PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI DAN FISIP UIN SUNAN AMPEL SURABAYA DI ERA NEW NORMAL

DITINJAU DARI TEORI KONSUMERISME JEAN BAUDRILLARD

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) Dalam Bidang Sosiologi

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Oleh:

Salsabila Nurul Hidayah

NIM. I73217044

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2021

PERNYATAAN

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahhirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Salsabila Nurul Hidayah

NIM : I73217044

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi :"Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya Di Era New Normal Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard"

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2) Skripsi ini adalah benar-benar karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat di buktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 30 Juni 2021

Yang menyatakan

Salsabila Nurul Hidayah

NIM. I73217044

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi, terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Salsabila Nurul Hidayah

NIM : I73217044

Program Studi : Sosiologi

Yang Berjudul: "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya Di Era New Normal Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard", Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang sosiologi.

Surabaya, 14 Juli 2021

Pembimbing

Dr. Abid Rohman, S.Ag, M.Pd.I

NIP. 19770623200710100

PENGESAHAN

Skripsi oleh Salsabila Nurul Hidayah yang berjudul: "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya Di Era New Normal Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard" telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 16 Juli 2021

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I	Penguji II
Dr. Abid Rohman, S.Ag, M.Pd.I	Prof.Dr.Hj.Rr.Suhartini, M.Si
NIP.19770623200710100	NIP.195801131982032002
Penguji III	**Penguji IV**
Dr. Dwi Setianingsih, M.Pd.I	Hj.Siti Azizah,S.Ag,M.Si
NIP.19721222199932004	NIP. 197703012007102005

Surabaya, 16 Juli 2021

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan,

Prof. Akh. Muzakki, Grad.Dip.SEA, M.Ag, M.Phil, Ph.D

NIP. 197402091998131002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama: SALSABILA NURUL HIDAYAH
NIM: I73217044
Fakultas/Jurusan: FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK / SOSIOLOGI
E-mail address:

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

✓ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI DAN FISIP UIN SUNAN AMPEL SURABAYA DI ERA NEW NORMAL DITINJAU DARI TEORI KONSUMERISME JEAN BAUDRILLARD

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 Agustus 2021
Penulis

SALSABILA NURUL HIDAYAH

ABSTRAK

Salsabila Nurul Hidayah, 2021, "*Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya Di Era New Normal Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard"*

Kata Kunci: *Mahasiswa, Perilaku Konsumtif, New Normal*

Dalam penelitian ini terdapat tiga permasalahan yang dikaji, yakni (1) Bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal? (2) Apa saja faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal? (3) Bagaimana dampak perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal? Sedangkan tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya, untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal serta untuk mengetahui dampak perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat individu atau kelompok tertentu dalam masyarakat. Dengan menggunakan Teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Konsumerisme milik Jean Baudrillard.

Hasil penelitian yang peneliti temukan bahwa (1) Bentuk dari perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal mengkonsumsi barang seperti fashion, skincare dan konsmetik (2) Faktor yang melatarbelakangi adanya perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal yakni adanya layanan yang diberikan oleh aplikasi shopee seperti gratis ongkir dan juga flash sale yang menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif. (3) Dampak yang menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu faktor kepuasan mahasiswa dalam berbelanja dimana adanya jaminan yang diberikan oleh shopee dan kualitas baik pelayanan maupun barang. Mahasiswa akan banyak menghabiskan waktu untuk melakukan proses belanja dan akan lebih boros seiring dengan meningkatnya pembelian produk di Shopee. Maka hal tersebut akan memicu perilaku konsumtif dengan membeli barang secara berlebihan. Berkaitan dengan konsep Konsumerisme milik Baudrillard bahwa masyarakat modern tidak lagi melihat nilai guna melainkan nilai tanda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

PENGESAHAN iii

MOTTO iv

PERSEMBAHAN v

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI vi

ABSTRAK vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiii

BAB I : PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 5

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 6

E. Definisi Konseptual 7

F. Sistematika Pembahasan 8

BAB II : PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA NEW NORMAL DAN TEORI KONSUMERISME JEAN BAUDRILLARD 10

A. Penelitian Terdahulu 10

B. Kajian Pustaka 15

C. Kerangka Teori 29

BAB III : METODE PENELITIAN 34

A. Jenis Penelitian 34

B. Lokasi dan Waktu Penelitian 34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Pemilihan Subjek Penelitian 35
D. Tahap-Tahap Penelitian 36
E. Teknik Pengumpulan Data..... 38
F. Teknik Analisis Data 40
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data..... 41
BAB IV : PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA NEW NORMAL ...42
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 42
B. PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA NEW NORMAL 53
C. ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI DAN FISIP UIN SUNAN AMPEL SURABAYA DI ERA NEW NORMAL DITINJAU DARI TEORI KONSUMERISME JEAN BAUDRILLARD 80
BAB IV : PENUTUP 84
A. KESIMPULAN..... 84
B. SARAN..... 86
DAFTAR PUSTAKA 87
LAMPIRAN.....90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Shopee dan jumlah unduhan di play store 27
Gambar 4.1 UIN Sunan Ampel Surabaya 44
Gambar 4.2 Paket pembelian barang di shopee 67
Gambar 4.3 Voucher gratis ongkir shopee..... 68
Gambar 5.1 Wawancara dengan narasumber Rina 91
Gambar 5.2 Akun Shopee narasumber Rina 91
Gambar 5.3 wawancara dengan narasumber Husainatul 91
Gambar 5.4 Akun Shopee narasumber Husainatul 91
Gambar 5.5 wawancara dengan narasumber Reva 91
Gambar 5.6 Akun Shopee narasumber Reva 91
Gambar 5.7 Google form untuk pengambilan data awal 92
Gambar 5.8 Wawancara chatting whatsapp dengan beberapa informan 92
Gambar 5.9 Wawancara melalui videocall dengan narasumber Aisyah..... 92
Gambar 5.10 Akun Shopee narasumber Aisyah 92
Gambar 5.11 Wawancara melalui videocall dengan narasumber Ariva 92
Gambar 5.12 Akun Shopee narasumber Ariva 92
Gambar 5.13 Wawancara melalui videocall dengan narasumber Diana..... 93
Gambar 5.14 Akun Shopee narasumber Diana 93
Gambar 5.15 Wawancara chating whatsapp dengan narasumber Safira 93
Gambar 5.16 Akun Shopee narasumber Safira 93
Gambar 5.17 Wawancara chating whatsapp dengan narasumber Ditha 93
Gambar 5.18 Akun Shopee narasumber Ditha..... 93
Gambar 5.19 Wawancara chating whatsapp dengan narasumber Firda 94
Gambar 5.20 Akun Shopee narasumber Firda 94
Gambar 5.21 Wawancara chating whatsapp dengan narasumber Subqi..... 94
Gambar 5.22 Akun Shopee narasumber Subqi 94

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nama Subjek Penelitian 27

Tabel 4.1 Daftar Birokrat UIN Sunan Ampel Surabaya 45

Tabel 5.1 Jadwal Penelitian..... 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan besar di era modern saat ini sudah menjalar ke berbagai sendi kehidupan manusia, dimana masyarakat modern menerapkan gaya hidup yang serba instan, praktis dan juga cepat. Modernisasi memaksa manusia untuk beradaptasi dengan teknologi yang semakin canggih. Perkembangan teknologi dan komunikasi memberikan kemudahan bagi para penggunanya yang tidak terlepas dari adanya suatu kelebihan pun kekurangan. Internet merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi, dimana sekarang ini telah menjadi kebutuhan bagi semua kalangan. Internet semakin canggih dengan fitur yang dimiliki dan dapat menghubungkan masyarakat di berbagai dunia tanpa adanya batasan waktu dan jarak.

Perkembangan internet telah membawa perubahan yang besar dalam kehidupan manusia, dimana salah satu perubahan tersebut memberikan lahan serta peluang besar bagi para pebisnis atau yang dikenal dengan *E-Commerce (electronic commerce). E-Commerce* merupakan suatu kegiatan pembelian, penjualan, serta pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik[2]. Masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi secara fisik, sekarang dapat dibantu hanya dengan ponsel pintar. *E-Commerce* memberikan kemudahan karena di dukung oleh pembayaran yang bisa dilakukan dengan berbagai sistem

[2] http://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/Di akses pada 19 Juli 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti melalui online banking, transfer antar bank, *Cash On Delivery* (COD) dan juga bisa melalui Supermarket.

Kemudahan internet juga memberikan perubahan dalam kehidupan manusia salah satunya dalam hal berbelanja, masyarakat dapat berbelanja apa saja yang diinginkan dan kebanyakan masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi sehingga masyarakat memilih yang praktis dalam mencari sesuatu. Hal tersebut menunjang meningkatnya nilai konsumtif masyarakat, dengan kondisi yang sedang terjadi yakni munculnya virus *covid-19* pada awal bulan Maret di tahun 2020 hingga sampai saat ini, dimana membuat masyarakat untuk membatasi pergerakan bertemu dengan banyak orang. Perubahan yang terjadi pada segala aspek kehidupan membawa pada era baru atau New Normal, yakni kondisi yang menggambarkan berbeda dengan kondisi sebelumnya dan pada akhirnya dianggap sebagai hal yang lumrah.

Aspek new normal dibentuk untuk menyiapkan masyarakat agar dapat kembali pada produktifitas meskipun mengalami penyesuaian dalam berbagai hal, Bukan hanya beradaptasi dengan situasi pendemi tetapi juga pada aktifitas transaksi jual dan beli. Masyarakat di Era New Normal lebih banyak beralih ke platform penjualan online. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data dari salah satu aplikasi *E-Commerce* Shopee menunjukkan meningkatnya daya beli masyarakat selama masa new normal saat ini. Dimana *E-Commerce* Shopee merupakan salah satu aplikasi yang bergerak dalam bidang jual beli yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertama kali didirikan di Indonesia pada bulan Juni tahun 2015[3]. *E-Commerce* Shopee menyediakan berbagai macam produk sehari-hari seperti makanan, pakaian, make up, fashion, buku, kebutuhan rumah tangga, gadget, obat-obatan, dan masih banyak lagi. Saat ini *E-Commerce* Shopee menjadi salah satu solusi untuk mempermudah masyarakat terutama di kalangan remaja atau mahasiswa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan dengan tetap meminimalisir kegiatan di luar rumah. Selain itu *E-Commerce* Shopee banyak dipilih oleh masyarakat dan kalangan remaja mahasiswa karena harga produk yang ditawarkan sangat murah, barang bisa langsung sampai ke rumah, dan sering juga memberikan berbagai macam promo, flash sale, cashback, bahkan voucher gratis ongkir di seluruh Indonesia. *E-Commerce* Shopee juga memberikan kemudahan dalam pembayaran seperti transfer bank, kartu kredit, shopeepay, supermarket dan metode pembayaran yang lainnya.

Sebelum adanya pendemi *covid-19,* Peneliti melihat bahwa di lingkungan terdekat peneliti, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, tepatnya mahasiswa Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik (FISIP) dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) lebih banyak menghabiskan waktunya untuk berbelanja secara langsung di tempat perbelanjaan mall atau toko dengan membeli kebutuhan kuliah seperti buku,perlengkapan kuliah, alat tulis,tas, sepatu, dan banyak juga mahasiswa yang menggunakan uang nya diluar kebutuhannya seperti nongkrok di cafe mewah dan terkenal, makan di tempat-tempat mahal,

[3] Pengertian Aplikasi Shopee Dan Cara Mengunduhnya (advancedbiofuelssummit.com), di akses tanggal 19 Juli 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pergi ke tempat hiburan seperti karaoke, menonton bioskop, membeli barang branded, berbelanja kebutuhan fashion dengan harga yang mahal untuk bisa tampil lebih dengan gaya hidup mewah agar mendapat pengakuan dari lingkungan sosialnya secara berlebihan tanpa mempertimbangan fungsi dan kegunaan dari barang tersebut. Tetapi sekarang ini dengan berlaku nya aspek New Normal, peneliti melihat perbelanjaan online Shopee menjadi solusi saat ini bagi mahasiswa Febi dan Fisip untuk tetap berbelanja semua barang yang mereka ingin beli, tanpa adanya hambatan dengan tidak keluar rumah untuk bertemu banyak orang. Hal tersebut yang menyebabkan terbentuk nya perilaku konsumtif dalam diri mahasiswa tanpa melihat situasi terlebih di era new normal saat ini. Peneliti mengamati bahwa di era new normal inilah yang menjadi sebab mengapa data dari aplikasi shopee terbesar nomer satu di Indonesia menjadi meningkat.

Adanya berbagai tawaran menarik di Shopee dapat mempengaruhi mahasiswa menjadi boros dan bersikap konsumtif tinggi, hal yang semula tidak ingin dibeli tetapi ketika melihat iklan aplikasi Shopee menawarkan banyak promo, sale, bahkan gratis ongkir,di era new normal ini, Maka akan semakin banyak mahasiswa yang tergiur untuk berbelanja entah itu kebutuhan atau keinginan untuk memenuhi gaya hidupnya. Meskipun tidak semua mahasiswa berperilaku konsumtif, tetapi mayoritas dari mahasiswa berperilaku demikian. Perilaku konsumtif serta perkembangan teknologi sangat melekat pada generasi saat ini, sehingga dianggap paling mudah terpengaruh oleh pola konsumsi yang berlebihan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perilaku konsumtif yang terus menerus dilakukan akan menjadi suatu kebiasaan yang tentunya tidak baik karena didorong oleh suatu inginan untuk memenuhi hasrat keinginan saja bukan karena kebutuhan. Karakter milenial yang lebih mudah bosan dengan barang yang dimilikinya, setiap kali ada produk keluaran terbaru para milenial seperti tidak dapat mengontrol hasrat untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan berbagai paparan diatas, Peniliti ingin mengetahui Bagaimana bentuk, faktor, dan dampak perilaku konsumtif Mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di Era New Normal. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul **"Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya Di Era New Normal Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang mengenai perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era New Normal, Maka peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal?
2. Apa faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal?
3. Bagaimana dampak perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal ?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menemukan jawaban dari rumusan masalah. Maka tujuan dari penelitian ini adalah;

1. Mengetahui bentuk perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal.
2. Mengetahui faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal.
3. Mengetahui dampak perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal.

D. Manfaat Penelitian

Di dalam sebuah penelitian ada beberapa manfaat yang ingin di dapat. Ada beberapa manfaat yang ingin di dapat dari hasil penelitian tersebut.

1. Secara Teoritis

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan disiplin ilmu sosial terkhusus disiplin ilmu sosiologi. Serta peneliti juga memperkaya khasanah keilmuan.

2. Secara Praktis

   Manfaat penelitian ini akan memberikan pengalaman tersendiri bagi peneliti dalam proses penelitian nanti. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan menambah wawasan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi para pembaca baik dari kalangan akademis maupun masyarakat umum tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era New Normal.

E. Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini perlu sekiranya diberikan pengertian istilah mengenai hal-hal yang akan diteliti. Hal tersebut ditujukan untuk memudahkan pemahaman serta meminimalisir kesalahpamahan dalam mengartikan sebuah istilah.

1. Perilaku Konsumtif

   Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk mengkonsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta tindakan membeli barang yang tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan[4]. Perilaku konsumtif yang dimaksud peneliti adalah hidup boros mahasiswa yang berlebihan dengan membelanjakan sesuatu tanpa batas baik dari segi makanan, pakaian sebagai fashion untuk memenuhi gaya hidup mewah yang sebenarnya bukan lagi menjadi suatu kebutuhan tetapi keinginan untuk tampil lebih.

2. New Normal

   New Normal merupakan perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal namun dengan menerapkan protokol

[4] Mark Plus dan Co, Pengertian Perilaku Konsumtif Defenisi Tipe, Indikator, Faktor Gambaran Terhadap Pria Metroseksual. http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertianperilaku-konsumtif-definisi.html, Di akses 01 januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah guna mencegah terjadinya penularan virus *covid- 19*.

3. Shopee

Shopee merupakan sebuah aplikasi yang bergerak di bidang jual beli secara online dan dapat diakses dengan mudah melalui smartphone. *Shopee* hadir di Indonesia pada tahun 2015, dimana shopee memudahkan pengguna nya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online serta menawarkan berbagai macam produk-produk fashion hingga kebutuhan sehari-hari.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini diuraikan menjadi beberapa bab dan sub bab untuk memudahkan dalam penulisan agar runtut dan mudah dipahami. Adapun sistematikanya yaitu sebagai berikut.

1. **Bab I Pendahuluan:** Peneliti memberikan gambaran tentang latar belakang masalah perilaku konsumtif mahasiswa di era new normal, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, subjek penelitian, jenis dan sumber data, tahap – tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan teknik keabsahan data) dan sistematika pembahasan, serta jadwal penelitian.
2. **Bab II Kajian Teoretik:** Meliputi kajian pustaka (beberapa referensi yang digunakan untuk perilaku konsumtif mahasiswa di era new normal, kajian teori (teori masyarakat konsumsi digunakan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menganalisis masalah penelitian), dan penelitian terdahulu yang relevan (referensi hasil penelitian oleh peneliti terdahulu yang mirip dengan kajian peneliti).

3. **Bab III Metode Penelitian:** Peneliti memberikan gambaran tentang data – data yang diperoleh dari mahasiswa uin sunan ampel Surabaya Penyajian data dapat berupa tertulis atau dapat juga disertakan gambar. Sedangkan analisis data dapat di gambarkan berbagai macam data –data yang kemudian ditulis dalam analisis deskriptif.
4. **Bab IV Penyajian dan Analisis Data:** Peneliti menyajikan data hasil penelitian "Perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal dan di analisis menggunakan teori konsumerisme milik Jean Baudrillard.
5. **Bab V Penutup:** Peneliti menuliskan kesimpulan dari permasalahan dalam penelitian, perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal dan memberikan rekomendasi atau saran untuk penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA NEW NORMAL DAN TEORI KONSUMERISME JEAN BAUDRILLARD

A. Penelitian Terdahulu

Dalam poin ini peneliti membandingkan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti kerjakan, agar tidak terjadi plagiasi dan mengetahui segi perbedaan dari penelitian yang akan peneliti kerjakan. Terdapat beberapa judul penelitian yang berhubungan dengan judul "Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era New Normal (Studi pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya pengguna Aplikasi Shopee)" yang sebelumnya pernah diteliti. Judul penelitian yang berhubungan antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ainun Faizah, Mahasiswi Prodi Sosiologi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020 dengan judul "Pengaruh Kemudahan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Dalam Tinjauan Teori McDonaldisasi George Ritzer)". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kemudahan E-Commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dan berapa % (persen) kemudahan E-Commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel ramdom sampling dan menggunakan angket sebagai instrument pengumpulan data.

   Penelitian yang dilakukan oleh Ainun Faizah menyimpulkan bahwa adanya korelasi pengaruh kemudahan e-commerce shopee terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, hal tersebut dibuktikan pada tabel korelasi yang menghasilkan korelasi antara perilaku konsumtif dengan kemudahan e-commerce shopee memperoleh nilai signifikansi, selain itu kemudahan e-commerce shopee mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya[5].

Persamaan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mengkaji perilaku konsumtif Mahasiswa. Namun perbedaan antara penelitian yang peneliti lakukan yakni lebih fokus ke bagaimana bentuk, faktor yang melatarbelakangi dan dampak perilaku konsumtif mahasiswa di era normal dengan metode kualitatif deskriptif, menggunakan beberapa informan dalam melakukan wawancara dan observasi dengan cara purposive sampling dan teori Konsumerisme milik Jean Baudrillard.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Sarianti Martha, Mahasiswi jurusan Sosiologi Universitas Negeri Surabaya, 2015 dengan judul "Perilaku Konsumtif Mahasiswi Yang Berstatus Sales Promotion Girl (SPG)". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi perilaku konsumtif mahasiswa urban yang memiliki pekerjaan sampingan sebagai SPG *freelance*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan semiotik Baudrillard yakni mengungkap sisi simulasi pada ruang simulacra terkait citra dari merk dapat menampilkan

[5] Ainun Faizah, *Pengaruh Kemudahan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Dalam Tinjauan Teori McDonaldisasi George Ritzer)*, (Surabaya:UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hipperealitas. Teknik pengumpulan data secara primer (wawancara dan observasi) dan sekunder (dokumentasi dan internet).

Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Sarianti Martha menyimpulkan bahwa mahasiswa yang berprofesi sebagai SPG menunjukkan penampilan diri yang berupa hiperrealitas dalam bentuk polesan make up dan gaya berbusana. Hiperrealitas yang ditampilkan dikategorisasikan dalam 3 bentuk yakni glamour, stylistic dan minimalis. Glamour ditunjukkan dengan kepemilikan barang yang serba mewah, make up yang berlebihan dan memiliki aksesoris yang glamour karena rata-rata menggunakan emas asli sedangkan stylistic lebih memiliki kreatifitas dan ekspresif dalam mengkonsumsi barang yang digunakan sehingga dapat terlihat gaul dan modis. Berbeda dengan glamour dan stylistic, minimalis cenderung lebih sederhana dengan tampilan seminimal mungkin sesuai kebutuhan sehingga terkesan lebih natural[6].

Persamaan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mengkaji perilaku konsumtif Mahasiswa. Namun perbedaan antara penelitian saya dengan penelitian Dyah Sarianti Martha, dalam penelitiannya mengambil obyek kajian perilaku konsumtif mahasiswi SPG sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan ialah meneliti obyek kajian perilaku konsumtif Mahasiswa pada era new normal di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya.

[6] Dyah Sarianti Martha, *Perilaku Konsumtif Mahasiswi Yang Berstatus Sales Promotion Girl (SPG)*, (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2015)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Penelitian yang dilakukan oleh Asyifa Ayu Aksari, Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015 dengan judul "Perilaku Konsumtif dalam memberi barang *online shop* pada Mahasiswa di Kota Surakarta". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja faktor-faktor pendorong dan dampak perilaku konsumtif dalam membeli barang *online shop* di kalangan Mahasiswa Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi serta di analisis secara deskriptif.

   Penelitian yang dilakukan oleh Asyifa Ayu Aksari menyimpulkan bahwa faktor pendorong perilaku konsumtif yaitu adanya faktor lingkungan, faktor internal faktor iklan dan faktor produk. Terdapat 2 dampak atau akibat yang dirasakan oleh subjek ketika berperilaku konsumtif, yaitu menjadi boros, menimbulkan hutang, tampil Fashionable dan yang terakhir menimbulkan kepuasan batin bagi subjek[7].

   Persamaan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mengkaji perilaku konsumtif Mahasiswa. Namun perbedaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian Asyifa Ayu Aksari dalam penelitiannya mengambil obyek kajian perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan ialah meneliti obyek kajian perilaku konsumtif Mahasiswa pada era new normal di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya.

[7] Asyifa Ayu Aksari, *Perilaku Konsumtif dalam membeli barang online shop di kalangan Mahasiswa di Kota Surakarta*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Penelitian yang dilakukan oleh Laela Nur Insani, Mahasiswi jurusan Sosiologi Agama UIN Alaudin Makasar, 2017 dengan judul "Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Apa bentuk perilaku konsumtif mahasiswa di sekitar kampus II UIN Alauddin Samata Gowa dan faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di sekitar kampus II UIN Alauddin Samata Gowa. Jenis penelitian bersifat kualitatif deskriptif dengan cara purposive sampling.

   Penelitian yang dilakukan Laela Nur Insani menyimpulkan bahwa lebih banyak mahasiswa yang cenderung berperilaku konsumtif dibandingkan mahasiswa yang tidak berperilaku konsumtif berdasarkan ketiga bentuk perilaku konsumtif yaitu dari segi makanan, belanja pada keperluan penampilan "fashion", cara mengisi waktu luang seperti shopping mall, dan lain-lain. Selain itu belanja merupakan cerminan dari gaya hidup bagi mahasiswa, belanja menjadi sebuah gambaran perilaku konsumtif yang sulit untuk diubah. Faktor-faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif pada mahasiswa di kampus II UIN Alauddin Samata Gowa antara lain pengaruh gaya hidup seperti mengikuti trend sekarang ini, pengaruh lingkungan pergaulan, banyaknya pusat-pusat perbelanjaan, dan ikut-ikutan[8].

[8] Laela Nur Insani, *Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa* (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa, 2017)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Persamaan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mengkaji perilaku konsumtif Mahasiswa. Namun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Laela Nur Insani dalam penelitiannya mengambil obyek kajian perilaku konsumtif mahasiswa di sekitar kampus II UIN Alauddin Samata Gowa. Sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan mengambil objek kajian perilaku konsumtif mahasiswa pada era new normal di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya.

B. Kajian Pustaka

1. Perilaku Konsumtif

Istilah "perilaku" memiliki arti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan "konsumtif" memiliki arti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri)[9]. Jadi perilaku konsumtif adalah kegiatan individu untuk mengkonsumsi suatu barang karena rangsangan.

Definisi perilaku konsumtif menurut beberapa para ahli, antara lain Menurut Sumartono, perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Jadi perilaku konsumtif adalah perilaku

[9] Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengonsumsi barang secara berlebihan tanpa melihat barang tersebut termasuk dalam kebutuhannya atau tidak.[10]

Menurut Sembiring memperjelas bahwa orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah.[11]

Hal serupa diungkapkan oleh Segut, Kelompok usia yang sangat konsumtif adalah kelompok remaja. Jadi perilaku konsumtif adalah perilaku mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal dengan mendahulukan keinginan daripada kebutuhan yaitu keinginan -keinginan yang sebenarnya kurang diperlukan. Tidak menuntaskan dalam pemakaiannya atau membeli barang dengan jenis yang sama namun dengan merk yang berbeda saat barang tersebut belum habis atau selesai digunakan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk membeli dan mengkonsumsi barang secara berlebihan atau tidak rasional untuk memenuhi kepuasan secara maksimal dengan mendahulukan keinginan

---

[10] Sumartono,*Terperangkap dalam Iklan(Menopang Imbas Pesan Iklan Televisi),*(Bandung: Alfabeta,2002), 45

[11] Sembiring Andri, http:// indoskripsi.com, 2008, diakses 10 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

daripada kebutuhan tanpa mempertimbangkan fungsi dan kegunaan dalam suatu barang tersebut. Perilaku konsumtif sudah menjadi hal yang biasa dilakukan di kalangan masyarakat atau mahasiswa, terlebih apabila finansial atau uang yang digunakan mendukung dalam berperilaku konsumtif. Dalam aspek new normal saat ini membuat masyarakat untuk meminimalisir bertemu dengan banyak orang, maka membeli atau mengkonsumsi barang secara online menjadi solusi yang tepat untuk tidak keluar rumah. Apalagi dengan adanya berbagai penawaran yang diberikan oleh platfom jual beli online membuat masyarakat dapat memenuhi keinginan daripada kebutuhan tanpa mempertimbangkan fungsi dan kegunaan dalam suatu barang yang menyebabkan perilaku konsumtif semakin tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya data penjualan salah satu platfom *E-Commerce Shopee* pada Era New Normal. Adapun aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rasyid[12] :

a. Pembelian Impulsif (*Impulsif buying)*

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat yang dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

[12] Lina&Rasyid,H.F, *Perilaku Konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putra*, (Jakarta: Psikologika no 4 tahun II, 1997), 41

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Pemborosan *(Wasteful buying)*

Perilaku Konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata mata untuk mencari kesenangan. Salah satu nya adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa trendy.

Engel, Blackwell, dan Miniard mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif antara lain:[13]

a. Faktor internal

1. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan yang ada dalam diri individu untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi sangat berpengaruh dalam perilaku konsumtif manusia, misalnya jika seseorang mempunyai keinginan harus membeli sesuatu, seseorang akan menggunakan segala cara untuk mencapai hal tersebut.

[13] Engel,dkk. *Perilaku Konsumen*(Jakarta: Binarupa Aksara, 1995), 56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Kepribadian

Kepribadian merupakan keseluruhan cara seorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu lain[14]. Kepribadian terbentuk salah satunya karena lingkungan, disaat individu berada di lingkungan konsumtif dan individu terpengaruh oleh hal tersebut maka akan membentuk kepribadiaan nya menjadi konsumtif. Individu tersebut akan membeli sesuatu yang mungkin saja tidak dibutuhkan.

3. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Apabila seorang individu menyukai budaya korea, maka apapun yang berbau korea akan dibeli dan itu sudah menjadi gaya hidup seorang individu yakni korea style. Hal tersebut sudah termasuk ke dalam bentuk perilaku konsumtif.

b. Faktor eskternal

1. Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan suatu kegiatan dan cara hidup yang dilakukan oleh masyarakat secara kelompok dimana dianggap sebagai tradisi karena dilakukan secara berulang. Seperti budaya perilaku berbelanja menjelang hari besar atau lebaran, yang mana

[14] Robbins, Stephen P, Judge, Timothy A. *Perilaku Organisasi Buku 1*(Jakarta : Salemba Empat, 2008),126-127

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pusat perbelanjaan memberikan diskon besar-besaran di hari tersebut karena memang paham akan budaya masyarakat yang dilakukan secara berulang. Perilaku masyarakat tersebut sangat mempengaruhi aspek perilaku konsumtif.

2. Faktor Kelas Sosial

Kelas Sosial merupakan termasuk ke dalam bentuk stratifikasi dimana jika semakin tinggi kelas sosial seorang individu maka akan semakin tinggi pula kebutuhan individu tersebut dan hal itu yang akan mendorong seseorang melakukan konsumsi lalu timbul perilaku konsumtif. Di kelas sosial mana individu berada, tergantung pada kondisi sosialnya.

3. Faktor Keluarga

Keluarga yaitu unit sosial terkecil dalam masyarakat. dimana keluarga memegang peranan terbesar terutama dalam pembentukan individu termasuk perilaku konsumtif. Misalnya dalam sebuah keluarga mempunyai gaya hidup yang konsumtif. Secara langsung anggota keluarga akan berperilaku demikian. Dan hal tersebut dianggap sebagai suatu hal yang biasa dan wajar.

2. New Normal

New Normal merupakan redaksi yang digunakan untuk menggambarkan kondisi yang berbeda dengan kondisi sebelumnya dan pada akhirnya dianggap sebagai hal yang lumrah. New Normal oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemerintah Indonesia di narasikan sebagai tatanan kehidupan baru dan memaksa masyarakat untuk mentaati protokol kesehatan sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru. New Normal ada untuk memastikan masyarakat siap dalam menghadapi perubahan situasi yang terjadi baik dari segi mikro hingga aspek makro dalam satu masyarakat. Aspek New Normal dibentuk untuk menyiapkan masyarakat agar dapat kembali pada produktifitas meskipun mengalami penyesuaian dalam berbagai hal. Dalam pidatonya Presiden Joko Widodo menyatakan bahwa kehidupan masa New Normal ini merupakan suatu keniscayaan. Dan masyarakat dituntut untuk siap menghadapi situasi seperti ini[15].

Dalam konteks pandemi saat ini, New Normal dapat diartikan sebagai perubahan yang terjadi pada perilaku manusia yang akan terjadi pasca pandemi *covid-19* dimana manusia akan cenderung membatasi fisik dan juga akan cenderung lebih berjauhan dengan sesama[16]. Di Indonesia wacana New Normal atau disebut sebagai tatanan kehidupan baru dimulai dengan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB hingga pemberian izin bagi penduduk berusia dibawah 45 tahun untuk beraktivitas di luar rumah.

Bagi pemerintah Indonesia pemberlakuan kebijakan new normal ini merupakan skenario untuk memperbaiki keadaan sosial-ekonomi

[15] Kemenkes RI "Menuju Adaptasi Kebiasaan Baru", diakses 10 November 2020, https://promkes.kemkes.go.id/menuju-adaptasi-kebiasaan-baru.
[16] Griffith "The New Normal after corona virus", diakses 10 November 2020, https://www.ksn.com/news/capitol-bureu/the-new-normal-after-coronavirus/.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

negara yang hancur di gempur pandemi namun tetap mengedepankan protokol yang berlaku. Prof. Wiku selaku Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan *covid-19* menegaskan bahwa masyarakat harus merubah pola hidup serta perilaku menjadi lebih sehat setiap hari agar dapat meminimalisir transmisi penyakit *covid-19* sampai ditemukannya vaksin yang tepat[17]. Hal ini menunjukkan bahwa bagi Indonesia, new normal dianggap sebagai sebuah pemberlakuan kebiasaan baru dalam kondisi pandemi virus dimana seluruh penduduk dituntut untuk menjalani hidup bersama *covid-19* yang oleh Presiden Joko Widodo disebut sebagai berdamai dengan virus agar kondisi sosial-ekonomi dapat terus berjalan tanpa meninggalkan aspek kesehatan.

Dampak Kebijakan New Normal terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat

Sebuah kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tentunya tidak terlepas dari pro dan kontra yang lahir di kalangan masyarakat. Tidak terkecuali dengan kebijakan New Normal atau tatanan kehidupan baru, dengan kebijakan ini memungkinkan masyarakat untuk melakukan aktivitas dirumah setelah dibatasi kegiatannya dengan penenerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Namun dengan diterapkannya kebijakan New Normal tentunya berpotensi terhadap meningkatnya jumlah kasus positif *covid-19* karena interaksi kembali yang dilakukan

[17] "Mengenal Konsep New Normal", WH, diakses 10 November 2020, https://indonesia.go.id/ragam/komoditas/ekonomi/mengenal-konsep-new-normal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh masyarakat akan menjadi media penularan yang sangat masif. Dengan data yang dikeluarkan oleh Gugus Tugas Percepatan Penanganan *covid-19*, angka penularan virus setiap harinya mengalami peningkatan secara signifikan dan belum menunjukkan grafik penurunan. Oleh karena itu dalam segi kesehatan, para tenaga kesehatan dan fasilitas kesehatan harus dipersiapkan dengan matang karena segi inilah yang menjadi garda terdepan dalam penanganan virus. Peningkatan grafik penularan tentunya akan mengakibatkan melonjaknya pasien dan membuat tenaga kesehatan kewalahan.

Data dari Bappenas menyatakan bahwa hanya 33% pusat kesehatan masyarakat (puskesmas) yang memenuhi syarat layanan kesehatan, yang dimana Puskesmas merupakan fasilitas kesehatan utama untuk daerah pedesaan[18]. Selain itu, fasilitas kesehatan yang bisa dibilang memadai hampir seluruhnya terpusat di pulau jawa, hal ini dibuktukan dengan jumlah ventilator mencapai 4942 unit di jawa dan 892 unit di luar pulau jawa, ventilator merupakan fasilitas yang dianggap penting untuk penanganan darurat pasien.

Dalam segi kesehatan mental, tentu sangat berdampak pada masyarakat. adanya pandemi *covid-19* dapat berpotensi meningkatkan tingkat stres, rasa takut, hingga depresi pada masyarakat. Kebijakan new

[18] "Bappenas:Hanya 33% Puskesmas Penuhi Syarat Layanan Kesehatan", Hartomo, diakses 10 November 2020, https://economy.okezone.com/2020/lawan-covid-19-bappenas-hanya-33-puskesmas-penuhi -syarat-layanan-kesehatan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

normal yang diterapkan pemerintah Indonesia seakan memiliki pisau bermata dua, satu sisi menjadi sebuah jawaban agar keterpurukan ekonomi agar dapat ditekan namun disisi lain dari segi kesehatan akan menjadi rantai penularan yang sangat masif, tidak hanya kesehatan akan tertularnya virus namun kesehatan akan mental masyarakat.

Dari segi politik, pemerintah Indonesia dengan diwakili oleh Gugus Tugas Percepatan Penanganan *covid-19* dan jajaran yang bertanggung jawab harus lebih menunjukkan kinerjanya dalam penanggulangan pandemi ini. Hal ini terkait dengan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah, jika masyarakat memiliki tingkat kepercayaan tinggi maka protokol kesehatan di Era New Normal saat ini dapat dijalankan dengan baik. Dalam mencapai tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi, pemerintah harus meningkatkan performa dalam hal penanggulangan serta kebijakan yang diambil saat serta pasca pandemi. Keterbukaan dan transparansi data harus dilaksanakan dengan baik dan akurat sehingga tidak menimbulkan misspersepsi di masyarakat. Serta peningkatan terhadap fasilitas kesehatan dan jaminan terhadap tenaga kesehatan yang bertugas juga harus diperhatikan guna menunjang kinerja dalam menghadapi pandemi *covid-19*.

New Normal Dilihat Dari Demografi Sosial

Dalam kajian sosial demografi terdapat tiga variabel penting yaitu mortalitas (kematian), fertilitas (kelahiran), dan mobilitas (perpindahan).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mobilitas penduduk dapat didefinisikan sebagai perpindahan orang atau sekelompok orang ke tempat lain baik secara permanen maupun tidak permanen. Di awal pandemi pergerakan penduduk sangat dibatasi oleh pemberlakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), namun pada masa new normal hal tersebut akhirnya diperbolehkan dengan alasan ekonomi bangsa meskipun kebijakan tersebut dapat meningkatkan transmisi penularan virus. Di satu sisi perekonomian dapat terselamatkan namun disisi lain tingkat kematian juga berdampak dan grafiknya semakin meningkat, terutama pada masyarakat usia rentan. Bersumber pada WHO, kematian dapat diakibatkan oleh tiga penyebab, salah satunya disebut sebagai *communicable diseases* atau penyakit menular.

Perpindahan penduduk atau mobilitas penduduk secara aktif akan berdampak pada penyebaran virus yang juga semakin aktif dan pada akhirnya juga berdampak pada tingkat mortalitas masyarakat. Hal ini menjadi khawatir karena tingkat mobilitas yang semakin aktif akan menjadi *carrieer* virus terhadap masyarakat lain terutama yang berusia rentan. Data menunjukkan bahwa 17,7% kematian *covid-19* terjadi pada kelompok usia diatas 60 tahun. Penerapan kebijakan new normal juga tidak terlepas dengan konsep *herd immunity,* konsep ini menjelaskan dimana masyarakat telah divaksinasi untuk memperoleh kekebalan secara mutlak atau suatu kondisi dimana sebagian besar masyarakat mengidap suatu penyakit menular yang pada akhirnya membentuk imunitas secara natural terhadap *covid-19*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Aspek New Normal dibentuk untuk menyiapkan masyarakat supaya dapat beraktivitas kembali meskipun mengalami penyesuaian dalam berbagai hal, dimana masyarakat harus bisa berdamai dengan pendemi virus *covid-19* dengan mematuhi protokol kesehatan, memakai masker dan menjaga jarak. Bukan hanya beradaptasi dengan situasi pendemi tetapi juga pada aktifitas transaksi jual dan beli. Masyarakat di Era New Normal lebih banyak beralih ke platform penjualan online. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data dari *E-Commerce Shopee* yang menunjukkan meningkatnya daya beli dan pembayaran melalui digital di masyarakat selama masa New Normal. Entah itu daya beli kebutuhan atau hanya keinginan untuk memenuhi hasrat dan gaya hidup mewah tanpa mempertimbangkan fungsi, kegunaan dari barang tersebut, maka dapat disimpulkan perilaku konsumtif di masyarakat terutama kalangan remaja atau mahasiswa bisa dibilang tinggi.

4. Aplikasi Shopee

Shopee merupakan platform perdagangan elektronik yang pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 sebagai pasar mobile sentris sosial pertama dimana pengguna Shopee dapat menjelajahi, berbelanja, dan menjual produk apa saja. Sejak pertama kali diluncurkan di Singapura, sejak saat itu pula Shopee memperluas jangkauan pemasarannya di beberapa negara di Asia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti Taiwan, Thailand, Filipina, Vietnam, Malaysia, dan Indonesia[19].

2.1 Gambar logo Aplikasi Shopee dan jumlah unduhan di playstore

Pendiri Shopee sekaligus CEO Shopee yakni Cris Feng yang merupakan lulusan terbaik Universitas Singapura. Cris Feng juga mantan pegiat Rocker internet yang pernag mengepalai Zalora dan Lazada. Jika di bandingkan dengan *e-commerce* lain, Shopee merupakan *e-commerce* baru dan minim penggalaman. Akan tetapi shopee berhasil mempromosikan dalam waktu yang singkat. Sehingga pengguna Shopee tidak kalah banyak dengan para pesaing lainnya. Saat ini angka unduhan Shopee mencapai 100 juta unduhan di Google Play Store.

Shopee menawarkan berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh perempuan dan laki-laki, menyesuaikan dengan gaya hidup masa sekarang. Dimana shopee dapat menarik perhatian konsumen karena menawarkan berbagai macam produk hingga semua produk yang ditawarkan bisa mengikuti kebutuhan masyarakat modern. Kategori produk yang ditawarkan oleh shopee seperti fashion,

[19] Wikipedia Ensiklopedia Bebas, "Sejarah Shopee" dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee diakses pada 1 Juli 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aksesoris, hingga produk kebutuhan sehari-hari. Selain itu Shopee memberikan berbagai macam program promo untuk menarik konsumen ditengah ketatnya persaingan e-commere di Indonesia. Program promo tersebut diantaranya yaitu:

1. Gratis Ongkir

   Gratis ongkir yakni program promo yang diberikan oleh Shopee dengan batas waktu tertentu seperti promo gratis ongkir hingga Rp. 10.000 per pesanan dengan minimal belanja Rp.30.000 berlaku untuk pengiriman Pulau Jawa dari pembelian di semua toko Gratis Ongkir XTRA. Gratis ongkir hingga Rp.20.000 per pesanan dengan minimal belanja Rp.120.000 berlaku untuk pembelian di semua toko bertanda Gratis ongkir. Dan banyak berbagai macam program gratis ongkir lainnya.

2. Promo *Flash Sale*

   Flash sale merupakan diskon yang diberikan Shopee dalam waktu yang singkat dan sesuai dengan waktu yang ditentukan Shopee. Periode penawaran produk Flash Sale adalah pada pukul 00-12.00 WIB, 12.00-13.00 WIB, 13.00-18.00 WIB dan 18.00-00 WIB setiap hari. Batas waktu tersebut membuat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen membeli produk pada saat itu juga. Harga produk Flash Sale hanya berlaku pada saat periode penawaran[20].

3. Shopee serba 10 Ribu

Shopee menawarkan barang-barang beragam setiap harinya. Ragam variasi barang yang dapat dibeli dengan harga Rp.10.000 akan berganti 1x24 jam. Permainan berlangsung selama 24 Jam dimulai dari pukul 12.00 WIB- 11.59 WIB di hari berikutnya. Pada acara khusus yang diselenggarakan oleh shopee, baik offline maupun online, shopee dapat mengubah jam permainan lain dan shopee akan memberikan pemberitahuan pada media yang ditentukan oleh Shopee[21].

4. *Voucher Cashback*

Shopee memberikan penawaran kepada konsumen dengan pemberian presensi pengembalian uang tunai namun dengan syarat pembelian yang ditentukan oleh Shopee. Biasanya Shopee memberi pengembalian berupa koin yang jumlahnya sama dengan nominal uang yang diperoleh[22].

C. Kerangka Teori

Teori yang digunakan untuk meneliti penelitian ini adalah konsumerisme milik Jean Baudrillard merupakan salah satu teori sosial di

[20] Shopee, "Flash Sale" dalam https://shopee.co.id/flash_sale/ diakses pada 1 juli 2021
[21] Shopee, "Syarat dan Ketentuan Serba 10 Ribu" dalam https://shopee.co.id/docs/6904 diakses pada 1 Juli 2021
[22] Shopee, "Cashback dan Voucher" dalam https://shopee.co.id/m/cashback-voucher? diakses pada 1 Juli 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

era post modern. Teori Post modern lebih menegaskan masyarakat sebagai masyarakat yang konsumtif dan hal tersebut banyak dijelaskan dalam buku karangan Jean Baudrillard yang berjudul *"The Consumer Society"*. Teori Post modern lebih menekankan pada cara berpikir, dengan demikian post-modern bisa disebut sebagai periode historis baru, produk kultural baru, dan tipe baru dalam penyusunan teori tentang kehidupan sosial.

Baudrillard dalam teorinya menjelaskan konsep mengenai masyarakat konsumsi menjadi tiga yaitu, nilai guna, nilai tanda, dan simulakra. Nilai guna merupakan fungsi dari suatu komoditas yang dikonsumsi. Nilai tanda merupakan satu simbol yang melekat pada suatu komoditas tertentu. Sedangkan simulakra merupakan ruang yang dihasilkan dari simulasi yang berisikan realitas-realitas semu. Konsep post-modern yang diangkat oleh Baudrillard tertuju pada keyakinan yang tersebar luas bahwa era modern telah berakhir dan memasuki periode historis baru, post-modernitas[23].

Pemikiran Baudrillard banyak dipengaruhi oleh beberapa pemikiran seperti pemikiran Lacanian terkait psikoanalisis, Sausurrian terkait strukturalisme, hingga pemikiran Marx terkait hubungan objek dan komoditas sehingga menjadikan masyarakat konsumer. Oleh karena itu Baudrillard menawarkan gagasan terkait masyarakat konsumsi yang terdapaat pada masyarakat post modern. Gagasan baudrillard seperti

[23] George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 629-630

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

simulasi, hipperrealistis, pertukaran simbolik, dan godaan. Baudrillard menghubungkan gagasan pertukaran simbolik dengan pertukaran ekonomi. Kehidupan post modern menurut Baudrillard merupakan kehidupan yang ditandai oleh simulasi. Pada proses simulasi ini awal dari penciptaan simulacra atau penciptaan suatu objek. Bagi Baudrillard penciptaan simulasi menjadi penting karena mereka dapat dibuat lebih spektakuler daripada aslinya, oleh sebab itu menjadi lebih menarik oleh konsumen.

Hingga pada akhirnya Baudrillard menyebut masyarakat posy-modern sebagai masyarakat konsumer. Pada masyarakat konsumer "kebutuhan" ada karena diciptakan oleh objek konsumsi. Objek yang dimaksud disini adalah klasifikasi dari objek itu sendiri yang mengalami pemanipulasian tanda-tanda. Dengan demikian yang sebenarnya dikonsumsi oleh masyarat bukanlah objek itu tapi sistem objek tersebut. Maraknya fenomena masyarakat konsumer saat ini bisa dilihat melalui komoditas apa yang mereka konsumsi, dimana masyarakat saat ini lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, dan mengabaikan fungsi asli dari sebuah komoditas yang akan dikonsumsi tersebut.

Baudrillard menggambarkan masyarakat saat ini sebagai hiperrealitas. Saat ini dengan kemajuan dan teknologi dan kemudahan masyarakat mengakses teknologi tersebut, media massa menjadi tempat yang sangat populer dalam mempengaruhi masyarakat. iklan-iklan yang ditayangkan di TV atau media massa lain kemudian menciptakan realitas baru sehingga membentuk sebuah hiperrealitas. Iklan yang ditayangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tentunya tidak sesuai atau tidak berhubungan dengan realitas yang sebenarnya, namun iklan yannng ditayangkan secara berulang dan terus menerus sehingga realitas yang tidak berkaitan tersebut diterima oleh masyarakat sebagai realitas yang sebenarnya. Bagi Baudrillard masyarakat masa kini sebagai masyarakat yang primitif dan menganggap godaan sebagai alternatif yang disukai, karena lebih sesuai dengan perasaannya yang timbul mengenai post-modernisme[24].

Dari beberapa uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif masyarakat adalah satu bentuk perilaku mengkonsumsi sesuatu secara berlebihan dan tidak terencana terhadap barang atau jasa yang sebenarnya kurang atau bahkan tidak diperlukan sama sekali, ketertarikan pada suatu barang dan jasa dipengaruhi oleh mode, dan iklan yang terus berulang dan dianggap sebagai realitas sesungguhnya. Masyarakat menyampingkan fungsi sesungguhnya dari suatu barang atau jasa. Seperti yang saat ini terjadi dalam masyarakat khususnya di lingkungan yang peneliti amati mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik (FISIP), dengan di berlakukan nya era normal membuat mahasiswa untuk meminimalisir aktivitas di luar rumah, salah satunya dalam hal berbelanja entah itu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan akibat ketertarikan dari iklan yang ditawarkan di media sosial. Seperti adanya *e-commerce* shopee menjadi salah satu solusi

[24] George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 640-645

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mempermudah masyarakat terutama di kalangan remaja atau mahasiswa Febi dan Fisip dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan dengan tetap meminimalisir kegiatan di luar rumah. *shopee* menyediakan berbagai macam produk sehari-hari seperti makanan, pakaian, make up, fashion, buku, kebutuhan rumah tangga, gadget, obat-obatan, dan masih banyak lagi. Selain itu *shopee* banyak dipilih oleh masyarakat dan kalangan remaja atau mahasiswa karena harga produk yang ditawarkan sangat murah dan sering juga memberikan berbagai macam promo, flash sale, cashback, bahkan voucher gratis ongkir ke seluruh Indonesia. Di era new normal ini, shopee menunjukkan bahwa data pembayaran masyarakat melalui digital di era new normal semakin meningkat. Maka dapat disimpulkan bahwa pembelian di masyarakat bisa dibilang cukup tinggi. Dengan adanya penawaran-penawaran yang dapat menarik konsumen akan menjadikan masyarakat khususnya remaja lebih bersikap konsumtif, sebagian dari mereka akan rela menghabiskan uangnya hanya demi barang yang sebenarnya tidaklah terlalu dibutuhkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh. Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasikan individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan[25].

Penelitian kualitatif dipilih peneliti karena sesuai dengan penelitian ini. Topik penelitian lebih mengarah pada kondisi lapangan yang dilakukan dengan menggambarkan suatu fenomena yang timbul pada masyarakat. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara serta observasi yang mendalam pada informan yang berkaitan dengan fenomena yang terjadi. Tujuan menggunakan metode penelitian ini adalah untuk menggali informasi secara mendalam agar informasi yang didapat menjadi valid.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan berbagai macam media, yakni wawancara melalui video call dan via chatting whatsapp, alasan peneliti menggunakan media tersebut karena melihat kondisi yang sedang terjadi

[25] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2016), 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekarang yakni era new normal dimana kegiatan diluar rumah menjadi dibatasi dan juga sebagian dari informan bertempat tinggal di luar Kota Su,rabaya, maka peneliti tidak bisa bertemu secara langsung dan beberapa dari informan lainnya bertempat tinggal di Surabaya, peneliti melakukan wawancara secara langsung yang berkaitan dengan topik penelitian di lokasi yang ditentukan oleh kedua belah pihak. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini sekitar 3 bulan. Namun waktu 3 bulan tersebut sewaktu waktu dapat berubah tergantung kondisi yang ada di lapangan.

C. Pemilihan Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini subyek penelitian bisa disebut sebagai informan. Subyek penelitian merupakan faktor penting dalam penggalian data secara mendalam agar data yang didapat menjadi data yang valid. Sumber data berasal dari Mahasiswa UINSA, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) Dan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIP). Alasan peneliti mengambil subyek tersebut karena peniliti sangat dekat dan paham bahwa di lingkungan terdekat peneliti sering menjumpai mahasiswa yang hobby berbelanja dan menghabiskan uang nya untuk sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan bahkan di situasi new normal saat ini tidak mengurangi mahasiswa untuk bisa berhemat. Hal tersebut sudah menjadi kebiasaan dan menimbulkan perilaku konsumtif. Dalam penelitian kualitatif, teknik sampling yang sering digunakan adalah purposive sampling. Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan[26]. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui fenomena yang akan diteliti. Adapun subjek penelitiannya sebagai berikut:

Tabel 3.1

Nama subjek penelitian

NO	NAMA	FAKULTAS	JURUSAN	SEMESTER
1	Husainatul	Fisip	Sosiologi	7
2	Rina	Fisip	Sosiologi	7
3	Subqi	Fisip	Sosiologi	7
4	Reva	Fisip	Sosiologi	7
5	Diana	Fisip	Ilmu Politik	7
6	Ariva	Febi	Hubungan Internasional	5
7	Ditha	Febi	Akuntansi	5
8	Aisyah	Febi	Ilmu Ekonomi	7
9	Safira Kurnia	Febi	Ekonomi Syariah	7
10	Firda	Febi	Mazawa	7
11.	Selvi	Febi	Manajemen	7

D. Tahap-Tahap Penelitian

I. Penelitian Pra Lapangan

Tahap pra lapangan ini meliputi penyusunan rancangan penelitian yaitu peneliti meminta izin kepada informan . Peneliti juga menyiapkan segala

[26] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Al-fabeta,2008), 85

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hal terkait penggalian data terhadap informan. Dalam penelitian kualitatif juga mengedepankan etika penelitian, karena yang peneliti hadapai adalah manusia. Oleh sebab itu peneliti harus memahami norma, aturan, dan nilai sosial masyarakat agar tidak terjadi gesekan antara peneliti dengan masyarakat.

II. Tahap Lapangan

Setelah menyiapkan segala aspek dalam tahap pra lapangan, peneliti mulai melakukan observasi terlebih dahulu lalu proses pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati calon informan dan kehidupan sosial informan terkait judul yang peneliti ambil. Peneliti juga harus mengerti batasan-batasan yang diperbolehkan dan tidak selama melakukan penelitian kepada informan. Hal ini dilakukan guna peneliti dapat diterima oleh informan yang nantinya akan mendapatkan data yang akurat dan valid. Setelah mengetahui seluruh batasan dalam melakukan proses pengambilan data, peneliti juga harus membangun hubungan komunikasi yang baik terhadap informan, agar informan dapat memberikan informasi yang sebenar-benarnya. Sehingga dapat dikatakan sebagai informasi yang valid.

III. Tahap Penulisan Laporan

Dalam Tahap akhir ini, peneliti mulai menuangkan semua hasil data yang diperoleh selama tahap lapangan serta menganalisis dengan pendekatan teori yang relevan dengan topik penelitian. Dalam tahap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penulisan laporan perlu ditekankan terhadap peneliti bahwa laporan penelitian harus sesuai dengan data yang didapat dari informan tanpa mengurangi ataupun menambahi data yang tidak perlu. Penulisan laporan penelitian juga harus sesuai dengan sistematika kepenulisan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1). Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung.[27] Metode observasi dimaksudkan untuk mendapatkan data dan informasi pendukung bagi penelitian ini. Dalam hal ini peneliti melihat kondisi ekonomi informan, dengan melakukan hal tersebut peniliti melihat gambaran singkat informan kemudian peneliti melakukan proses tahapan wawancara.

2). Wawancara

Wawancara dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan penelitian untuk menggali data informasi dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka dengan informan. Wawancara merupakan cara peneliti untuk mendapatkan serta menggali data yang akurat dan valid sesuai dengan topik yang diangkat oleh peneliti. Bentuk wawancara dibagi menjadi dua yaitu wawancara berencana dan wawancara tidak berencana. Wawancara berencana merupakan wawancara yang dilakukan sesuai dengan pedoman wawancara yang sudah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti. Sedangkan wawancara tidak berencana

[27] Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta:PT Rineka Cipta,2004), 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan wawancara yang tidak dibekali dengan penyusunan daftar pertanyaan secara terpola dan sistematis yang harus dipatuhi oleh pewawancara[28]. Dengan melakukan teknik wawancara, peneliti mendapatkan data yang akurat dan valid yang berasal dari informan yang sudah dipilih oleh peneliti sebelumnya. Teknik wawancara yang dilakukan peneliti adalah teknik percakapan melalui media video call dan chating whatsapp, sebagian bertemu secara langsung.

3). Dokumentasi

Suharsimi Arikunto, menjelaskan bahwa dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa metode dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya[29].

Dalam proses dokumentasi dapat berupa catatan, gambar, untuk lebih memperkuat data hasil observasi dan wawancara yang didapat peneliti, sehingga data yang diperoleh peneliti dapat dipertanggung jawabkan keabsahan datanya.

[28] Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta:Kencana,2007), 71
[29] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002, Cet.XII), 149

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan dan mengumpulkan data yang diperoleh maka tahap selanjutnya peneliti melakukan urutan data. Dalam menanggapi fenomena yang terjadi, Ada tiga langkah yang dapat dilakukan dalam analisis data ketika peneliti telah menyelesaikan seluruh proses penelitian, yaitu:[30]

1. Reduksi Data

   Reduksi data merupakan proses pemilihan data dalam penelitian. Reduksi data lebih fokus pada penyederhanaan data yang muncul dari catatan hasil proses lapangan. Reduksi data memilik tujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami data yang sudah dikumpulkan. Data yang dikumpulkan dari proses lapangan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.

2. Penyajian Data

   Proses selanjutnya adalah penyajian data. Penyejian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang selanjutnya untuk penarikan kesimpulan. Penyajian data dapat dilakukan dengan proses penggambaran secara umum dari hasil observasi secara langsung kemudian mendiskripsikan tingkat konsumtif Mahasiswa di Era New normal pada Mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya.

5. Penarikan Kesimpulan

   Tahap terakhir dari analisis data adalah penarikan kesimpulan. Dalam analisis kualitatif peneliti mencari arti makna dibalik fenomena

[30] Nanang Martono, 2015, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang terjadi. Dari fenomena yang didapatkan, peneliti lalu membuat kesimpulan berdasarkan data-data yang ditemukan. Kesimpulan awal ini harus di dukung dengan bukti yang kuat dan valid untuk mendukung tahap pengumpulan data tersebut.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan menemukan keabsahan data apabila telah dilakukan validitas yang merupakan ketepatan antara realitas yang terjadi di lapangan pada objek penelitian dengan data yang diperoleh dan dilaporkan oleh peneliti. Dengan kata lain hasil penelitian ini dapat dijadikan sebuah manfaat bagi pembaca.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA NEW NORMAL

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. UIN Sunan Ampel Surabaya

a). Sejarah UIN Sunan Ampel Surabaya

Berdirinya UIN Sunan Ampel Surabaya ini dimulai pada akhir tahun 1950. Beberapa komunitas muslim di Jawa Timur mempunyai ide untuk mendirikan Universitas berbasis agama Islam yang berada di bawah naungan Departemen Agama. Untuk mengajukan usulan tersebut maka dilaksanakanlah pertemuan pada tahun 1961 di Jombang, dimana Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yaitu Profesor Soenarjo datang sebagai narasumber pada pertemuan tersebut untuk menyampaikan pokok-pokok pikiran yang diperlukan sebagai landasan berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam yang dimaksud. Dalam sesi terakhir pada pertemuaan tersebut, forum mengesahkan beberapa keputusan penting, yaitu:

1) Membentuk Panitia Pendirian IAIN
2) Mendirikan Fakultas Syariah di Surabaya
3) Mendirikan Fakultas Tarbiyah di Malang

Yayasan Badan Wakaf Kesejahteraan Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah di bentuk pada tanggal 9 Oktober 1961 dan menyusun rencana kerja sebagai berikut: Menyelenggarakan persiapan pendirian IAIN Sunan Ampel yang terdiri dari Fakultas Syariah di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang. Menyediakan tanah seluas 8 hektar untuk pembangunan Kampus IAIN yang terletak di Jalan A. Yani No. 117 Surabaya. Mendirikan rumah dinas bagi Guru Besar. Untuk mengesahkan pendirian Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang, pada tanggal 28 Menteri Agama menerbitkan SK NO 17/1961. Dan 3 tahun selanjutnya, Fakultas Ushuluddin di Kediri diresmikan berdasarkan SK Menteri Agama No. 66/1964 pada tanggal 01 Oktober 1964. Berawal dari 3 fakultas yang telah didirikan terlebih dahulu, Menteri Agama memandang bahwa perlu diterbitkan SK Nomor 20/1965 tentang pendirian IAIN Sunan Ampel yang bertempat di Surabaya. IAIN Sunan Ampel menurut catatan sejarah sangat berkembang sangat pesat pada waktu itu tanpa membutuhkan waktu yang lama. IAIN Sunan Ampel telah memiliki 18 fakultas yang tersebar dalam 3 propinsi, yaitu: Jawa Timur, Kalimantan Timur dan Nusa Tenggara Barat dalam rentang waktu 1966-1970.

IAIN Sunan Ampel telah tersebar diseluruh penjuru Indonesia, sehingga beberapa fakultas yang telah diresmikan akhirnya ada yang melebur dan menjadi bagian dari IAIN daerah lain yang berdekatan lokasinya. Lalu, seluruh fakultas yang berada diluar Surabaya akhirnya menjadi sekolah otonom dan dinamakan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri atau biasa di sebut dengan STAIN yang berdiri sejak pertengahan tahun 1997, melalui Keputusan Presiden No 11 Tahun 1997. Dan mulai tahun 1997 IAIN Sunan Ampel lebih berkonsentrasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di lima fakultas saja yang bertempat di Jalan A. Yani 117 Surabaya. Melalui Keputusan Menkeu No. 511/KMK.05/2009 pada tanggal 28 Desember 2009, IAIN Sunan Ampel resmi berstatus sebagai Badan Layanan Umum (BLU). Dalam dokumen yang telah di sahkan pada tanggal 28 Desember 2009, sesuai dengan PP Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PK-BLY), IAINSA Surabaya diberi kewenangan untuk mengelola keuangan. Seiring dengan perkembangan waktu dan kurikulum, melalui Keputusan Presiden RI No. 65 Tahun 2013, pada tanggal 1 Oktober 2013 IAIN Sunan Ampel Surabaya resmi berganti nama menjadi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Yang saat ini sering disebut dengan UINSA[31].

4.1 Gambar Uin Sunan Ampel Surabaya

b). Visi dan Misi

Visi dan Misi UIN Sunan Ampel Surabaya juga memiliki visi sebagai berikut "Menjadi Universitas Islam Yang Unggul Dan

[31] Rektorat UIN Sunan Ampel Surabaya, "*Sejarah UIN Sunan Ampel Surabaya*", dalam http://www.uinsby.ac.id/id/184/sejarah.html, diakses pada 20 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kompetitif Bertaraf Internasional". Sedangkan misi dari UIN Sunan Ampel Surabaya adalah sebagai berikut:

a. Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multi disipliner serta sains dan teknologi yang unggul dan berdaya saing.
b. Mengembangkan riset ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
c. Mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat yang religious berbasis rise.

Tagline: "Building Character Qualities: for the Smart, Pious, Honorable, Nation"[32]. Berikut daftar birokrat UIN Sunan Ampel Surabaya:

4.1 Tabel daftar birokrat UIN Sunan Ampel Surabaya

Rektor	Prof. Masdar Hilmy, S.Ag., M.A., Ph.D
Wakil rektor bidang akademik dan kelembagaan	Dra. Wahidah Zein Br. Siregar, M.A.,Ph.D
Wakil rektor bidang administrasi umum, perencanaan, dan keuangan	Prof. Dr. H. Abu Azam Al Hadi, M.Ag
Wakil rektor bidang kemahasiswaan dan kerjasama	Prof. Dr. H. Ma'shum, M.Ag

[32] Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya, "*Visi, Misi dan Tagline UIN Sunan Ampel Surabaya*", dalam http://www.uinsby.ac.id/id/185/visi-misi-dan-tagline.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c). Letak Geografis UIN Sunan Ampel Surabaya

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya atau biasa disebut UINSA terletak di Jalan Ahmad Yani no 117, Kelurahan Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo, Kota Surabaya. Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya letaknya sangat strategis karena berada di tengah kota dekat dengan jalan raya. Selain itu UIN Sunan Ampel Surabaya tidak jauh dari wilayah pemukiman Wonocolo banyak menyediakan penginapan baik kos maupun kontrak yang sangat bermanfaat untuk mahasiswa rantau yang jauh dari tempat tinggalnya. Menurut letak geografis Wilayah kampus UIN Sunan Ampel Surabaya menempati area ± 8 hektar dan dikelilingi pagar tembok yang dibatasi oleh:

Sebelah Barat : Berbatasan dengan Jl. A. Yani dan Rel Kereta Api tepatnya di depan Polda Jatim

Sebelah Utara : Berbatasan dengan Pabrik Kulit dan perumahan Penduduk Jemur Wonosari

Sebelah Timur : Berbatas dengan pemukiman penduduk Jemur Wonosari

Sebelah Selatan : Berbatas dengan PT Gelvano.

2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

a). Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Surabaya Dengan adanya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 65 Tahun 2013 tentang perubahan status Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel Surabaya menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya memastikan adanya perubahan mendasar dalam realitas kelembagaan baru. Kelembagaan baru Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dikelola dengan tata kelola yang baik atas dasar Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2014 tentang Ortaker baru Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.Tata kelola ini penting, karena Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya telah menambah 4 fakultas baru, yakni: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK), dan Fakultas Sains dan Teknologi (SAINTEK). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya berdiri pada 28 April 2014. Kala itu yang menjadi dekan pertama adalah Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grand.Dip.SEA, M.Phil., Ph.D. Alasan mendasar untuk membuka Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah karena menguatnya kesadaran nasional akan pentingnya ekonomi untuk pembangunan nasional, hal ini termasuk pemberdayaan masyarakat Indonesia khususnya dan dunia global umumnya.

Penerapan sistem ekonomi dan bisnis berlandaskan nilai keislaman adalah pertimbangan lainnya. Bukti dari kecenderungan tersebut adalah dengan maraknya perbankan syariah dan industri keuangan non bank syariah pasca era reformasi di Negeri Ini. Atas pertimbangan tersebut, maka Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya memandang penting untuk membuka Fakultas Ekonomi dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bisnis Islam dengan lima program studi.[33] Lima program studi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah sebagai berikut:[34]

1) Ekonomi Syariah

Program studi ini mempersiapkan mahasiswa yang paham dengan ekonomi di Indonesia dalam aspek sistem syariah. Lulusan prodi ini dibekali keilmuan ekonomi Syariah, sehingga membuat lulusan prodi ini mampu untuk menyelesaikan masalah-masalah ekonomi umat.

2) Manajemen

Program studi ini membekali mahasiswa dengan teori, studi kasus, penerapan keuangan, pemasaran, operasi, dan manajemen strategis dan sumber daya manusia.

3) Ilmu Ekonomi

Program studi ini memberikan pemahaman mahasiswa tentang teori ekonomi mikro dan makro untuk memecahkan masalah ekonomi. Selain itu, program ini membekali mahasiswa dengan pengetahuan, ekonomi sumber daya alam, ekonomi sumber daya manusia, ekonomi publik, ekonomi moneter, dan ekonomi internasional.

4). Akuntansi

Program studi ini mempersiapkan mahasiswa yang kompeten dan berdaya saing dalam bidang akuntansi. Program studi ini memberikan pemahaman mahasiswa tentang teori, prinsip, dan konsep akuntansi. Program studi ini juga mempersiapkan mahasiswa untuk memiliki kemampuan dalam melakukan dan menganalisis pelaporan keuangan, audit, dan perusahaan.

---

[33] Admin Febi, "Latar Pendirian" dalam http://febi.uinsby.ac.id/?page_id=819 diakses pada 19 juli 2021

[34] Admin Febi, "Program Studi" dalam http://febi.uinsby.ac.id/?page_id=566 diakses pada 19 Juli 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5). Manajemen Zakat dan Wakaf

Program studi ini membekali mahasiswa dengan teori, studi kasus, manajemen keuangan umat, penerapan keuangan zakat dan wakaf, serta pengelolaannya dari umat dan untuk umat.

b). Visi dan Misi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya mempunyai visi dan misi sebagai berikut:[35]

Visi:

Menjadikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang unggul dan kompetitif bertaraf internasional.

Misi:

1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang ekonomi, ekonomi syariah, dan bisnis Islam yang unggul, kreatif, inovatif, dan berdaya asing.

2) Mengembangkan riset di bidang ekonomi, ekonomi syariah dan bisnis Islam yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

3) Mewujudkan pola pemberdayaan ekonomi masyarakat yang religious berbasis riset.

3. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIP)

a). Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), yang dikukuhkan pada tanggal 27 September 2013, merupakan salah satu fakultas baru yang

[35] Admin Febi, "Visi dan Misi" dalam http://febi.uinsby.ac.id/?page_id=821 diakses pada 19 Juli 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hadir sebagai bagian dari desain besar perubahan IAIN Sunan Ampel menjadi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA Surabaya). Perubahan status ini merujuk kepada Peraturan Presiden Nomor : 65/2013 tanggal 1 Oktober 2013, setelah sebelumnya menjadi satuan kerja pemerintah berbentuk Badan Layanan Umum (BLU) melalui Keputusan Menteri Keuangan Nomor 511/KMK.05/ 2009 tanggal 28 Nopember 2009. Kedua perubahan ini menjadi titik tolak penting untuk melakukan peningkatan mutu pengelolaan pendidikan tinggi yang professional di lingkungan UIN Sunan Ampel, termasuk di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP).

Seperti dijelaskan dalam Rencana Strategis Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya 2014-2019, bahwa perubahan status Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel (IAINSA) menjadi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya, sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 65 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Surabaya menjadi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya serta setelah dikukuhkannya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di lingkungan UIN Sunan Ampel, tentunya menuntut kehadiran rencana strategis fakultas yang betul-betul representatif untuk mengawal tampilnya fakultas baru yang penuh dengan prestasi serta tata kelola yang baik dan bersih pada lima tahun ke depan.

Kehadiran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, sebagai fakultas baru di lingkungan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang berlokasi di ibukota Provinsi Jawa Timur, tentu menjadi harapan besar bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pendidikan tinggi yang bermutu. Tantangan baru setelah menjadi fakultas baru bukan hanya dari eksternal yang berupa kompetisi dengan fakultas yang sejenis dari universitas negeri lain, akan tetapi, juga tantangan internal, terutama dalam menghadapi dinamika perubahan dalam rangka mencapai kualifikasi standar pendidikan tinggi sesuai dengan standar nasional dan internasional.

Bersamaan dengan tantangan tersebut, otonomi daerah yang semakin menguat juga memberikan peluang dan kesempatan bagi pendidikan tinggi untuk meningkatkan mutu pendidikan dan kesempatan bekerja seluas-luasnya seiring dengan kebutuhan dan tuntutan masyarakat yang semakin kompleks dan kritis. Kondisi ini menuntut kesiapan dan persiapan perguruan tinggi terutama fakultas-fakultas yang ada di lingkungan UIN Sunan Ampel, termasuk Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , sebagai pencetak sumber daya manusia (SDM) yang handal dan mampu bersaing disertai kemampuan analisis, inovatif dan leadership. Mutu lulusan FISIP UIN pun diharapkan dapat memberikan solusi terhadap berbagai persoalan yang dihadapi umat Islam dan mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.

Sebagai pendidikan tinggi yang mengintegrasikan ilmu-ilmu keislaman multidislipner dan sain-teknologi sekaligus berfungsi sebagai media interaksi antara potensi umat dan budaya, FISIP UIN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sunan Ampel terus berusaha mengembangkan seperangkat keilmuan dasar Islam, ilmu sosial dan ilmu politik serta ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu memberikan kepada mahasiswa pola berfikir kritis, cerdas dan universal tentang nilai-nilai keislaman yang *rahmatan lil-alamiin*.

Dalam aspek akademik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel telah mendapatkan ijin 2 penyelenggaraan program studi baru di luar dua prodi yang sudah ada, yaitu prodi sosiologi. Sampai saat ini, prodi-prodi yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ini adalah :

1. Program Studi Sosiologi (Izin Pembukaan Program Studi berdasarkan Keputusan Dirjen Pendidikan Islam RI Nomor : 1516 Tahun 2012, tertanggal 6 September 2012; Keputusan Ketua BAN PT Nomor : 010/BAN-PT/Ak-XIV/S1/VII/2011, tertanggal 8 Juli 2011, dengan nilai akreditasi B, dengan skor nilai 312).
2. Program Studi Ilmu Politik (Izin Pembukaan Program Studi berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan RI Nomor : 458aE/O/2013, tertanggal 27 September 2013).
3. Program Studi Hubungan Internasional (Izin Pembukaan Program Studi berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan RI Nomor : 458aE/O/2013, tertanggal 27 September 2013).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b). Visi dan Misi

Visi

Menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang unggul dan kompetitif bertaraf internasional dalam menciptakan sumber daya manusia yang berakhlaq mulia.

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang Ilmu-Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang unggul, kompetitif dan berdaya saing.
2. Mengembangkan riset di bidang sosial dan politik yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
3. Mewujudkan pola pemberdayaan masyarakat yang religius berbasis riset[36].

B. PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA NEW NORMAL

1. Bentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di Era New Normal

Mahasiswa perkotaan identik dengan kehidupan budaya modern, Kota Surabaya sebagai Kota Metropolitan tidak terlepas akan hal tersebut. Modernisasi membawa perkembangan teknologi yang sangat massif dalam kehidupan masyarakat. Banyak sendi kehidupan masyarakat berubah dengan adanya perkembangan dan kemudahan teknologi, Salah satunya dalam hal berbelanja. Setiap individu memiliki kebutuhannya masing-masing. Dimana kebutuhan tersebut dipenuhi dengan berbagai

[36] PROFIL - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya (uinsby.ac.id), di akses pada tanggal 19 Juli 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cara yang berbeda-beda. Ada yang secara wajar dan ada juga yang secara berlebihan dalam memenuhi kebutuhannya. Apalagi saat ini kemudahan berbelanja menciptakan masyarat menjadi konsumtif.

Dalam pembahasan ini peneliti melihat banyaknya fenomena masyarakat khususnya mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) sering berbelanja di Era New Normal. Peneliti melihat bahwa di era new normal banyak masyarakat yang terdampak dengan adanya pendemi virus covid-19, maka masyarakat menghemat untuk membeli suatu kebutuhan dalam hidupnya. Tetapi hal tersebut tidak berdampak pada sebagian kalangan seperti Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Febi dan Fisip. Bagi mereka berbelanja merupakan suatu hal yang perlu dan bersifat berkelanjutan. Apalagi dengan adanya kemudahan belanja online tidak menutup kemungkinan untuk berperilaku konsumtif dalam era new normal ini. Sebagian dari mereka tidak bisa mengontrol dirinya untuk tetap berbelanja kebutuhannya secara tidak wajar. Selain itu dibuktikan adanya peningkatan data pembayaran digital masyarakat sejak awal pendemi pada salah satu aplikasi belanja online yakni aplikasi shopee. Maka dapat disimpulkan bahwa aplikasi shopee sangat membantu sebagian kalangan khususnya mahasiswa untuk memenuhi kebutuhannya.

Seperti yang diungkapkan oleh Husainatul Jazilah seorang Mahasiswi Fisip Sosiologi Semester 7, berasal dari Kota Lamongan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Husainatul menggunakan aplikasi shopee sejak awal menjadi mahasiswa. Dimana dia mengatakan bahwa sering berbelanja di shopee apalagi di era new normal yang meminimalisir kegiatan di luar. Berikut pernyataan Husainatul:

> "Saya memakai aplikasi shopee sejak awal kuliah di tahun 2017. Menurut saya dalam era new normal ini shopee sangat membantu sekali untuk saya tetap belanja tanpa harus keluar rumah, karena saya sendiri juga malas untuk keluar rumah dan tentunya bisa mematuhi aturan pemerintah untuk tetap dirumah saja".[37]

Di era new normal saat ini segala kegiatan masyarakat sangat dibatasi, hal tersebut diperkuat dengan aturan pemerintah yang melarang masyarakat untuk keluar rumah. Terkadang hal tersebut menimbulkan rasa bosan dalam masyarakat, hal yang dapat membunuh kebosanan salah satunya adalah belanja. Pandemi memaksa masyarakat untuk menggeser model belanja ke model online. Bagi husainatul, barang yang sering dibelanjakan antara lain kebutuhan sandang dan kebutuhan kosmetik. Hal tersebut dijelaskan dalam wawancara berikut:

> "Barang yang belanjakan di shopee dalam era new normal ini seperti pakaian dan kosmetik".[38]

Senada dengan yang dikatakan oleh Rina Mahasiswi Fisip Sosiologi, Semester 7, bahwa ia menggunakan aplikasi shopee karena menurutnya aplikasi shopee sudah sangat familiar dan dikenal oleh banyak orang.

[37] Husainatul, Wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021
[38] Husainatul, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Apalagi dalam era new normal sekarang cukup menjadi solusi untuk ia tetap berbelanja. Berikut pernyataan Rina:

> "Menurut saya aplikasi shopee merupakan aplikasi belanja online yang cukup familiar dan dikenal oleh banyak orang. Apalagi sekarang era new normal ini membuat saya parno untuk belanja di luar, jadi beli apa-apa ya online, terutama di shopee".[39]

Era new normal membuat tingkat belanja seseorang menjadi meningkat, apalagi dengan adanya kemudahan belanja memlalui online dan juga aturan yang mengharuskan dirumah aja membuat sebagian kalangan menjadi tidak terkontrol dalam berbelanja membeli suatu barang yang kadang barang tersebut bukan menjadi suatu kebutuhan. Seperti yang dikatakan oleh Rina:

> "Dalam era new normal ini tingkat belanja saya jujur aja jadi meningkat karena saat pendemi saya lebih banyak menghabiskan waktu dirumah. Jadi pas ada waktu luang. iseng-iseng buka aplikasi shopee, terus akhirnya beli juga. Barang yang saya beli macam-macam seperti skincare, baju, hijab, bahkan keperluan lain yang bisa saya beli di minimarket, saya beli di shopee karena mager buat keluar rumah".[40]

Adanya kemudahan dan berbagai penawaran yang ada pada aplikasi shopee membuat mahasiswa tergiur untuk selalu terus berbelanja. Seperti yang dikatakan oleh subqi mahasiswa sosiologi semester 7, berasal dari kota Surabaya. Subqi mengatakan:

> "Saya pakai shopee sejak tahun 2017. Saya memilih berbelanja di shopee karena harga yang ditawarkan sangat murah dan banyaknya fasilitas yang ditawarkan dalam bertransaksi. dalam sebulan saya bisa berbelanja sebanyak 3-4 kali. Apalagi dalam era new normal saat ini

[39] Rina Yuliati, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021
[40] Rina Yuliati, Wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tingkat belanja saya semakin tinggi, karena seringnya di rumah dan keinginan untuk selalu berbelanja".[41]

4.2 Gambar paket pembelian barang di Shopee

Adanya tawaran harga yang murah dan kemudahan fasilitas transaksi membuat Subqi lagi dan lagi untuk berbelanja. Hal tersebutlah yang membuat keinginan untuk selalu belanja di aplikasi Shopee. Seperti yang dirasakan oleh Subqi, Mahasiswa Fisip Sosiologi yang membeli barang kebutuhan di aplikasi shopee. hal itu dirasa sangat memudahkan bagi dia. Karena hanya dengan diam tempat alias dirumah aja, dapat memainkan gadget dan menunggu sampai barang tersebut sampai. Barang pribadi menjadi barang yang sering dibeli, hal tersebut sesuai dengan pernyataan dalam wawancara berikut:

> "Barang yang sering saya belanjakan di shopee akhir-akhir ini ya barang pribadi mbak, kayak baju, tas, dan ada beberapa barang untuk dijual lagi".[42]

Senada dengan yang dikatakan oleh Reva mahasiswi sosiologi semester 7. Berasal dari kota Surabaya. Berikut pernyataan Reva:

> "Saya pakai shopee itu sejak kuliah. Menurut saya shopee merupakan aplikasi belanja online yang menjual banyak barang

[41] Subqi, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021
[42] Subqi, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> dan plihan dengan harga yang terjangkau. Apalagi sekarang era new normal membuat belanja saya semakin meningkat karena sebelum new normal belanja di shopee cuma hanya kebutuhan yang ingin dibeli, tetapi saat ada new normal tidak hanya kebutuhan yang di beli tetapi juga keinginan untuk membeli barang yg saya suka".[43]

Pandemi juga membuat tingkat belanja semakin tinggi, hal tersebut dikarenakan adanya berbagai macam barang yang dijual dengan berbagai pilihan harga. Hal yang sebelumnya tidak dilakukannya menjadi dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan. Banyak pilihan barang menarik yang pada akhirnya dibeli, antara lain seperti fashion, barang aksesoris , hingga kebutuhan kecantikan. Hal tersebut disampaikan Reva dalam wawancara sebagai berikut:

> "Barang yang saya beli di shopee dalam era new normal ini banyak ya tentunya, bisa di bilang kebutuhan fashion mulai dari kerudung, baju, celana, sepatu, kaos kaki, aksesoris seperti kalung, sabuk, case hp, tas, dompet, sampe makeup, skincare, masker, kacamata, sampai aksesoris rumah juga beli di shopee".[44]

Shopee hadir dengan tujuan untuk membantu segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dan juga shopee dapat diakses kapan dan dimana saja. Senada dengan yang dikatakan oleh Ditha Permatasari Mahasiswi Akuntansi Semester 5 yang berasal dari Kota Sidoarjo. Ditha mengatakan bahwa di era pendemi ini tingkat belanja nya semakin meningkat dibanding sebelum pendemi. Berikut pernyataan Ditha:

> "Saya memilih berbelanja menggunakan aplikasi shopee karena bagi saya aplikasi shopee simple, mudah dan cepat kak. Dan saya sering berbelanja di shopee saat pendemi daripada sebelum adanya pendemi. Karena shopee sangat menjadi solusi untuk tetap

[43] Reva Ulfa, Wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021
[44] Reva Ulfa, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> berbelanja tanpa perlu keluar rumah apalagi di era new normal sekarang yang membatasi aktivitas di luar. Era new normal sangat mempengaruhi tingkat belanja saya".[45]

Masa pandemi sangat merubah kebiasaan masyarakat, tidak terkecuali dengan Ditha. Tingkat belanja di masa sekarang sangat meningkat, hal tersebut salah satunya dikarenakan kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan aplikasi shopee untuk penggunanya. Aplikasi shopee pun sudah menjadi solusi bagi Ditha untuk memnuhi kebutuhan belanjanya. Barang seperti kebutuhan fashion menjadi hal yang sering masuk daftar belanja di masa pandemi sekarang. hal tersebut dijelaskan dalam wawancara berikut.

> "Barang yang saya beli di shopee dalam era new normal saat ini lebih untuk kebutuhan saya saja sih. Seperti fashion biasanya belanja di shopee kayak baju dan hijab gitu kak. Karena di shopee bagiku harga nya murah selain itu barang nya juga bagus".[46]

Aisyah Mahasiswi Ilmu Ekonomi Semester 7 yang berasal dari Kota Lamongan. Aisyah menggunakan aplikasi shopee sejak tahun 2019. Aisyah berbelanja di aplikasi shopee dalam Era New Normal bisa satu bulan belanja sebanyak 1-5 kali. Berikut pernyataan Aisyah.

> "Saya menggunakan aplikasi shopee sejak tahun 2019. Dimana saya sebelum pendemi belanja di shopee itu jarang. Kadang waktu belanja hanya menunggu ada gratis ongkir saja karena menurut saya mending belanja diluar bisa tau barangnya dan lagi bisa sambil jalan-jalan. Namun saat pendemi hingga new normal saya sering belanja online terutama di shopee, di masa ini kita harus mengurangi aktivitas di luar".[47]

---

[45] Ditha, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021
[46] Ditha, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021
[47] Aisyah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengurangan aktivitas di luar rumah dan penambahan aktivitas di dalam rumah menjadikan kegiatan dengan gadget lebih banyak. Semua aktivitas dapat dilakukan dengan ponsel pintar tersebut, salah satunya belanja. Keadaan sebelum pandemi yang biasanya melakukan aktivitas belanja di pasar, dan sekarang memaksa untuk belanja secara virtual. Namun, kondisi tersebut menjadikan tingkat konsumtif Aisyah semakin tinggi. Banyak barang yang sudah terbeli seperti kebutuhan fashion dan kecantikan. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara dibawah ini.

> "Lebih ke kebutuhan fashion sih mba, kayak kerudung, baju dan juga kadang kosmetik saya beli di shopee karena murah banget."[48]

Ariva Billah Mahasiswi Hubungan Internasional Semester 5 yang berasal dari Kota Lamongan. Ariva menggunakan aplikasi Shopee sejak tahun 2018. Dalam era new normal ini ia berbelanja di aplikasi shopee hampir satu bulan sekali. Berikut pernyataan Ariva.

> "Saya mulai tau dan memakai aplikasi shopee sejak tahun 2018. Kalau dulu itu suka belanja sebulan sekali minimal di mall tapi karena setelah pendemi cuman bisa dirumah dan jarang keluar jadi lebih suka beli di shopee buat belanja. Kalau saat pendemi ini kan banyak nganggurnya, jadi waktu gabut sering banget liat-liat terus akhirnya tertarik dan belanja deh di shopee".[49]

Luangnya waktu menjadikan satu alasan kenapa Ariva belanja di shopee. Kurangnya aktivitas dan dibatasinya aktivitas menjadikan belanja secara virtual jadi solusi untuk mengisi kesenggangan waktu. Namun hal tersebut justru menumbuhkan rasa keinginan untuk belanja.

[48] Aisyah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021
[49] Ariva billah, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Barang yang sering dibelanjakan antara lain kebutuhan fashion, kebutuhan tersebut akan selalu berganti dan selalu ingin memiliki. Pernyataan tersebut dilontarkan dalam wawancara berikut.

> "Kalau saya belanja di shopee sebelum dengan sekarang era new normal bisa dibilang lebih sering era new normal dan kadang sering khilaf. Biasanya beli untuk kebutuhan fashion kayak baju, kan pasti ada aja keluaran model baru atau yang lagi ngetrend biasanya langsung tergiur dan akhirnya beli". [50]

Safira Kurnia Mahasiswi Ekonomi Syariah Semester 7 yang berasal dari Kota Surabaya. Dirinya menggunakan aplikasi shopee sejak tahun 2017. Dalam aspek new normal ini, Safira mengatakan bahwa aplikasi shopee sangat mempermudah dirinya untuk berbelanja kebutuhan rumah dan kebutuhan pribadi. Berikut pernyataan Safira:

> "Saya punya aplikasi shopee sejak 2017. Dalam era pendemi ini shopee sangat membantu sekali untuk saya bisa berbelanja kebutuhan rumah dan kebutuhan pribadi saya, karena kondisi saat ini sedang tidak baik untuk keluar rumah apalagi ke mall yang bisa memicu penyebaran virus, jadi mau tidak mau demi melindungi diri dan keluarga untuk belanja kebutuhan ya melalui online". [51]

Aplikasi Shopee menjadi solusi bagi Safira untuk berbelanja sekaligus melindungi keluarga dari penyebaran virus. Shopee sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dasar, tak terkecuali dengan Safira. Kebutuhan pribadi hingga kebutuhan rumah dapat terpenuhi dengan satu aplikasi. Kebutuhan pribadi seperti kosmetik dan makanan, serta kebutuhan rumah seperti bumbu dapur

[50] Ariva billah, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021
[51] Safira kurnia, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ada di aplikasi Shopee. Hal tersebut disampaikan dalam wawancara seperti berikut.

> "Kalau di era new normal ini lebih ke kebutuhan rumah yang di butuhkan setiap bulan mbak. Seperti sabun, makanan ringan, makanan instan, bumbu siap saji, susu. Kadang juga kebutuhan pribadi kayak skinker terus buku juga biasanya kalau saya ingin beli ya beli". [52]

Diana Permatasari Oktaviani, Mahasiswi Ilmu Politik Semester 7, berasal dari Kota Surabaya. Diana menggunakan aplikasi shopee sejak tahun 2019. Diana sering berbelanja di shopee hingga sekarang. Berikut pernyataan Diana:

> "Saya memakai aplikasi shopee sejak tahun 2019 hingga saat ini saya masih sering berbelanja di shopee. Saya memilih menggunakan aplikasi shopee karena pilihan yang banyak, dan harga tentunya juga terjangkau. Menurut saya aspek new normal mempengaruhi tingkat belanja saya, karena saya malas untuk keluar rumah, maka belanja online sangat membantu untuk memenuhi kebutuhan saya".[53]

Berbagai faktor yang mempengaruhi Diana dalam berbelanja online di aplikasi Shopee, antara lain banyaknya pilihan barang, harga terjangkau, dan adanya pandemi. Namun adanya pandemi justru malah meningkatkan intensitas belanja, kebutuhan-kebutuhan dapat terpenuhi dengan hanya mencari di aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pandemi dapat mempengaruhi tingkat konsumtif masyarakat. Barang-barang yang sering dibeli Diana pada masa pandemi sekarang

[52] Safira kurnia, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021
[53] Diana, wawancara oleh penulis, 12 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sepreti produk kecantikan, dan fashion. Hal tersebut sperti yang disampaikan dalam wawancara berikut.

> "Kalau saya pribadi untuk belanja di shopee tidak ada perbedaan sih mba dari sebelum adanya pendemi sama sesudah adanya pendemi, karena di shopee itu saya sering nya beli skinker, hijab sama tas juga kadang. Tapi kalau untuk skinker itu kayak udah jadi kebutuhan yang harus dibeli meskipun harga nya mahal". [54]

Menurut Diana dalam aspek new normal saat ini sangat mempengaruhi tingkat belanja nya, karena malasnya untuk keluar dirumah maka aplikasi shopee menjadi solusi untuk tetap berbelanja kebutuhan.

Firda Nur Ariza Mahasiswi prodi mazawa semester 7 berasal dari Kota Sidoarjo. Firda menggunakan aplikasi shopee bisa dibilang sudah cukup lama dan terkadang ia berbelanja di shopee sekali dalam waktu sebulan. Berikut pernyataan Firda.

> "Saya menggunakan aplikasi shopee sudah cukup lama sekitar tahun 2018, sering berbelanja di shopee karena menurutku aplikasi shopee lebih lengkap fitur-fiturnya dan harganya juga terjangkau, dalam tiap bulannya selalu ada diskon dan shopee menyiapkan berbagai tipe pembayaran yang memudahkan kita sebagai customer untuk berbelanja, apalagi sekarang sudah di lengkapi fitur cod. Bagi saya aplikasi shopee sangat membantu dan menjadi solusi bagi saya untuk berbelanja tanpa perlu keluar rumah. Dan juga saya dapat membeli kebutuhan yang saya inginkan". [55]

Kemudahan dan berbagai program aplikator yang memanjakan penggunanya jadi alasan utama untuk menggunakan Shopee sebagai

[54] Diana, wawancara oleh penulis, 12 Januari 2021

[55] Firda, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tempat belanja ketika masa pandemi saat ini. Berbagai program seperti voucher diskon, kemudahan transaksi, hingga pengiriman menjadi andalan. Bagi Firda hal tersebut dapat memudahkan memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan seperti produk kecantikan akan lebih sering dibeli di aplikasi shopee dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara berikut.

> "Kalau saya di shopee jarang belanja sih mau itu sebelum adanya pendemi sama sesudah adanya pendemi. Tapi kadang skinker beli nya lewat shopee karena harga nya juga terjangkau."[56]

Selvi Ainul Inayah Mahasiswi Manajemen Semester 7 berasal dari Kota Lamongan. Selvi menggunakan aplikasi shopee sejak tahun 2019, menurut selvi shopee menjadi solusi untuk tetap berberlanja dalam aspek new normal karena dia sebagai pengguna merasa di mudahkan. Berikut pernyataan Selvi:

> "Saya pakai aplikasi shopee sejak tahun 2019, menurutku aplikasi shopee ini sangat banyak modelnya yang menarik. Beberapa waktu lalu saya sempat belanja 3 kali dalam jangka waktu 2 bulan. Dalam era new normal ini tidak seberapa mempengaruhi tingkat belanja saya karena saya kalau berbelanja itu juga tergantung mood. Kalau ingin beli ya beli kalau lagi tidak pengen beli ya tidak beli".[57]

Selvi dapat berbelanja tiga kali dalam rentang waktu dua bulan di aplikasi Shopee. Banyaknya pilihan model barang yang menarik menjadi daya tarik tersendiri bagi Selvi untuk terus memesan kembali di aplikasi Shopee. Masa paandemi barang tentu kebutuhan juga harus mengikuti,

[56] Firda, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021
[57] Selvi, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam memenuhi kebutuhan tersebut Selvi mengandalkan aplikasi Shopee untuk berbelanja. Kebutuhan tersebut antara lain seperti masker dan kebutuhan pakaian. Jaminan aman dalam pelayanan menjadikan Selvi senang berbelanja di Shopee. Paparan diatas disampaikan dalam wawancara berikut.

> "Kalau bagi saya belanja di shopee tidak ada perbedaan dengan sebelum pendemi sih mba, karena saya juga belanja tergantung mood. Dalam era new normal ini biasanya beli masker sama pakaian lewat shopee dan di shopee juga pelayanan nya sudah terjamin aman".[58]

Dari beberapa paparan diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan yang ditawarkan oleh belanja online aplikasi shopee bagi para pengguna nya sudah menjadikan mahasiswa menjadi mudah untuk melakukan transaksi jual beli serta mudah dalam mendapatkan barang yang mereka inginkan. Barang yang seharusnya bisa mereka dapatkan di pasar ataupun barang yang susah di dapatkan ketika membeli secara offline, masyarakat bisa mendapatkan barang tersebut di aplikasi belanja online shopee, karena banyak pilihan barang yang bisa masyarakat beli. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sekarang sudah mengalami disrupsi dalam hal berbelanja. Di era new normal saat ini, dimana pembatasan akan hal bersosialisasi, menjadikan belanja online sebagai solusi. Barang yang mereka butuhkan sampai barang yang hanya menjadi keinginan dapat dengan mudah masyarakat dapatkan. Bentuk perilaku

[58] Selvi, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumtif sendiri dari apa yang sudah peneliti dapatkan saat turun lapangan dan melakukan wawancara adalah

1. Kosmetik
2. Fashion
3. Kebutuhan sehari-hari

2. Faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di era new normal

Shopee merupakan aplikasi yang bergerak di bidang jual beli online dan dapat diakses dengan mudah melalui smartphone. Shopee menawarkan berbagai kategori produk seperti fashion dan perlengkapan rumah tangga. Shopee menyediakan berbagai fitur yang akan memudahkan penggunanya dalam berbelanja. Salah satunya gratis ongkir. Gratis ongkir merupakan fitur bebas ongkos kirim yang ditawarkan marketplace kepada pembeli saat melakukan pembelian belanja online. Shopee memberikan gratis ongkir dengn syarat dan ketentuan tertentu dalam setiap bulan nya. Selain itu shopee juga menjamin adanya layanan gratis ongkir akan menjadi favorit bagi pembeli, Karena mereka mengganggap dengan adanya gratis ongkir maka uang yang dikeluarkan tidak terlalu banyak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4.3 Gambar voucher gratis ongkir shopee

Seperti yang dikatakan oleh Rina Mahasiswi sosiologi Semester 7. Berikut pemaparan nya:

> "Menurut saya dengan hadirnya gratis ongkir di shopee membuat harga barang jadi lebih murah dari biasanya. Dan pastinya lebih hemat di biaya pengiriman. Selain itu adanya gratis ongkir menjadikan saya sering checkout barang di shopee dan kadang bisa membuat saya khilaf untuk berbelanja".[59]

Sama halnya dengan yang dikatakan oleh Reva Mahasiswi Sosiologi, bahwa dengan banyaknya program yang ditawarkan di aplikasi shopee, yang sering ia gunakan yakni program gratis ongkir dan flash sale. Hal yang menjadikan Reva menggunakan program tersebut salah satunya adalah meringankan dia dalam hal pembayaran karena adanya gratis ongkos kirim. Seperti yang dijelaskan sebagai berikut:

> "Aku udah tau dari dulu sih kalau di shopee ada banyak berbagai program yang ditawarkan salah satunya seperti flashsale maupun gratis ongkir. Aku juga sering pakai program tersebut setiap berbelanja di shopee,

[59] Rina, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena menurutku enak aja bisa meringankan saat pembayaran dan ada gratis ongkir kirim".[60]

Senada dengan pendapat Ditha Mahasiswi Akuntansi Semester 5, bahwa dengan tersedia nya layanan gratis ongkir di shopee maka Ditha memperoleh harga yang lebih murah dari harga normalnya dan yang pasti tanpa mengeluarkan biaya pengiriman. Berikut pemaparannya:

"Pengguna shopee pastinya tau ya mbak program gratis ongkir dan flash sale, Aku pun sering juga pakai apalagi kalau ada voucher gratis ongkir biasanya bikin khilaf untuk belanja atau beli barang yang aku inginkan. Menurutku saat ada voucher gratis ongkir di shopee bisa memperoleh harga yang lebih murah dari harga normal tanpa bayar ongkir".[61]

Senada dengan yang dikatakn oleh Aisyah Mahasiswi Ilmu Ekonomi Semester 7, bahwa dia mengetahui adanya berbagai program aplikasi shopee seperti flash sale dan gratis ongkir, menurutnya dengan adanya program tersebut sangat bermanfaat bagi dia ketika ingin membeli produk dan barang di shopee, karena dapat mengurangi nominal biaya. Berikut pemaparannya:

"Kalau program gratis ongkir dan flash sale saya ngerti mbak dan menurutku sangat bermanfaat juga untuk aku saya yang suka membeli suatu kebutuhan di shopee apalagi saat melihat iklan produk yang ada diskon nya, saya sering kalap sih biasanya dan sangat membantu apalagi kalau ada voucher gratis ongkir bisa mengurangi nominal biaya".[62]

Seperti yang diungkapkan oleh Subqi Mahasiswa Sosiologi Semester 7, bahwa ia memilih berbelanja di shopee karena menurutnya shopee memiliki banyak fitur yang mana membuat dia sebagai pembeli merasa tertarik untuk berbelanja. Salah satunya yakni ada fitur gratis ongkir dan juga jaminan uang

[60] Reva, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021
[61] Ditha, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021
[62] Aisyah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kembali ketika barang tidak diterima dan hal tersebut membuat dia takut untuk berbelanja online. Berikut ungkapannya:

> "Saya memilih berbelanja di shopee karena shopee mempunyai banyak fitur yang membuat saya sebagai pembeli merasa tertarik untuk berbelanja. Salah satunya fitur gratis ongkir yang sangat membantu meringankan ongkos kirim dan ada jaminan uang kembali saat barang tidak diterima yang membuat saya tidak takut belanja online". [63]

Seperti yang dikatakan oleh Safira Kurnia Mahasiswi Ekonomi Syariah Semester 5, bahwa dia berbelanja berbagai kebutuhan dan keinginan yang dia inginkan kebanyakan di shopee. Alasanya karena shopee sering memberikan banyak penawaran harga yang murah seperti adanya program flash sale dan promo besar-besaran, kadang potongan ongkir atau gratis ongkir jika bayar memakai shopeepay. Selain itu beberapa harga produk kadang lebih murah dibandingkan e-commerce online yang lainnya. Berikut penjelasannya:

> "Kalau program flash sale gratis ongkir shopee aku tau mbak, dan sering juga belanja di shopee karena shopee sering banyak promo besar-besaran apalagi belanja nya pas ada voucher gratis ongkir sih, soalnya ya lumayan gitu bisa mengurangi biaya pengiriman".[64]

Seperti yang dikatakan Firda, Mahasiswi Mazawa Semester 7, bahwa dia mengetahui program flash sale dan gratis ongkir di shopee dan ditha sering berbelanja ketika ada flash sale. Karena saat ada flash sale harga barang jadi lebih murah dari biasanya. Berikut penjelasannya:

> "Saya sih sering berbelanja ketika ada flash sale karena program flash sale shopee kebanyakan harga produk-produk itu jadi lebih murah dari harga biasanya tetapi kalau program gratis ongkir enak di pakai karena sebagai pembeli tidak perlu membayar ongkos kirim"

[63] Subqi, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021
[64] Safira, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagi Selvi Mahasiswi Manajemen Semester 5, bahwa dia mengetahui program gratis ongkir dan flash sale aplikasi shopee. tetapi Selvi sering berbelanja menggunakan spaylater karena kebanyakan selain dengan minimal harga barang atau pembelian 30rb, voucher gratis ongkir di dapatkan dengan metode pembayaran spaylater. Apalagi saat ada flashsale, hampir semua produk yang ditawarkan menjadi murah. Berikut penjelasannya:

> "Kalau aplikasi shopee saya banyak tau program nya mbak, selain program gratis ongkir dan flashsale, di shopee juga ada program spaylater, kalau pakai spaylater saya bisa checkout barang yang kita inginkan dengan sistem cicil yang dibayar pada bulan selanjutnya. Kebanyakan gratis ongkir yang disediakan itu pakai metode pembayaran spaylater atau shopeepay. Apalagi saat flash sale, hampir semua produk yang ditawarkan menjadi sangat murah harganya".[65]

Di zaman yang sudah canggih ini, semua berlomba-lomba untuk memberikan penawaran yang menarik termasuk para e-commerce online seperti shopee, lazada, tokopedia, dan e-commerce online lainnya. Shopee memberikan ada banyak penawaran seperti cashback dan promo gratis ongkir. Bukan hanya itu saja, shopee juga menyediakan fitur yang bisa digunakan oleh para pengguna yakni fitur pembayaran melalui shopeepay. Shopeepay yakni fitur yang disediakan oleh aplikasi shopee berupa uang elektronik yang bisa digunakan untuk melakukan pembayaran ketika berbelanja di shopee. selain shopeepay, fitur yang lain yakni SPayLater, dimana SPayLater ini merupakan fasilitas pinjaman yang diberikan kepada pengguna shopee agar bisa membayar suatu barang menggunakan system cicilan ataupun pembayaran pada bulan berikutnya, sesuai dengan limit

[65] Selvi, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

transaksi yang diberikan oleh pihak shopee. Cara untuk mendapatkan program tersebut yakni sudah dipastikan pemakaian akun shopee diatas 3 bulan dan akun tersebut di pastikan sudah terverifikasi mulai dari email, nomer hp, verifikasi KTP, rutin melakukan transaksi belanja di shopee. Maka hal tersebut sudah dapat dipastikan membuat semua orang berbagai kalangan tergiur untuk menggunakan fitur SPayLater dengan membeli suatu barang atau produk yang mereka inginkan tanpa batas.

Berbeda dengan yang dikatakan oleh Husainatul Jazilah Mahasiswi Sosiologi Semester 7, bahwa dia sering menggunakan berbagai program di aplikasi shopee. Dan yang paling sering ia gunakan yakni flash sale karena dengan adanya flash sale harga barang yang ditawarkan bisa sampai potongan 50%. Berikut penjelasannya:

> "Menurutku dengan adanya berbagai program di aplikasi shopee yang aku ketahui dan sering aku gunakan juga seperti gratis ongkir dan flash sale. Tetapi lebih sering belanja pada saat flash sale sih karena biasanya kalau ada flash sale harga barang yang diberikan bisa sampai potongan 50%".[66]

Diana Mahasiswi Ilmu Politik, bahwa dia menggunakan voucher gratis ongkir ketika dia ingin berbelanja saja karena baginya dengan adanya voucher gratis ongkir dapat menghemat biaya yang dikeluarkan untuk berbelanja tanpa membayar ongkir, biasanya dengan ketentuan harga barang minimal 30rb. Berikut paparannya:

> "Kalau soal program flash sale atau gratis ongkir di shopee sih udah tau ya dan sering juga pakai kalau pas lagi ingin belanja dan shopee

[66] Husainatul, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> memberikan voucher gratis ongkir yang biasanya dengan ketentuan harga barang 30rb, lumayan sih bisa menghemat biaya tanpa menanggung ongkir"

Berbeda dengan pendapat Ariva Mahasiswi Hubungan Internasional Semester 5, bahwa dia berbelanja di shopee bukan hanya saat ada program gratis ongkir dan flashsale tetapi dia hampir setiap bulan berbelanja karena dia tidak ingin ketinggalan berbagai fashion dan tren model baju terbaru yang membuatnya sering khilaf untuk berbelanja. Berikut pemaparannya:

> "Kalau untuk program flashsale dan gratis ongkir saya tau sih mbak dan kalau saya berbelanja sering, apalagi dalam era new normal ini hampir tiap sebulan sekali belanja baju di shopee karena kalau tidak beli takut kehabisan baju yang saya inginkan dan sering khilaf juga belanja di shopee, lebih tepatnya untuk kepuasan diri sendiri aja sih dan juga sebagai fashion".[67]

Setelah melakukan proses wawancara dengan beberapa informan untuk menggali data tentang faktor perilaku konsumtif masyarakat saat ini di dominasi oleh kalangan muda seperti pelajar dan mahasiswa, khususnya mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya Fakultas FISIP dan Febi, dimana hal tersebut didasari karena lingkungan yang mendukung memberikan fasilitas. Banyak hal yang bisa mereka akses melalui dunia jejaring, salah satunya yakni belanja online. Di era new normal sekarang terjadi peningkatan belanja online di salah satu e-commerce yaitu aplikasi shopee. shopee memanfaatkan data meningkatnya pengguna online dan minat masyarakat dalam berbelanja online untuk meningkatkan usahanya. Salah

[67] Ariva, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu cara shopee meningkatkan hal tersebut yakni dengan memberikan berbagai layanan yang bisa memudahkan dan memberikan “keuntungan” bagi pembeli. Layanan tersebut bisa berupa gratis ongkir, pemotongan harga yang fantastis atau flash sale tiap bulan nya. Dan juga beberapa layanan program yang lainnya. Layanan-layanan tersebut dapat menstimulasi calon pembeli untuk membeli barang yang mereka inginkan. Seperti yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa, biasanya mereka akan memilih barang di keranjang belanja untuk dibeli dikemudian hari jika pihak shopee memberikan layanan diatas. Jika dianalisa hal tersebut sudah sudah termasuk ke dalam perilaku konsumtif. hal lain yang menjadi faktor perilaku konsumtif mahasiswa adalah soal gaya hidup. Gaya hidup bukan terjadi sehari dua hari melainkan sudah menajdi habit atau kebiasaan individu dan di dukung oleh lingkungan. Di masyarakat modern, gaya hidup sudah menjadi kebutuhan primer yang harus di penuhi, mereka seakan akan berlomba untuk mengkonsumsi fashion dan hal-hal yang tengah berkembang di lingkungan masyarakat. Di sisi lain faktor ekonomi yang mencukupi mendukung gaya hidup yang hedonis. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Febi dan Fisip yakni adanya layanan atau program yang diberikan oleh aplikasi shopee berupa gratis ongkir, flashsale berupa pemotongan harga yang fantastis dan juga gaya hidup.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Dampak Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya di Era New Normal

Masa new normal saat ini mengharuskan masyarakat untuk melakukan segala aktivitas di rumah. kebanyakan dari masyarakat pasti mengalami rasa bosan dan juga jenuh. Salah satu aktivitas yang dapat dilakukan pada saat dirumah yakni melakukan belanja online. Selain itu perkembangan zaman yang semakin pesat serta teknologi yang semakin canggih sehingga masyarakat tidak perlu lagi susah payah mencari berbagai informasi melalui media masa atau media cetak. Akan tetapi adanya internet saat ini telah menjadi kebutuhan primer manusia. Internet telah menjadi bagian hidup manusia mulai dari pendidikan hingga dunia bisnis. Online shop merupakan kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet. Efek dari meningkatnya pengguna internet adalah masyarakat mulai ramai belanja secara online. Selain itu proses keputusan belanja online tidak serumit keputusan pembelian offline. Belanja online lebih mudah serta dapat menghemat waktu dan biaya.

Media pemasaran lewat internet yang efektif tanpa biaya promosi, membuat online shop menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat untuk berbelanja. Namun terdapat dampak yang signifikan dari online shop, dimana harga produk yang ditawarkan biasanya lebih murah dibandingkan harga yang ditawarkan toko offline. Dalam proses jual beli, baik yang dilakukan secara online maupun offline kedua pihak akan mengharapkan kepuasan. Penjual berharap kepuasan dari pembeli atas produk yang dijual,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedangkan pembeli mengharapkan kepuasan dari produk dan layanan yang ditawarkan. Hal tersebut juga terjadi ketika masyarakat membeli secara online di market place seperti shopee. layanan yang ditawarkan shopee diharapkan mampu memberi kepuasan kepada pengguna aplikasi. Seperti kepuasan narasumber mengenai pembelian barang di aplikasi shopee yang mana hal tersebut akan menyebabkan sebuah repeat order atau pengulangan pembelian terhadap suatu barang dan berdampak pada perilaku konsumtif. berikut paparan dari narasumber yang merasa puas belanja di shopee, pertama dari narasumber bernama Reva Ulfa Mahasiswi Sosiologi yang merasa puas saat membeli barang di shopee jika barang yang di beli bagus dan sesuai. selain itu akan mengulang pembelian jika barang yang di dapatkan sesuai dengan ekspetasinya. Seperti yang dijelaskan sebagai berikut.

> "Kalau aku tergantung barang yang di dapet sih, kalau sesuai ekspetasi sangat senang ya, tapi kalau barang ngga sesuai ekspetasi pasti ada rasa kesal dan kecewa juga. Aku ya merasa puas kalau misal barang yang aku beli bagus dan sesuai dengan ekspetasi pasti next time bakal beli lagi".[68]

Senada dengan yang dikatakan oleh Firda Mahasiswi Mazawa, menurutnya merasa puas jika barang yang dibeli sesuai dengan harapan dan juga barang yang ingin dibeli tersebut harganya murah, maka akan berlangganan untuk membeli kembali. Berikut pemaparannya:

> "Gini mbak, kalau aku itu puas ketika barang seng tak beli itu sesuai dengan harapanku apalagi lek harga nya juga murah biasannya sih aku jadiin langganan".[69]

[68] Reva Ulfa, Wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021
[69] Firda, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pernyataan tersebut juga di pertegas oleh beberapa mahasiswi, salah satunya Ditha Permatasari Mahasiswi Akuntansi, bahwa merasa puas atau tidak nya tergantung kondisi barang yang dibeli. Apalabila barang yang dibeli tidak sesuai maka tidak akan melakukan pembelian kembali. Selain itu dengan banyaknya program yang di tawarkan oleh aplikasi shopee membuat nya khilaf untuk berbelanja. Berikut pemaparannya.

> "Perasaan saya setelah belanja di shopee sih puas dan tidak mbak, tergantung kondisi barang yang saya beli, puas jika barang yang sampai itu sesuai ekspetasi, dan tidak puas jika barang yang datang tidak sesuai ekspetasi/ cacat. Dan biasanya kalau barang yang datang tidak sesuai maka saya tidak akan melakukan pembelian ulang di toko tersebut. Dan yang menyebabkan saya puas lagi itu ketika banyak flashsale dan gratis ongkir setiap bulannya bisa-bisa sampai khilaf sih".[70]

Bersama dengan yang dikatakan oleh Subqi Mahasiswi Sosiologi, bahwa terkadang memiliki rasa puas akibat barang yang datang sesuai dengan gambar yang ada pada aplikasi shopee dan juga terkadang kecewa akibat barang yang dikirim tidak sesuai atau berbeda dengan gambar yang ada pada aplikasi shopee. berikut pemaparannya:

> "Terkadang sangat puas karena barang yang datang itu sesuai dengan gambar dan ekspetasi saya, namun terkadang kecewa karena barang yang dikirim tidak sesuai. Tetapi lebih banyakan puasnya sih sejauh saya berbelanja di shopee".[71]

Sama dengan yang dikatakan oleh Safira Kurnia Mahasiswi Ekonomi Syariah, bahwa merasa puas saat berbelanja di shopee karena kebanyakan

[70] Ditha, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021
[71] Subqi, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dibeli sesuai dengan yang diharapkan, dan juga pelayanan dan pengiriman barang di shopee yang tidak terlalu lama. Berikut pendapatnya:

> "Puas karena barang yang diinginkan sesuai dengan yang diharapkan mbak, selain itu pelayanan dan pengiriman di shopee juga tidak terlalu lama menurut saya, apalagi kalau beli barang di toko yang dikelola oleh shopee biasanya pesen hari ini dikirimnya besok gitu mbak".[72]

Seperti yang dikatakan oleh Aisyah Mahasiswi Ilmu Ekonomi, bahwa puas ketika barang yang datang sesuai dan kebiasaan sebelum membeli melihat terlebih dahulu penilaian dari konsumen yang lain, apalagi memberikan penilaian puas terhadap suatu toko maka akan membeli barang yang diinginkan. Berikut pemaparannya:

> "Yang membuat saya puas membeli di shopee itu saat barang yang datang sesuai mbak dan biasanya saya sebelum membeli mesti selalu melihat penilaian dari konsumen lain, kalau misalkan memberikan penilaian puas saat melakukan pembelian pada suatu toko dan kebutulan toko tersebut menawarkan barang seperti yang saya inginkan maka saya akan membelinya".[73]

Seperti yang dikatakan oleh Rina Mahasiswi Sosiologi, bahwa akan sangat puas jika barang yang datang realpict dengan gambar yang di pasang, dan juga kualitas bagus tetapi harganya murah membuatnya untuk langsung checkout barang tersebut. Berikut pemaparannya:

> "Saya sangat puas saat barang yang datang sangat real pict dengan gambar yang di pasang. Apalagi kalau kualitas bagus tapi harganya murah. Atau juga pas lagi ada diskon auto langsung checkout".[74]

Sama halnya dengan pendapat dari Ariva Mahasiswi Hubungan Internasional, bahwa merasa puas karena banyak diskon dan penawaran

[72] Safira, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021
[73] Aisyah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021
[74] Rina, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harga berbagai produk yang serupa serta banyak voucher cashback dan gratis ongkir. Berikut pemaparannya:

> "Saya merasa puas karena Karena banyak diskon dan penawaran harga berbagai produk yang serupa serta banyak voucher cashback dan gratis ongkir".[75]

Berbeda dengan pernyataan Diana Mahasiswi Ilmu Politik, bahwa selain puas terharap pembelanjaan di shopee, menurutnya setiap barang yang dibutuhkan selalu tersedia di shopee dan barang yang datang juga sesuai dengan gambar nya. Berikut pendapatnya:

> "Kalau saya sih puas ya karena hampir semua barang yang saya butuhkan selalu ada di shopee dan sesuai gambar juga".

Berbeda juga dengan yang dikatakan oleh Husainatul Jazilah, bahwa menurutnya bahagia kalau sudah ada niatan belanja dari awal, tetapi kadang juga nyesel kalau tiba tiba buka shopee liat barang bagus terus checkout. Tetapi puas juga karena aplikasi shopee sudah memberikan pelayanan terbaik mulai dari proses pengiriman sampai penerimaan terpantau jelas dan aman. Berikut pendapatnya:

> "Kadang bahagia kalau itu emang udah ada niatan belanja dari awal, tetapi kadang juga nyesel kalau tiba tiba buka shopee liat barang bagus terus checkout. Tetapi saya puas karena aplikasi shopee sudah memberikan pelayanan terbaik mulai dari proses pengiriman sampai penerimaan terpantau jelas dan aman".[76]

Berbeda juga dengan yang dikatakan oleh Selvi Mahasiswi Manajemen, bahwa akan merasa puas apabila dalam suatu toko terdapat seller yang memiliki tingkat respon yang tanggap dan siap melayani

[75] Ariva, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021
[76] Husainatul, wawancara oleh penulis, 28 Januari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komplain komplain pelanggan ketika terjadi ada cacat barang yang membutuhkan pengembalian barang. Berikut pernyataannya:

> "Kalau saya merasa puas jika dalam suatu toko terdapat seller yang memiliki tingkat respon yang tanggap dan siap melayani komplain komplain pelanggan jika terjadi ada cacat barang dsb yang membutuhkan return barang".[77]

Setelah melakukan wawancara dengan beberapa informan untuk menggali data tentang dampak perilaku konsumtif mahasiswa, di dapatkan data bahwa mayoritas mahasiswa yang melakukan transaksi di shopee puas akan layanan serta barang yang di dapat. Faktor kepuasan mahasiswa dalam berbelanja adalah jaminan yang diberikan dan kualitas baik pelayanan maupun barang. Dalam konteks sebab akibat, adanya faktor tersebut memiliki dampak pada kepuasan konsumen, apabila rasa kepuasan tercapai, keinginan untuk membeli barang kembali akan besar. Mahasiswa akan banyak menghabiskan waktu untuk melakukan proses belanja di shopee. Pada tahap lanjut mahasiswa akan lebih boros seiring dengan meningkatnya pembelian produk di shopee, Maka hal tersebut akan memicu perilaku konsumtif dengan membeli barang secara berlebihan. Berkaitan dengan konsep Konsumerisme milik Baudrillard bahwa masyarakat modern tidak lagi melihat nilai guna melainkan nilai tanda.

[77] Selvi, wawancara oleh penulis, 15 Februari 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI DAN FISIP UIN SUNAN AMPEL SURABAYA DI ERA NEW NORMAL DITINJAU DARI TEORI KONSUMERISME JEAN BAUDRILLARD

Penelitian ini menggunakan teori konsumerisme Jean Baudrillard. Baudrillard adalah seorang filsuf postmodern yang mencoba menganalisis masyarakat konsumeris dalam relasinya dengan sistem tanda. Menurutnya, tanda menjadi suatu elemen penting dalam masyarakat konsumeris saat ini. Baudrillard menyatakan bahwa konsumsi yang terjadi sekarang ini telah menjadi konsumsi tanda. Tindakan konsumsi barang dan jasa tidak lagi berdasarkan kegunaannya melainkan lebih mengutamakan pada tanda dan simbol yang melekat pada barang itu sendiri. Masyarakat pun pada akhirnya akan mengkonsumsi citra yang melekat pada barang tersebut (bukan lagi pada kegunaannya) sehingga masyarakat sebagai konsumen tidak pernah merasa puas dan akan memicu terjadinya konsumsi secara terus-menerus, karena kehidupan sehari-hari individu dapat terlihat dari kegiatan konsumsinya, barang dan jasa yang dibeli dan dipakai oleh setiap individu, yang juga didasarkan pada citraan-citraan yang diberikan dari produk tersebut. Hal ini pun dapat mempengaruhi gaya hidup.[78]

Simulasi adalah realitas kedua yang bereferensi pada dirinya sendiri. Simulasi tidak mempunyai relasi dengan dunia realitas. Bahasa dan tanda-tanda dalam simulasi seakan-akan menjadi realitas yang sesungguhnya, ia adalah realitas buatan. Realitas ciptaan simulasi pada tingkat tertentu akan tampak sama nyata bahkan lebih nyata dari realitas sesungguhnya. Simulasi menciptakan

[78] Mutia Hastiti,op.cit FIB UI, 2013, 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

realitas lain diluar realitas faktual. Dalam pengertian ini, simulasi menciptakan realitas baru atau lebih tepatnya realitas imaginer yang dianggap real[79]. Baudrillard menyimpulkan bahwa sekarang era manusia berada pada tingkat reproduksi (fashion, media, publisitas, informasi dan jaringan komunikasi) pada tingkatan yang secara serampangan disebut Marx dengan sector capital yang tidak esensial, artinya dalam ruangan simulacra, kode dan proses capital global ditemukan.

Dalam tatanan ini simulakra dijadikan sebagai cara untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat konsumen atas tanda. Sebagai masyarakat yang terbanjiri oleh citra dan informasi, membuat simulasi dan citra menjadi suatu hal yang paling diminati dan diperhatikan dalam kebudayaan masyarakat pascamodern. Disinilah kenyataan di produksi oleh simulasi merdasarkan model-model (yang tidak memiliki asal usul atau referensi realitas) dan secara artifisial di reproduksi sebagai kenyataan.

Pemikiran Baudrillard tentang hyperreality didasarkan pada beberapa asumsi hubungan manusia dan media. Menurut Baudrillard, media masa kini tidak hanya sebatas perpanjangan badan manusia, tetapi juga merupakan ruang bagi manusia untuk membentuk identitas dirinya. Pandangan-pandangan Mc Luhan tentang global village dewasa ini telah menjelma menjadi yang disebut Baudrillard sebagai hippereal. Perkembangan teknologi dengan microprocessor, memory bank, remote control, telecard, lasec disc,

[79] Bagong Suyanto, *Anatomi dan Teori Perkembangan Sosial*, (Yogyakarta:Aditya Media Publishing,2010), 404

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan internet tidak saja dapat memperpanjang badan atau pusat pada sistem saraf manusia, tetapi lebih fantastis lagi mampu mereproduksi realitas, masa lalu dan nostalgia. Hal itu menciptakan realitas baru dengan citra-citra buatan[80]. Media berhenti menjadi cermin realitas, tetapi justru menjadi realitas itu sendiri atau bahkan lebih nyata dari realitas itu. Disamping itu, penyebaran informasi melalui media juga digalakkan biasanya diikuti dengan promo terkini bagi konsumen. Selanjutnya lingkungan terdekat informan dapat menjadi elemen paling memungkinkan untuk berperilaku konsumtif. Diawali dengan terbiasa melihat orang-orang disekitarnya seperti keluarga dan teman membuat informan sebagai konsumen memiliki pola konsumsi yang sama.

Sama halnya e-commerce shopee, merupakan media belanja online yang saat ini sedang banyak digunakan dan diakses oleh masyarakat, tidak terkecuali mahasiswa, apalagi di era new normal saat ini yang mengharuskan untuk meminimalisir aktivitas diluar salah satunya dalam hal berbelanja untuk memenuhi kebutuhan atau hanya sekedar keinginan akibat ketertarikan dari iklan yang ditawarkan di media sosial, maka hal tersebut menyebabkan terjadinya perubahan perilaku masyarakat terkait transaksi jual beli, masyarakat lebih banyak membeli secara online daripada langsung ke tempat perbelanjaan.

Banyaknya layanan yang ditawarkan oleh Shopee untuk menjadikan mahasiswa agar tertarik belanja di shopee, serta dengan adanya layanan dan

[80] Baudrillard, J.P, *Masyarakat Konsumsi*, (Bantul: Kreasi Wacana,2011),60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jaminan yang diberikan oleh shopee membuat mahasiswa memiliki hasrat untuk membeli. Program seperti flash sale dan gratis ongkir tersebut hampir ada tiap bulan yang membuat mahasiswa mengkonsumsi barang secara berlebih. Mahasiswa bukan lagi mempertimbangkan nilai guna dan rasionalitas dalam membeli barang tersebut.

Hipperealitas disini konsumsi masyarakat secara berlebih seperti halnya mahasiswa membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan fungsi dari barang tersebut yang merupakan satu proses terakhir dalam perilaku konsumtif, banyak faktor yang melatarbelakangi dalam mengkonsumsi barang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setalah peneliti melakukan penelitian dan menganalisnya serta memaparkan ke dalam pembahasan, maka dapat disimpulkan sesuai dengan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Kemudahan yang ditawarkan oleh belanja online aplikasi shopee bagi para pengguna nya sudah menjadikan mahasiswa menjadi mudah untuk melakukan transaksi jual beli serta mudah dalam mendapatkan barang yang mereka inginkan. Barang yang seharusnya bisa mereka dapatkan di pasar ataupun barang yang susah di dapatkan ketika membeli secara offline, masyarakat bisa mendapatkan barang tersebut di aplikasi belanja online shopee, karena banyak pilihan barang yang bisa masyarakat beli. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sekarang sudah mengalami disrupsi dalam hal berbelanja. Di era new normal saat ini, dimana pembatasan akan hal bersosialisasi, menjadikan belanja online sebagai solusi. Barang yang mereka butuhkan sampai barang yang hanya menjadi keinginan dapat dengan mudah masyarakat dapatkan. Bentuk perilaku konsumtif sendiri dari apa yang sudah peneliti dapatkan saat turun lapangan dan melakukan wawancara adalah kosmetik, skincare, fashion, kebutuhan sehari-hari.
2. Faktor perilaku konsumtif masyarakat saat ini di dominasi oleh kalangan muda seperti pelajar dan mahasiswa, khususnya mahasiswa Uin Sunan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ampel Surabaya Fakultas Febi dan Fisip, dimana hal tersebut didasari karena lingkungan yang mendukung memberikan fasilitas. Banyak hal yang bisa mereka akses melalui dunia jejaring, salah satunya yakni belanja online. Di era new normal sekarang terjadi peningkatan belanja online di salah satu e-commerce yaitu aplikasi Shopee. Shopee memanfaatkan data meningkatnya pengguna online dan minat masyarakat dalam berbelanja online untuk meningkatkan usahanya. Salah satu cara Shopee meningkatkan hal tersebut yakni dengan memberikan berbagai layanan yang bisa memudahkan dan memberikan "keuntungan" bagi pembeli. Layanan tersebut bisa berupa gratis ongkir, pemotongan harga yang fantastis atau flash sale tiap bulan nya. Dan juga beberapa layanan program yang lainnya. Layanan-layanan tersebut dapat menstimulasi calon pembeli untuk membeli barang yang mereka inginkan. Seperti yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa, biasanya mereka akan memilih barang di keranjang belanja untuk dibeli dikemudian hari jika pihak Shopee memberikan layanan diatas. Jika dianalisa hal tersebut sudah sudah termasuk ke dalam perilaku konsumtif. Hal lain yang menjadi faktor perilaku konsumtif mahasiswa adalah soal gaya hidup. Gaya hidup bukan terjadi sehari dua hari melainkan sudah menajdi habit atau kebiasaan individu dan di dukung oleh lingkungan. Di masyarakat modern, gaya hidup sudah menjadi kebutuhan primer yang harus di penuhi, mereka seakan akan berlomba untuk mengkonsumsi fashion dan hal-hal yang tengah berkembang di lingkungan masyarakat. Di sisi lain faktor ekonomi yang mencukupi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendukung gaya hidup yang hedonis. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Febi dan Fisip yakni adanya layanan atau program yang diberikan oleh aplikasi Shopee berupa gratis ongkir, flashsale berupa pemotongan harga yang fantastis dan juga gaya hidup.

3. Di dapatkan data bahwa mayoritas mahasiswa yang melakukan transaksi di Shopee puas akan layanan serta barang yang di dapat. Faktor kepuasan mahasiswa dalam berbelanja adalah jaminan yang diberikan dan kualitas baik pelayanan maupun barang. Dalam konteks sebab akibat, adanya faktor tersebut memiliki dampak pada kepuasan konsumen, apabila rasa kepuasan tercapai, keinginan untuk membeli barang kembali akan besar. Mahasiswa akan banyak menghabiskan waktu untuk melakukan proses belanja di Shopee. Pada tahap lanjut mahasiswa akan lebih boros seiring dengan meningkatnya pembelian produk di Shopee, Maka hal tersebut akan memicu perilaku konsumtif dengan membeli barang secara berlebihan. Berkaitan dengan konsep Konsumerisme milik Baudrillard bahwa masyarakat modern tidak lagi melihat nilai guna melainkan nilai tanda.

B. SARAN

Bagi informan penelitian, harus bisa mengontrol perilaku belanja dan bisa berlaku hemat dengan tidak konsumtif. Membeli barang sesuai dengan kebutuhan yang lebih dibutuhkan bukan lagi hanya sekedar keinginan semata selain itu di dalam ajaran agama dianjurkan untuk hidup sederhana dan tidak berlebih-lebihan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Suyanto, Bagong. *Anatomi dan Teori Perkembangan Sosial*, Yogyakarta:Aditya Media Publishing, 2010.

Suyanto Bagong. *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta:Kencana, 2007.

Baudrillard, J.P. *Masyarakat Konsumsi*, Bantul: Kreasi Wacana, 2011.

Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta:PT Rineka Cipta, 2004.

Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Engel. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1995.

Ritzer George dan Douglas J. Goodman. *Teori Sosiologi Modern*, Jakarta: Prenada Media Group, 2007.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2016.

Rasyid,H.F dan Lina. *Perilaku Konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putra*, Jakarta: Psikologika no 4 tahun II, 1997.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2015.

Timothy A, Robbins, Stephen P, Judge. *Perilaku Organisasi Buku 1*, Jakarta : Salemba Empat, 2008.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung:Al-fabeta, 2008.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan (Menopang Imbas Pesan Iklan Televisi)*, Bandung: Alfabeta, 2002.

SKRIPSI

Ainun Faizah, *Pengaruh Kemudahan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Dalam Tinjauan Teori McDonaldisasi George Ritzer)*,Surabaya:UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.

Asyifa Ayu Aksari, *Perilaku Konsumtif dalam membeli barang online shop di kalangan Mahasiswa di Kota Surakarta*, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.

Dyah Sarianti Martha, *Perilaku Konsumtif Mahasiswi Yang Berstatus Sales Promotion Girl (SPG)*,Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2015.

Laela Nur Insani, *Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa*, Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa, 2017.

WEBSITE

Admin Febi, "Latar Pendirian" diakses pada 19 juli 2021 http://febi.uinsby.ac.id/?page_id=819

Bappenas "Hanya 33% Puskesmas Penuhi Syarat Layanan Kesehatan", Di akses 10 November 2020 https://economy.okezone.com/2020/lawan-covid-19-bappenas-hanya-33-puskesmas-penuhi -syarat-layanan-kesehatan.

Google "apa itu e-commerce" Di akses tanggal 19 Juli 2021, www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce.

Google "Pengertian Aplikasi Shopee Dan Cara Mengunduhnya, Di akses tanggal 19 Juli 2021 (advancedbiofuelssummit.com).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Griffith "The New Normal after corona virus" Di akses tanggal 10 November 2020 https://www.ksn.com/news/capitol-bureu/the-new-normal-after-coronavirus/.

Kemenkes RI, "Menuju Adaptasi Kebiasaan Baru" Di akses tanggal 10 November 2020 https://promkes.kemkes.go.id/ menuju adaptasi kebiasaan baru.

Mark Plus dan Co, "Pengertian Perilaku Konsumtif Defenisi Tipe, Indikator, Faktor Gambaran Terhadap Pria Metroseksual," Di akses 1 Januari 2021 http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertianperilaku-konsumtif-definisi.html.

Rektorat UIN Sunan Ampel Surabaya, "*Sejarah UIN Sunan Ampel Surabaya*", Di akses tanggal dalam http://www.uinsby.ac.id/id/184/sejarah.html.

Terjemahan dan Tafsir Quran surah Al-Furqan ayat 67 dalam Bahasa Indonesia (quranweb.id), Di akses 10 November 2020

Wikipedia Ensiklopedia Bebas, "Sejarah Shopee" diakses pada 1 Juli 2021 https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id