasti harus mengkonsumsi barang-barang yang bagus dan halal tidak berlebihan dan lebih mengedepankan kebutuhan dari pada keinginan. Konsumsi dalam islama itu memang dijelaskan berikut hasil wawancara dengan Anisa Salwa Maulina Mahasiswa FEBI berikut hasil wawancaranya:

“menurut pemahaman yang saya ketahui konsumsi dalam islam itu adalah mengkonsumsi barang-barang yang halal, baik cara mengkonsumsinya atau cara memperolehnya, tentu dengan tujuan supaya kebutuhan hidup terpenuhi”<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Meli, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>36</sup> Puji Astutik, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>37</sup> Anisa Salwa Maulina, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)



Dari kutipan diatas dapat kita ketahui bersama bahwa konsumsi dalam islam itu harus memperhatikan halal tidaknya baik secara konsumsi ataupun secara memperolehnya. Penjelasan diatas diperkuat oleh Alifia Yuliana berikut penjelasannya:

“sepemahaman saya konsumsi dalam islam itu mengedepankan kebutuhan bukan keinginan, serta memperhatikan kebermanfaatannya, dan juga memperhatikan hal atau tidaknya”<sup>38</sup>

Dari penyampaian diatas dapat diketahui bahwa konsumsi dalam islam memperhatikan kebutuhan bukan keinginan dan juga memperhatikan manfaatnya, halal atau tidaknya. Cuman meskipun mahasiswa tau secara teori terkait konsumsi dalam islam, mereka masih banyak melakukan kegiatan konsumtif karena biasanya terpengaruh dengan orang lain, hal ini disampaikan oleh Arika Wahyuni berikut hasil wawancarnya:

“Masasiswa FEBI IAIN Madura sekarang banyak yang berpenampilan luar biasan mengikuti trend, dan juga saling memperlihatkan dan membandingkan *outfit* yang dimiliki sehingga tak jarang mahasiswa yang lain mengikuti trend tersebut, termasuk saya juga mengikuti trend yang terbaru karena semua teman-teman berpenampilan yang luar biasa”<sup>39</sup>

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa sekarang banyak mahasiswa yang memperhatikan penampilannya sehingga ketika kuliah berpenampilan yang luar biasa, memamerkan *outfit* yang dimilikinya sehingga mayoritas mahasiswa seperti itu, penyampaian ini semakin diperjelas oleh Yulia berikut penjelasannya:

“hal yang mempengaruhi saya untuk melakukan kegiatan konsumtif itu karena kebanyakan temen saya dikampus itu saling memamerkan baju atau pakain yang dipakai setiap harinya yang selalu mengikuti tren terbaru sehingga saya juga mengikuti hal demikian selain itu teman-teman lebih memilih memilih ngumpul di cafe dan resto sehingga saya juga ikut”<sup>40</sup>

Penyampaian diatas dapat dijelaskan bahwa yang mempengaruhi dalam melakukan perilaku konsumtif itu karena mengikut trend terbaru dan mengikuti

---

<sup>38</sup> Alifia Yuliana, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>39</sup> Arika Wahyuni, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>40</sup> Yulia, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

lingkungannya sehingga terbawa melakukan hal yang sama yaitu perilaku konsumtif. Keadaan diatas sesuai dengan hasil observasi yang saya lakukan yang mana bahwa banyak mahasiswa betul-betul memperhatikan cara berpakaian, memperhatikan penampilannya mengikuti trend terbarunya sehingga dari situ banyak terpengaruh untuk membeli barang yang bagus-bagus yang mahal-mahal sehingga kebanyakan dari mahasiswa melakukan hal demikian selain itu mahasiswa lebih memilih nongkrong di cafe dan resto dari pada diskusi di warung kopi atau di gazebo kampus tentu hal itu mengedepankan keinginan bukan karena kebutuhan.<sup>41</sup>

Dari hasil wawancara dan observasi diatas dapat diberikan kesimpulan bahwa mahasiswa FEBI IAIN Madura melakukan kegiatan konsumtif yang dipengaruhi oleh keadaan atau budaya sekitar atau budaya dari luar sehingga cara berpakaian mengikuti trend terbaru dari satu mahasiswa mengundang banyak perhatian sehingga banyak mahasiswa yang melakukan yang sama yaitu mengikuti trend terbaru tanpa memperhatikan kebutuhan dan keinginan karena sudah dipengaruhi oleh lingkungan. Selain itu perilaku konsumtif dipengaruhi oleh iklan barang di media sosial, hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Deta Aprilia berikut hasil wawancaranya:

“saya melakukan pembelian barang itu terkadang karena terpengaruh oleh promo dan diskon yang ada di media sosial apalagi diskon barang yang bermerek dan model terbaru pasti saya langsung tertarik dan membeli”<sup>42</sup>

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa memang mahasiswa melakukan pembelian barang itu dipengaruhi oleh iklan di media sosial apalagi ketika barang bermerek dan model terbaru sedang diskon atau lagi promo. Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang saya lakukan bahwa mahasiswa FEBI melakukan pembelian itu

---

<sup>41</sup> Observasi, (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>42</sup> Deta Aprilia, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

memang kebanyakan tergiur dan terpengaruh oleh diskon yang ditawarkan oleh toko-toko *online*.<sup>43</sup>

Barang bagus bermerek dan trend terbaru saat ini sudah banyak digunakan oleh mahasiswa hal ini dijelaskan oleh Intan Nur Aini berikut ini petikan wawancaranya:

“kalau saya membeli barang yang bermerek dan mengikuti trend terbaru itu membuat saya jauh lebih percaya diri karena berpenampilan bagi saya itu penting sehingga ketika berpakaian yang trend atau model terbaru membuat saya lebih percaya diri.”<sup>44</sup>

Dari petikan wawancara diatas dapat diberikan kesimpulan bahwa ketika menggunakan barang bermerek itu membuat semakin percaya diri terutama ketika mengikuti trend terbaru, penyampaian senada disampaikan oleh Puji Astutik berikut ini penyampaiannya:

“menggunakan pakaian bermerek bagi saya memang menambahkan kepercayaan diri dalam berpenampilan terutama ketika ada dikampus apalagi mengikuti gaya terbaru tentu semakin membuat kepercayaan diri itu bertambah”<sup>45</sup>

Dapat diketahui bahwa ketika menggunakan pakaian bermerek dan menggunakan pakaian model terbaru itu membuat kepercayaan diri bertambah.

Dari hasil wawancara dan observasi diatas dapat diberikan kesimpulan bahwa ketika berpakaian atau menggunakan barang yang bermerek dan model trend terbaru itu membuat kepercayaan diri itu bertambah.

### **C. Temuan Penelitian**

#### **1 Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Menggunakan *Online Shop* Pada Mahasiswi FEBI IAIN Madura**

---

<sup>43</sup> Observasi (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>44</sup> Intan Nur aini, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

<sup>45</sup> Puji Astutik, *Mahasiswa FEBI*, wawancara langsung (Senin, 28 Maret 2022)

Berlandaskan data yang diperoleh dari lapangan, peneliti dapat menemukan beberapa temuan- temuan penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian pertama yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Bahwa media sosial sebagai kebutuhan yang sangat penting karena media sosial sebagai suatu wadah untuk melaksanakan pembelajaran jarak jauh
- b. Bahwa media sosial menjadi sumber informasi baik informasi terkait pelajaran ataupun informasi terkait apa yang terjadi dalam kehidupan, dan juga menjadi alat komunikasi satu dengan yang lainnya, individu atau dengan kelompok sehingga memudahkan dalam melakukan pekerjaan
- c. Bahwa mahasiswa bisa untuk melakukan pembelian melalui media sosial
- d. Bahwa media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa yaitu *WatsaAp* dan *Instagram* juga *Facebook*
- e. Bahwa mahasiswa FEBI sering melakukan pembelian secara *online* dikarenakan tidak ribet dalam melakukan pembelian, kapanpun diamanapun dapat membeli, banyak pilihan dan terjangkau

## **2 Motif Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Menggunakan *Online Shop* Pada Mahasiswi FEBI IAIN Madura**

Hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan menemukan berapa macam temuan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dapat di paparkan sebagai berikut:

- a. Bahwa melakukan pembelian secara *online* sangat mudah dan banyak akan pilihan sesuai dengan apa yang di inginkan.
- b. Bahwa dengan cepat mendapatkan barang trend yang ada pada saat ini.
- c. Bahwa harga di *online shop* jauh lebih murah dibandingkan di toko atau pasar.

- d. Bahwa sebagian besar mahasiswa melakukan pembelian barang karena ingin mengikuti trend terbaru baik dari makanan, terutama cara berpenampilan atau cara berpakaian.

### **3 Presepektif Islam Tentang Perilaku Konsumtif Pada Penggunaan Media Sosial Pada Mahsiswi FEBI IAIN Madura**

Hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan menemukan berapa macam temuan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dapat di paparkan sebagai berikut:

- a. Bahwa banyak mahasiswa yang memperhatikan penampilannya sehingga ketika kuliah berpenampilan yang luar biasa, memamirkan *outfit* yang dimilikinya.
- b. Bahwa yang mempengaruhi dalam melakukan perilaku konsumtif itu karena mengikut trend terbaru dan mengikuti lingkungan.
- c. Bahwa ketika berpakaian atau menggunakan barang yang bermerek dan model trend terbaru itu membuat kpercayaan diri itu bertambah.

#### **D. Pembahasan**

##### **1. Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Menggunakan *Online Shop* Pada Mahasiswi FEBI IAIN Madura**

Media sosial saat ini mampu membuat semuanya serba cepat dalam melakukan aktifitas termasuk didalamnya adalah kecepatan aktivitas ekonomi terutama dalam pembelanjaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Media sosial sebagai sarana berbagi atau bertukar informasi, saling berkomentar atau sebagainya. Jadi media sosial ini memungkinkan para penggunanya untuk secara bebas mengekspresikan dirinya dengan berbagai informasi pribadi, foto, video, ide-ide bahkan perasaan dari si pengguna, seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *linked* dan

*youtube* yang menjadi tempat jutaan konsumen mencari informasi dan membahas produk sebelum membuat keputusan pembelian.<sup>46</sup>

Media sosial memberikan pengaruh yang luar biasa terhadap kehidupan manusia. Dampak tersebut ada yang berdampak positif<sup>47</sup> dan bisa juga berdampak negatif. Dampak positif yang diberikan oleh media sosial diantaranya yaitu memberikan kemudahan melakukan intraksi, komunikasi dengan banyak orang dan berbagai kalangan sehingga tak perlu menghabiskan banyak waktu untuk melakukan intraksi dengan orang, selain itu juga dapat memperbesar pergaulan sehingga terdapat banyak teman karena jarak dan waktu bukan lagi persoalan dalam melakukan perkenalan atau pergaulan sehingga saat ini lebih mudah dalam mengekspresikan diri. Tidak hanya itu saay ini informasi sangatlah mudah bisa disebarakan terhadap masyarakat atau terhadap orang karena adanya kecepatan internet, selain lebih mudah dalam penyebaran informasi biaya yang harus dikeluarkan juga lebih murah hanya bermodal kuota inetner sudah bisa mengeluarkan informasi tidak harus pergi ke tempat pemberitaan yang mana bisa memakan waktu dan juga biaya yang lebih mahal. Media sosial juga berdampak manfaat karena sebagian orang mampu membuka toko online dan bisa melakukan penjualan produk secara online seahingga pemasaran yang dilakukan akan jauh lebih cepat dan sudah pasti banyak orang yang mengetahui terkait prosuk yang sedang dijual.

Selain dampak positif tersebut juga terdapat dampak negatif yang dapat berdampak terhadap orang yang menggunakan media sosial diantaranya, Penggunaan media sosial itu sangatlah penting karena pada perkembangan zaman yang sangat cepat seperti saat ini sangatlah memberikan kemudahan dalam melakukan aktifitas apapun hal ini seperti yang disampaikan oleh para mahasiswa Febi IAIN

---

<sup>46</sup> Ebbert & Griffin, *Pengantar Bisnis Edisi Ke Sepuluh* (Jakarta: Erlangga, 2014), 375

<sup>47</sup> Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia", *Jurnal Publiciana* 9 No.1 (November, 2016), 154.

Madura bahwa keberadaan media sosial itu sangatlah membantu dikala saat pandemi dikarenakan pembelajaran sebagian menggunakan atau melalui media sosial yang memanfaatkan kecanggihan teknologi dan kecepatan dari jaringan internet. Media sosial yang sering digunakan diantaranya adalah *WatshaAp*, *Instagram*, *Facebook* dan masih ada media sosial lainnya yang digunakan hal itu menjadi sangatlah penting mengingat semua hal ada dalam media sosial termasuk didalamnya kegiatan usaha atau bisnis dan juga bisa melakukan pembelian sesuai kebutuhan ataupun keinginan, dan masih terdapat media sosial lainnya yang membuat orang tertarik berbelanja di *online shop*.

Pada saat ini sangat terkenal bahkan hampir semua orang menggunakan media sosial ini yang jangkauannya itu sangatlah luas bahkan bisa sampai global yaitu *Instagram* yang mana media sosial ini sangatlah populer bahkan tak hanya para kalangan artis atau kalangan orang kaya akan tetapi semua orang menggunakan media sosial yang trend ini, terdapat banyak manfaat yang akan dirasakan oleh para penggunanya jika mampu memanfaatkannya, seperti halnya menjadi tempat ladang untuk melakukan wirausaha atau melakukan jual beli secara online, memasarkan produk yang dijualnya sehingga tak sedikit orang yang mengetahui terkait barang atau produk yang dijual maka dari itu peluang terkait semakin banyaknya konsumen yang akan membeli produk yang dijual, ini juga terdapat salah satu mahasiswa yang menggunakan dan memanfaatkan media sosial ini yaitu dengan melakukan penjualan secara *online* sehingga meskipun sedang dalam bangku kuliah tetap mempunyai penghasilan sendiri. Akan tetapi hal berbeda yang akan terjadi jika tak mampu memanfaatkan media sosial ini dikarenakan akan menjadikan orang yang konsumtif yang biasanya tertarik terhadap barang atau produk yang orang jual. Media sosial lainnya juga tak luput menjadi suatu kebutuhan bagi para mahasiswa contohnya

*Facebook*, yang mana juga mempunyai peran dalam memenuhi kebutuhan karena *Facebook* juga banyak digunakan sebagai tempat jual beli barang atau produk, selain itu *WatshaAp* selain sebagai sarana tempat komunikasi yang cepat dan efektif tak jarang bagi sebagian mahasiswa digunakan untuk berbisnis atau digunakan untuk melakukan penjualan dan pembelian, sehingga tak jarang orang melakukan pembelian secara online hal ini banyak terjadi terhadap mahasiswa Febi yang sering melakukan pembelian secara online.

Belanja *online* adalah perilaku mengunjungi toko *online* melalui internet untuk mencari, menawar, atau membeli produk dengan niat membeli dan mendapatkan produk tersebut. Alfatri menyebutkan bahwa belanja *online* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet melalui berbagai macam media sosial, blog, bahkan web.<sup>48</sup> *Online Shop* kini menjadi salah satu bentuk pasar interaktif yang telah menjadi *tren* di kalangan masyarakat maju. Membeli kebutuhan barang dan jasa melalui internet sudah menjadi rutinitas konsumen saat ini.<sup>49</sup>

## **2. Motif Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Menggunakan *Online Shop* Pada Mahasiswi FEBI IAIN Madura**

Membeli kebutuhan barang dan jasa sudah menjadi rutinitas konsumen saat ini. Pada awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional, yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring dengan kemajuan teknologi internet penjualan bisa dilakukan secara *online*. Toko *online* merupakan tempat berjualan yang sebagian besar aktifitasnya dilakukan secara *online* di internet terkecuali pengiriman barang yang harus dilakukan secara manual

---

<sup>48</sup> Anisa Qodaryl Thohiroh, "Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, (*Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2015), 4-5.

<sup>49</sup> Sofia Miranda, "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau," *Jurnal JOM FISIP* 4 No.1, (Februari, 2017), 7-8.



dan biasanya biaya pengiriman dibebankan pada konsumen Menurut Wicaksono toko *online* adalah *website* yang digunakan untuk menjual produk melalui internet.<sup>50</sup>

Dari kecepatan internet dengan adanya dunia digital mampu membuat mahasiswa berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yaitu mengkonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan barang atau jasa secara berlebihan. Dalam arti luas, konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan,serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya yang bermewah-mewahan.<sup>51</sup>

Anne Ahira juga mengemukakan beberapa indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

- a. Membeli barang diluar kemampuan diri
- b. Keinginan untuk meniru
- c. Keputusan pembelian karena faktor emosi<sup>52</sup>

Dari temuan dan pembahasan diatas dapat diberikan penjelasan bahwa mahasiswamelakukan pembelian barang atau produk diluar kemampuan diri, mahasiswa memaksakan diri untuk membeli barang yang ia inginkan padahal pendapatannya tidak mencukupi untuk membeli barang tersebut. Yang kedua keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi juga keinginan untuk meniru orang lain yaitu agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya.ketiga kegiatan konsumsi yang didominasi dengan faktor konsumsi juga

---

<sup>50</sup> Chacha Andira Sari, "Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga," *Jurnal Antro Unairdot Net* IV No. 2 (Juli, 2015), 209

<sup>51</sup> Usman Effendi. *Psikologi Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016),16-17

<sup>52</sup> Rani Oktavia, "Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam ( Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)",(*Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro*,2018),9-11

menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Adanya emosional dalam kegiatan konsumsi, yaitu membeli suatu barang karena pertimbangan kesenangan atau sekedar mengikuti trend, dan akan menghasilkan kepuasan pada konsumen karena menganggap telah berhasil mengikuti trend.

Selain itu terdapat beberapa indikator lain yang membuat mahasiswa FEBI berperilaku konsumtif yaitu:

- a. Melakukan pembelian barang atau produk karena iming-iming yang ditawarkan seperti mendapatkan hadiah tertentu jika melakukan pembelian barang tersebut, contohnya membeli tas dengan harga yang cukup mahal mendapatkan hadiah dompet, hal ini yang membuat mahasiswa terkadang melakukan pembelian.
- b. Membeli barang karena terkadang tertarik terhadap kemasannya yang menarik, mahasiswa mudah terbujuk atau mudah penasaran untuk melakukan pembelian produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias yang artinya motivasi untuk membeli barang tersebut karena kemasan yang unik dan menarik
- c. Melakukan pembelian barang atau produk karena untuk menjaga penampilan dan gengsi, mahasiswa melakukan pembelian barang yang bagus dan memperhatikan cara berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan tak jarang mahasiswa meniru gaya artis yang lagi trend, mahasiswa membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang terhadap penampilan diri.
- d. Mahasiswa membeli barang terkadang atas pertimbangan harga bukan atas dasar kebutuhan atau manfaat dari kegunaannya, contohnya seperti membeli banyak barang ketika ada diskon besar-besaran padahal barang yang dibeli itu sudah dimiliki sebelumnya akan tetapi karena harga yang sangat jauh lebih murah sehingga tetap melakukan pembelian.

- e. Mencoba lebih dari dua produk sejenis ( merek berbeda ) menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya biasanya membandingkan kualitas dari barang tersebut

Ada beberapa beberapa motif mahasiswa FEBI melakukan perilaku konsumtif dalam melakukan pembelian secara *online* diantaranya adalah melakukan pembelian secara *online* sangat mudah dan banyak akan pilihan sesuai dengan apa yang di inginkan serta bisa menyesuaikan dengan trend yang ada pada saat ini, dan dari segi harga itu jauh lebih murah serta dalam melakukan melakukan pembelian secara *online* bisa diamanpun dan kapanpun.

Meskipun demikian, perilaku mahasiswa dalam memilih *online* shop di *Instagram, Facebook, WatshaAp, Shopee* Dsb berbeda-beda, perbedaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:<sup>53</sup>

- a. Keterlibatan Produk (*Product involvement*)
- b. Resiko yang dirasakan (*Perceived Risk*)
- c. Kepercayaan (*Trust*)
- d. Kepuasan (*Satisfaction*)
- e. Niat Beli (*Purchase Itention*)
- f. *Product involvement* merupakan persepsi sementara pentingnya produk, berdasarkan keinginan konsumen untuk mencapai manfaat Spesifik yang diharapkan dari pembelian dan penggunaan produk

Mahasiswa FEBI memutuskan melakukan pembelian secara *online* karena terdapat manfaat yang dirasakan seperti mudah, simpel tidak perlu keluar rumah, praktis dimana saja dan kapa saja untuk melakukan pembelian. Selain itu mahasiswa

---

<sup>53</sup> Ronald Sukwadi, dkk, "Perilaku konsumen dalam Pemilihan Online Shop Instagram," *Jurnal, Metris* 17 No.2 (November, 2016), 124

FEBI melakukan perilaku konsumtif melalui jual beli *online* dikarenakan terpengaruh atas iming-iming yang dilakukan oleh penjual, terpengaruh dengan hadiah yang diberikan oleh penjual, bahkan terkadang melakukan pembelian karena tertarik dengan kemasan yang bagus, yang lebih parah lagi mahasiswa FEBI berperilaku konsumtif karena gengsi sehingga melakukan pembelian barang terbaru yang mengikuti trend terbaru demi menjaga penampilan diri.

Mahasiswa FEBI melakukan perilaku konsumtif biasanya karena terpengaruh atas pertimbangan harga bukan karena kebermanfaatannya, yang mana tidak memperhatikan yang mana kebutuhan dan yang mana keinginan, membeli barang karena tertarik pada iklan yang ditampilkan oleh para penjual, dan terkadang berobsesi ketika harga mahal barang akan jauh lebih bagus.

### **3. Preseptif Islam Tentang Perilaku Konsumtif Pada Penggunaan Media Sosial Pada Mahsiswi FEBI IAIN Madura**

Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi, adalah terletak pada cara pendekatannya dalam pemenuhan kebutuhan seseorang. Islam tidak mengetahui paham materialistis dari pola konsumsi modern.<sup>54</sup> Hendrie berpendapat, dalam Islam justru berjalan sebaliknya menganjurkan cara konsumsi yang moderat dan proporsional.<sup>55</sup> Intinya, dalam Islam harus diarahkan secara benar dan proporsional, agar kesetaraan dan keadilan untuk semua bisa tercipta. Islam adalah agama yang dalam ajarannya terdapat aturan-aturan mengenai segenap perilaku manusia. Begitu pula dalam masalah konsumsi, manusia diatur supaya dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya.

---

<sup>54</sup> Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 2007), 44

<sup>55</sup> Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), 67

Konsumsi merupakan salah satu penggunaan dan pemanfaatan sumber daya atau barang-barang yang ada atau yang telah tersedia di dunia ini. Penggunaan dan pemanfaatan sumber daya dalam Islam di atur supaya digunakan secara baik.<sup>56</sup>

Kegiatan konsumsi dalam agama Islam dikendalikan oleh lima prinsip, antara lain:

- a. Prinsip keadilan yang artinya suatu hal yang di konsumsi itu baik cara mendapatkan dan cara prosesnya itu halal.
- b. Prinsip Kebersihan yang artinya barang yang layak dikonsumsi tidak rusak dan tidak merusak terhadap selera
- c. Prinsip kesederhanaan yaitu suatu hal yang mengedepankan kebutuhan tidak berlebihan dan juga tidak boros.
- d. Prinsip kemurah hatian yang mana tetap memperhatikan keadaan sekitar yang membutuhkan<sup>57</sup>

Dalam islam cara mengkonsumsi itu di atur dengan sedemikian rupa yang mana dalam berpakaian diatur cara mengkonsumsi makanan juga diatur, dan yang pasti harus mengkonsumsi barang-barang yang bagus dan halal tidak berlebihan dan lebih mengedepankan kebutuhan dari pada keinginan. Mahasiswa FEBI mengetahui terkait konsumsi dalam islam yaitu mengkonsumsi barang-barang yang halal, baik cara konsumsinya atau cara memperolehnya, tentu dengan tujuan supaya kebutuhan hidup terpenuhi.

Meskipun mahasiswa sebagian sudah tau terkait perilaku konsumtif akan tetapi mereka masih melakukan kegiatan atau perilaku konsumtif tersebut tidak memperhatikan prinsip kesederhanaan seperti halnya, Masasiswa FEBI IAIN Madura

---

<sup>56</sup> Rani Oktaviani, "Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam ( Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)", (*Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung, 2018*),22-23.

<sup>57</sup> Rani Oktaviani, "Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam ( Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)", (*Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung, 2018*),24-29

sekarang banyak yang berpenampilan luar biasa mengikuti trend, dan juga saling memperlihatkan dan membandingkan *outfit* yang dimiliki sehingga tak jarang mahasiswa yang lain mengikuti trend tersebut, yang mempengaruhi dalam melakukan perilaku konsumtif itu karena mengikuti trend terbaru dan mengikuti lingkungannya sehingga terbawa melakukan hal yang sama yaitu perilaku konsumtif.

Mahasiswa FEBI betul-betul memperhatikan cara berpakaian, memperhatikan penampilannya mengikuti trend terbarunya sehingga dari situ banyak terpengaruh untuk membeli barang yang bagus-bagus yang mahal-mahal sehingga kebanyakan dari mahasiswa melakukan hal demikian selain itu mahasiswa lebih memilih nongkrong di cafe dan resto dari pada diskusi di warung kopi atau di gazebo kampus tentu hal itu mengedepankan keinginan bukan karena kebutuhan, selain itu mahasiswa lebih senang berpakaian yang bermerek dengan model terbaru.