

Perilaku Konsumerisme Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2017-2022

Ayu Septiani

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ayuseptianiz000@icloud.com

Abstract. Understanding the philosophy of consumerism has given birth to growth mania and megalomania in people's lives, especially in students. This has implications for two things, namely: the existence of moderate consumption behavior among students or high mass consumptions and wasteful consumption caused by the logical consequences of the development of the consumer movement that cannot catch up with the development of consumer desires and tastes that tend to be excessive and wasteful. Conversely, the desire for greater production in producers is also uncontrollable. Through data analysis that has been done, this study concludes that; 1) Students of the Faculty of Economics and Business UMSU Medan have a relatively high desire to consume, but the students of the Faculty of Economics and Business UMSU Medan can still maintain their achievement index on campus and not a few of them make the campus proud by winning competitions at the provincial, national and international levels. 2) Factors that cause consumptive behavior of students of the Faculty of Economics and Business UMSU Medan come from two factors, namely internal factors and external factors. Internal factors, consisting of; motivation and lifestyle. While external factors consist of; Advertising and self-identification models. 3) Consumptive behavior in students of the Faculty of Economics and Business UMSU Medan can be classified in the group of 'high mass consumptions' because they buy an item with indicators of 'prestige' and 'trend'.

Abstrak. Paham filosofi konsumerisme telah melahirkan growth mania dan megalomania dalam kehidupan masyarakat, terkhusus pada mahasiswa. Hal itu berimplikasi pada dua hal, yakni: adanya perilaku moderate consumption di kalangan mahasiswa atau high mass consumptions dan wasteful consumption yang diakibatkan oleh konsekuensi logis dari perkembangan gerakan konsumen yang tidak dapat mengejar perkembangan hasrat dan selera konsumen yang cenderung berlebihan dan boros. Sebaliknya, hasrat untuk memproduksi yang lebih besar pada produsen juga tidak dapat dikendalikan. Melalui analisa data yang sudah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa; 1) Mahasiswa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki hasrat untuk berkonsumsi yang relatif tinggi, tetapi para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan tetap dapat mempertahankan indeks prestasi mereka di kampus dan tidak sedikit dari mereka mengharumkan nama kampus dengan memenangkan perlombaan pada tingkat provinsi nasional dan tingkat internasional. 2) Faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan berasal dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, terdiri atas; motivasi dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas; Iklan dan model identifikasi diri. 3) Perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan dapat di klasifikasikan dalam kelompok 'high mass consumptions' karena membeli suatu barang dengan indikator 'gengsi' dan 'tren'.

Keywords: Behavior, Consumerism, Student.

Pendahuluan

Perkembangan ilmu dan teknologi tidak dapat dipisahkan dari peradaban umat manusia dan hal tersebut telah mengakibatkan terjadinya berbagai perubahan yang mendasar pada peradaban umat manusia. Ilmu dan teknologi sebagai proses kegiatan sosial sangat dipengaruhi oleh kepentingan dan sistem nilai, sehingga perkembangannya tidak terlepas dari nilai sosio-kultural yang melatarbelakanginya. Oleh karena ilmu dan teknologi yang diawali dari Barat, maka tentu tidak terlepas dari nilai yang ada di dunia Barat yang cenderung bersifat *deterministik-materialistik*. Semboyan yang disampaikan oleh Francis Bacon (1561-1626) yaitu, *knowledge is power* atau ilmu itu sendiri adalah kekuasaan mendapatkan tempat tersendiri dan mempunyai arti dan makna dalam perkembangan ilmu.

Selain Francis Bacon pemikir lain yang pengaruhnya juga sangat besar adalah Descartes *cogito ergo sum* tidak berhenti sampai di situ saja melainkan dilanjutkan dengan bermunculannya berbagai ide pada abad ke-19, yang menurut Schumacher; *pertama*, Ide evolusi, bahwa berbagai bentuk yang tinggi berkembang dari berbagai bentuk yang lebih rendah, sebagai proses alami dan otomatis. Selama kira-kira seratus tahun terakhir ini kita telah melihat bahwa ide ini secara sistematis diterapkan pada segala segi kehidupan tanpa kecuali. *Kedua*, Ide persaingan, seleksi alami dan *the survival of the fittest* (hanya yang terkuat yang dapat hidup) yang mencoba menerangkan proses evolusi dan perkembangan yang wajar dan otomatis. 3) Ide bahwa semua bentuk yang tinggi pada kehidupan manusia seperti agama, filsafat, seni dan sebagainya—apa yang disebut Marx *phantasmagoria* dalam otak--hanyalah tambahan yang diperlukan oleh proses kehidupan material, satu bangunan untuk menutup-menutupi dan memajukan kepentingan ekonomi, karena

seluruh sejarah umat manusia tidak lain dari sejarah perjuangan kelas. *Ketiga*, Ide Freudian, yang menganggap semua bentuk kehidupan manusia ini merupakan getaran gelap bawah sadar dan menerangkan semua itu terutama sebagai akibat dari keinginan di masa kanak-kanak dan awal masa remaja yang tidak terpenuhi. *Keempat*, Ide relativisme, yang menolak segala yang mutlak melarutkan segala norma, nilai dan ukuran. *Kelima*, Ide positivisme, yang semata-mata tertarik pada *know how* dan menolak kemungkinan adanya pengetahuan tentang “makna” dan “tujuan”.¹

Berbagai ide ini telah mendarah daging di dalam tubuh hampir seluruh manusia Barat dan telah melahirkan metafisika yang bersifat materialistik. Warisan abad ke-19 mempengaruhi peradaban, ilmu dan teknologi dalam perjalanan sejarah umat manusia, sehingga telah menciptakan iklim sekularisme di abad modern ini, seperti evolusionisme, rasionalisme, *scientisme*, utilitarianisme, dan hedonisme. Namun apabila dirunut lebih jauh lagi ke belakang berkaitan dengan berbagai ide di atas yang pada kenyataannya tidak muncul begitu saja. Paham yang menekankan kepada kesenangan (*hedonisme*) telah bersembunyi di baliknya sebagai wujud dari etika tertentu, yang menyatakan bahwa yang baik adalah kesenangan atau kekuasaan.

Tokoh pertama yang mengajarkan aliran hedonisme dalam sejarah filsafat Yunani kuno ialah Democritus (400 SM-370SM). Istilah hedonisme berakar dari bahasa Yunani kuno *hedonen* yang berarti kesenangan. Ia memandang kesenangan sebagai tujuan pokok di dalam hidup ini, dan yang dimaksud dengan kesenangan di sini bukan kesenangan fisik melainkan kesenangan sebagai perangsang bagi intelek manusia. Kemudian Aristippus (-395 SM) mengatakan bahwa kesenangan yang merupakan satu-satunya yang ingin dicari manusia, dan yang dimaksud dengan kesenangan di sini adalah yang berkaitan langsung dengan panca indra atau segala sesuatu yang berhubungan dengan hal yang indrawi.²

Kemudian jika kesenangan bersifat individualistik (*egoistic*), maka Epikuros (341-370 SM) telah memperluas makna kesenangan itu. Kesenangan baginya berarti tidak adanya rasa sakit dalam badan dan tidak ada kesulitan jiwa.³ Namun corak kejiwaan di sini lebih menekankan pada menghilangkan kepercayaan yang menimbulkan

¹Ernst Friedrich Schumacher, *A Guide For The Perplexed*, (New York: Harper Perennial, 2015), h. 84.

²Moh. Said, *Etika Masyarakat Indonesia*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 1980), h. 70.

³Said, *Etika Masyarakat Indonesia...*, h. 80.

kerisauan di dalam jiwa seperti soal mati. Oleh karenanya harus diusahakan supaya jiwa jangan terganggu untuk mendapatkan kesenangan maka dari itu di sini kesenangan lebih bercorak psikologis.

Berbeda dengan pandangan Epikuros yang bersifat psikologis, maka pada abad ke-18 etika kesenangan tersebut telah bergeser nilainya. Aliran ini telah dijiwai oleh pemikiran para filsuf modern dengan sebutan utilitarianisme yang berarti kegunaan atau kemanfaatan (*utility*) dikembangkan oleh dua tokoh yaitu Jeremy Bentham (1748-1832) dan J.S. Mill (1806-1873) dengan prinsip dasar *the greatest good for the greatest numbers* atau *the greatest happiness for the greatest numbers*.⁴ Jeremy Bentham menjadikan rasa senang dan sakit sebagai titik tolak pemikirannya dalam konteks nilai kesenangan. Menurutnya sikap etis yang baik adalah menghitung-hitung dengan cermat rasa senang dan jumlah rasa sakit sebagai hasil perbuatan yang kemudian mengurangi jumlah rasa sakit dan rasa senang. Perhitungan ini dinamakan *hedonistic calculus*.

Berlainan dengan Bentham yang lebih menekankan pada sisi kuantitas, maka J.S Mill lebih menekankan pada sisi kualitas. Manusia mempunyai kemampuan lebih tinggi untuk mencapai rasa senang. Kesenangan batin lebih diutamakan daripada lahiriah. Perbuatan yang baik berarti perbuatan yang memberi hasil yang diinginkan.⁵ Gejala ini muncul bersamaan dengan semakin canggihnya ilmu ekonomi dan telah meninggalkan rekan-rekannya sesama ilmu sosial dan kemanusiaan lainnya. Mandirinya ilmu ekonomi ini menumbuhkan benih sistem ekonomi liberalisme yang menekankan pada persaingan bebas (*laissez faire*) dengan mitos pertumbuhan.⁶

Kemudian Marx muncul mengimbangi sistem kapitalisme dengan komunismenya melalui sistem ekonomi sosialis yang didasarkan atas materialisme sejarah dan materialisme dialektis. Ia menyebut ajarannya sosialisme ilmiah dan berambisi untuk menghancurkan kapitalisme dengan mitos revolusi yang senantiasa dikumandangkannya.⁷ Dalam perkembangan sejarah peradaban dunia modern dapat dikatakan sangat dipengaruhi oleh kedua kekuatan itu, baik di bidang politik maupun

⁴Jeremy Bentham, *An Introduction to The Principles of Morals and Legislations*, (Kitchener: Batoche Books, 2000), h. 14.

⁵Said, *Etika Masyarakat Indonesia...*,h. 81.

⁶Herbert W. Scheider, *Adam Smith's Moral and Political Philosophy*, (Henfei Publishing Company, New York, 1948), h. 16.

⁷Robert Downs, *Buku Yang Mengubah Dunia*, (Pembangunan, Jakarta, 1961), h.

ekonomi. Namun dalam perkembangannya kedua kekuatan tersebut ternyata tidak dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh dunia ini. Malahan sebaliknya menjadikan jurang yang ada semakin melebar dan memperuncing konflik yang ada, baik secara regional maupun internasional dan global.

Sehingga berbicara tentang konsumerisme, maka variabel yang berkaitan dengannya adalah variabel ekonomi, oleh karenanya perlu disimak apa yang telah diungkapkan oleh Rostow dalam teorinya tentang tahapan perkembangan ekonomi mengatakan bahwa tahap terakhir pertumbuhan akan lahir tahap konsumsi tinggi (*high mass consumptions*). Pada tahap ini minat dan hasrat masyarakat lebih tertuju kepada masalah yang berhubungan dengan konsumsi dan kesejahteraan. Pada tahap ini terdapat tiga tujuan masyarakat yang saling bersaing untuk memperoleh sumber daya yang tersedia dengan dukungan politik.⁸

Meningkatnya hasrat untuk berkonsumsi tinggi itu telah membawa kepada satu bentuk *wasteful consumption* atau konsumsi yang bersifat memboroskan yang pada keadaan yang demikian itu membawa *the use of economic goods in a way considered to yield less than maximum social satisfaction*. Berkaitan dengan selera konsumsi yang cenderung berlebihan ini banyak diulas oleh Thorstein Veblen di dalam bukunya yang diberi judul *The Theory of The Leisure Class* dan Stuart Chase dalam bukunya yang berjudul *The Tragedy of Waste*.⁹ Selain itu juga Alquran telah berbicara tentang perilaku *wasteful consumption* yang termaktub dalam Q.S Al-Isra' [17] ayat 26-27.

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ أَمْوَالَكَ تَبْذِيرًا ۖ إِنَّ
الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۖ

Artinya: dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan

⁸Ada pun ketiga tujuan tersebut meliputi; 1) Memperbesar pengaruh dan kekuasaan ke luar negeri yang cenderung kepada penaklukan atas negara lain. 2) Mempertinggi tingkat konsumsi di atas konsumsi utama yang sederhana atas makanan, pakaian, dan perumahan ke arah barang konsumsi yang awet dan mewah. 3) Menciptakan negara sejahtera dengan distribusi kemakmuran yang lebih merata melalui sistem perpajakan progresif. Komaruddin, *Pengantar Untuk Memahami Pembangunan*, (Bandung: Angkasa, 1985), h. 111.

⁹K.J. Veeger, *Realitas Sosial : Refleksi Filsafat Sosial Atas Hubungan Individu-Masyarakat Dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi*, (Jakarta: Gramedia, 1990), h. 105-107.

*dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*¹⁰ (Al-Isra'/17:26-27)

Dengan demikian konsumerisme memiliki kecenderungan yang kompleks; ia tidak hanya menjadi gejala yang bersifat ekonomis belaka, melainkan telah berkembang menjadi gejala yang bersifat psikologis dan sosiologis. Kendatipun pada awal kelahirannya gerakan ini lebih menekankan pada aspek perlindungan dan pendidikan yang diwujudkan dalam bentuk lembaga konsumen, yang misinya menjembatani berbagai pihak yang berkepentingan seperti produsen dan konsumen. Namun perkembangan yang dicapai oleh gerakan konsumen tidak dapat mengejar perkembangan hasrat dan selera konsumen yang cenderung berlebihan dan boros. Sebaliknya, hasrat untuk memproduksi yang lebih besar pada produsen juga tidak dapat dikendalikan. Berkaitan dengan hubungan konsumsi dan produksi ini tepat sekali apa yang dinyatakan oleh Adam Smith, *consumption is the sole end purpose of all production.*¹¹

Sebagaimana yang dikatakan Toffler bahwa negara dunia ketiga sebagian berada pada gelombang kedua, walaupun belum sepenuhnya ciri khas gelombang ini adalah manusia telah mulai menguasai dan menaklukkan alam, digunakannya sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui sebagai energi, berbagai mesin-mesin raksasa bermunculan untuk menggantikan otot-otot manusia.¹² Cara memproduksi telah berubah menjadi bersifat massal dan besar, sehingga terjadi jurang pemisah antara produsen dan konsumen secara tajam dan pola perdagangan juga telah berubah bentuk menjadi penajahan ekonomi, yang karenanya muncullah *growth mania* dan *megalomania*. Masyarakat

¹⁰Kementrian Agama RI. *Alquran Tajwid dan terjemahan Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Shahih*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2016).

¹¹Douglas Greenwald, *Encyclopedia of Economic*, (New York: McGraw Hill Book Company, 1982), h. 95.

¹²Alvin Toffler di dalam bukunya *The Third Wave*, bahwa sejarah perkembangan peradaban manusia mengalami tiga gelombang peradaban, yaitu gelombang pertama 8000 BC-1700, gelombang kedua 1700-1970, dan gelombang ketiga 1970-2000. Manusia modern ditandai dengan munculnya gelombang kedua, yaitu revolusi industri dan dilanjutkan dengan gelombang ketiga. Sungguhpun demikian pada kenyataannya terlihat bahwa ketiga gelombang tersebut masih ada bersama-sama dewasa ini, apalagi di negara dunia ketiga. Alvin Toffler, *The Third Wave; The Controversial New Perspective on Tomorrow From The Author of Future Shock*, (London: Pan Books, 1981), h. 39.

telah terkotak-kotak, jurang yang kaya dan yang miskin semakin melebar.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki visi menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang unggul dalam pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan sumber daya manusia yang profesional, berjiwa enterprenuership, berdaya saing internasional berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah. Selain itu satu di antara misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan ialah menyelenggarakan pengabdian masyarakat dibidang ilmu ekonomi dan bisnis yang berbasis riset dan informasi berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyaan. Sehingga Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan bertujuan menghasilkan lulusan yang profesional, kreatif, inovatif, mandiri dan bertanggung jawab yang berdaya saing internasional. Oleh karenanya terdapat tanggung jawab moral dalam diri mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan untuk terhindar dari perilaku-perilaku *high mass consumptions* dan *wasteful consumption* yang tidak sesuai dengan ajaran agama Islam serta dapat memperluas jurang stratifikasi sosial dalam masyarakat.

Dengan demikian melalui keberadaan paham filosofi konsumerisme yang telah melahirkan *growth mania* dan *megalomania* dalam kehidupan masyarakat, terkhususnya mahasiswa. Oleh karenanya hal tersebut berimplikasi pada dua hal, yakni: adanya perilaku *moderate consumption* dikalangan mahasiwa atau *high mass consumptions* dan *wasteful consumption* yang diakibatkan oleh konsekuensi logis dari perkembangan gerakan konsumen yang tidak dapat mengejar perkembangan hasrat dan selera konsumen yang cenderung berlebihan dan boros. Sebaliknya, hasrat untuk memproduksi yang lebih besar pada produsen juga tidak dapat dikendalikan. Sehingga berdasarkan latar belakang permasalahan ini, sekiranya perlu melakukan penelitian mengenai perilaku konsumerisme pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah tahun 2017-2022.

Isi/ Pembahasan

Keadaan Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Masa remaja termasuk mahasiswa merupakan masa transisi, sehingga tidak sedikit dari mereka melakukan suatu tindakan yang menyimpang. Berdasarkan tingkatannya, penyimpangan tersebut sebagai berikut:¹³

¹³Abdur Rohman, "Budaya Konsumerisme...", h. 242.

1. Taraf wajar, berdasarkan ciri-ciri masa remaja,
2. Taraf menengah, yang menunjukkan bahwa seorang merasa terganggu, sehingga dia melakukan penyimpangan
3. Taraf kuat, yang meliputi penyimpangan pasif dan penyimpangan agresif. Penyimpangan pasif merupakan bentuk tingkah laku yang menunjukkan kecenderungan putus asa dan merasa tidak aman, sehingga menarik diri dari kegiatan serta takut memperlihatkan usahanya. Penyimpangan agresif merupakan bentuk tingkah laku sosial yang menunjukkan kecenderungan merusak, melanggar peraturan, dan menyerang.

Dengan demikian, remaja memiliki potensi besar untuk melakukan tindakan menyimpang. Salah satu perilaku menyimpang yang kebanyakan dilakukan para remaja adalah membeli sesuatu yang bukan lagi sekadar untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi lebih cenderung membicarakan masalah eksistensi diri, yang biasa disebut sebagai perilaku konsumtif. Hal ini hampir melanda semua kalangan, baik di sekolah/kampus maupun di dalam masyarakat. Budaya konsumen kontemporer dicirikan dengan adanya peningkatan gaya hidup.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan tidak lepas dari keinginan untuk mengaktualisasikan dirinya melalui gaya hidup yang mereka pilih. Mereka mengkonsumsi barang kurang penting. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan menunjukkan bahwa ada sebagian mahasiswa yang suka berbelanja, dan ada perbedaan tingkat konsumsi mahasiswa dan mahasiswi.

Tentu budaya konsumtif di kalangan mahasiswa terbentuk karena adanya keadaan yang mendukung, seperti pendapatan orang tua dan kekayaan lain yang dimiliki keluarganya. Adapun melalui pengumpulan data yang telah dilakukan penulis di dapat bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki orang tua yang berpendapatan sebesar Rp. 6.000.000 - Rp. 8.000.000 dan sebagiannya lagi memiliki orang tua yang berpendapatan Rp. 8.000.000 - Rp. 10.000.000 serta ada beberapa mahasiswa yang memiliki orang tua yang berpendapatan sebesar < Rp. 10.000.000 dan hanya sedikit yang memiliki orang tua dengan pendapatan < Rp. 3.000.000.

Melalui pendapatan rata-rata menengah ke atas, membuat sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki kendaraan sepeda motor sendiri sebagai kendaraan ke kampus dan ada beberapa yang menggunakan mobil pribadi sebagai

kendaraannya ke kampus. Adapun yang tidak menggunakan kendaraan pribadi untuk ke kampus karena mereka memiliki kost yang dekat lingkungan kampus UMSU. Selain itu seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki handphone dan laptop sebagai alat kebutuhan untuk komunikasi dan perkuliahan, namun tidak jarang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki handphone dan laptop lebih dari 1 (satu) buah, sebab dalam pengakuan para informan sebagian besar dari mereka memiliki 2 atau lebih handphone yang digunakan sesuai dengan kebutuhannya, seperti 1 buah untuk kebutuhan komunikasi dan 1 buahnya lagi untuk kebutuhan bermain game dan menonton. Begitu juga kepemilikan laptop yang lebih dari 1 (satu) buah.

Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan yang kost, mereka memiliki uang bulanan yang relatif tinggi, rata-rata mereka mendapatkan uang bulanan dari orang tua sekitar Rp. 800.000 – Rp. 2.000.000. Sedangkan mahasiswa yang tinggal bersama orang tua, mereka mendapatkan uang saku sekitar Rp.500.000 – Rp. 800.000 per minggunya. Sehingga dengan keadaan ekonomi yang cukup mapan tersebut tidak jarang pada saat selesai perkuliahan terkadang mereka menyempatkan diri berkumpul dengan teman-teman di cafe, sedangkan saat hari libur mereka menghabiskan waktu di pusat perbelanjaan dan tempat wisata. Namun tidak secara keseluruhan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan melakukan hal yang demikian, ada sebagian kecil dari mereka yang saat hari libur mencari uang sampingan dengan bekerja sebagai ojek online dan guru privat bagi siswa SD, SMP, dan SMA demi untuk memenuhi kebutuhan bulanan mereka.

Dengan demikian terdapat keadaan dengan hasrat untuk berkonsumsi yang relatif tinggi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan, selayaknya yang terjadi pada masyarakat pada umumnya. Kendatipun memiliki hasrat untuk berkonsumsi yang relatif tinggi, para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan tetap dapat mempertahankan indeks prestasi mereka di kampus dan tidak sedikit dari mereka mengharumkan nama kampus dengan mengikuti berbagai perlombaan tingkat provinsi nasional dan tingkat internasional. Seperti pada tahun 2021, Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU sukses meraih Juara International Accounting and Auditing Competition di Universiti Teknologi MARA (UiTM), Malaysia.¹⁴

¹⁴Lihat pada <https://umsu.ac.id/feb-umsu-apresiasi-mahasiswa-berprestasi/>

Pada tahun yang sama Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU, berhasil menoreh prestasi dalam ajang Spain Masters 2021 dan berhasil memenangkan medali emas pada ajang Spain Masters 2021, di Federaci3n Espa1ola de B3dminton, Huelva, Spanyol.¹⁵ Kemudian di tahun 2023, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta anggota Unit kegiatan mahasiswa UMSU ini turun di nomor Kumite=84 U 21 di bawah bendera INKAI berhasil meraih medali perak dalam ajang South East Asia Federation Karate Federation Champhionships (SEAKAF) 2023 di Manila, Filipina.¹⁶

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menurut Estetika bahwa faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif terbagi atas:¹⁷

1. Faktor Internal
 - a. Konsep diri, yaitu dalam membeli barang disesuaikan dengan penilaian diri sendiri.
 - b. Gaya hidup, yaitu dalam membeli barang selalu mengikuti perkembangan zaman.
2. Faktor eksternal yang menyebabkan perilaku konsumtif adalah kelompok referensi.

Sedangkan menurut Sumartono menjelaskan bahwa hal yang menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif yaitu oleh faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal terdiri atas motivasi, harga diri, pengamatan dan proses belajar, konsep diri dan kepribadian, serta gaya hidup. Sementara faktor eksternal terdiri atas kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga dan demografi.¹⁸ Menurut Mujahidah bahwa faktor penyebab perilaku konsumtif yaitu ketidakmampuan individu dalam mengelola hasrat dan godaan untuk

¹⁵Lihat pada <https://umsu.ac.id/mahasiswa-umsu-ukir-prestasi-di-spanyol/>

¹⁶Lihat pada <https://kaldera.id/news/medan/57015/karateka-umsu-sabet-perak-seakaf-di-manila/>

¹⁷Mia Estetika, *Analisis FaktorFaktor yang Mepengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS*. Skripsi. (Pontianak: Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan, 2017), h. 9-10.

¹⁸Annisa Adzkiya, *Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017*. Skripsi, (Jakarta: Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, 2018), h. 12.

belanja, dimana individu yang melakukan perilaku konsumtif cenderung sulit mengontrol diri untuk tidak berbelanja sehingga selalu timbul keinginan dalam diri untuk belanja ketika melihat suatu barang.¹⁹

Adapun menurut Nurul Afifah bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan disebabkan oleh motivasi diri yang dimana individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa dipengaruhi oleh adanya dorongan dari dalam dirinya untuk bisa memiliki dan menggunakan barang/jasa yang diinginkannya.²⁰ Sedangkan menurut Sylmi Elfairuz, perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan lebih cenderung disebabkan oleh faktor gaya hidup yang dimana individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa untuk memenuhi pola kehidupan agar tidak ketinggalan zaman.²¹

Selaras dengan pandangan Sylmi Elfaruz, Riska Ramadani mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan disebabkan oleh individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa karena terpengaruh oleh sosok yang diidolakan atau dikagumi sehingga menjadikan idolanya sebagai *role mode* dalam keseharian seperti mengikuti gaya hidup atau barang yang dimiliki oleh idolanya.²²

Menurut Anggreini & Mariyanti, individu yang membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan prioritas cenderung akan melakukan perilaku konsumtif seperti membeli barang karena melihat merek, membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan, membeli barang untuk menjaga penampilan dan gengsi, membeli karena adanya potongan harga, membeli karena adanya bonus, serta membeli barang karena bentuk yang menarik dan warna yang disukai.²³

Melalui pendapat dan pandangan para informan dan penelitian terdahulu di atas, dapat diidentifikasi bahwa faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan berasal dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

¹⁹A. Noorah Mujahidah, *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penangannya (Studi Kasus Pada Peserta Didik di SMK Negeri 8 Makassar*, Skripsi, (Makassar: Psikologi Pendidikan dan Bimbingan Fakultas Ilmu Pendidikan UNM, 2020), h. 3.

²⁰Wawancara dengan informan Nurul Afifah pada 1 Mei 2023.

²¹Wawancara dengan informan Sylmi Elfairuz pada 2 Mei 2023.

²²Wawancara dengan informan Riska Ramadani pada 3 Mei 2023.

²³Ririn Anggreini & Sulis Mariyanti, "Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul," *Jurnal Psikologi*, Vol. 12. No. 1, h. 37-38.

Faktor internal, terdiri atas; motivasi dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas; Iklan dan model identifikasi diri. Sedangkan indikator perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan yaitu membeli barang karena mengejar hadiah, membeli barang karena kemasan yang menarik, membeli barang untuk menjaga penampilan diri dari gengsi, membeli barang atas dasar pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat maupun kegunaan), membeli barang untuk menjaga simbol status, menggunakan barang karena unsur konformitas terhadap model yang mempromosikannya, serta munculnya penilaian bahwa ketika membeli barang yang mahal maka akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Tinjauan Kritis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Perkembangan budaya konsumen tidak hanya telah mempengaruhi cara-cara masyarakat mengekspresikan estetika dan gaya hidup, namun juga kehidupan mahasiswa. Oleh karenanya jika dalam kehidupan mahasiswa, telah terjadi perubahan mendasar berkaitan dengan cara-cara orang mengekspresikan diri dalam gaya hidupnya. David Chaney mengemukakan bahwa gaya hidup telah menjadi ciri dalam dunia modem, sehingga masyarakat modem akan menggunakan gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri dan orang lain.²⁴

Definisi *lifestyle* (gaya hidup) saat ini menjadi semakin kabur. Namun dalam kaitannya dengan budaya konsumen, istilah tersebut dikonotasikan dengan individualitas, ekspresi diri serta kesadaran diri yang *stylistil*: Tubuh, busana, gaya pembicaraan, aktifitas rekreasi, adalah beberapa indikator dari individualitas selera konsumen. Chaney memberikan definisi gaya hidup sebagai “pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari dunia modern. Gaya hidup adalah seperangkat praktek dan sikap yang masuk akal dalam konteks waktu.”²⁵

Gaya hidup dapat diartikan sebagai salah satu bentuk budaya konsumen. Hal tersebut dikarenakan gaya hidup seseorang hanya dilihat dari apa-apa yang dikonsumsinya, baik konsumsi barang atau jasa. Secara literal, konsumsi berarti pemakaian komoditas untuk memuaskan kebutuhan dan hasrat. Konsumsi tidak hanya mencakup kegiatan membeli sejumlah barang (materi), dari televisi hingga mobil, tetapi juga mengkonsumsi jasa, seperti pergi ke tempat hiburan dan berbagai

²⁴David Chaney, *Key Ideas: Lifestyles*, (London: routledge, 1996), h. 3.

²⁵Chaney, *Key Ideas...*, h. 5.

pengalaman sosial. Secara tradisional, konsumsi merupakan proses materi yang berakar pada kebutuhan biologis manusia. Naniun konsumsi juga dianggap sebagai proses ideal yang berakar dalam simbol-simbol, tanda-tanda dan kode-kode yang berhubungan dengan nilai moral.

Dalam masyarakat konsumen, orang-orang mengenali dirinya dalam komoditi mereka, mereka menemukan jiwa mereka dalam mobil, perangkat WiFi, rumah, perabotan, dsb. Suatu mekanisme yang mengikat individu kepada masyarakatnya telah berubah, dan kontrol-kontrol sosial dilabuhkan pada kebutuhan-kebutuhan baru yang diproduksinya. Gaya hidup juga dihubungkan dengan status kelas sosial ekonomi.²⁶ Hal tersebut karena pola-pola konsumsi dalam gaya hidup seseorang melibatkan dimensi simbolik, tidak hanya berkenaan dengan kebutuhan hidup yang mendasar secara biologis. Simbolisasi dalam konsumsi masyarakat modem saat ini mengkonstruksi identitasnya, sehingga gaya hidup bisa mencitrakan keberadaan seseorang pada suatu status sosial tertentu.

Konstruksi identitas diri melalui konsumsi banyak dilakukan oleh masyarakat perkotaan. Masyarakat perkotaan khususnya meningkatkan “*awareness*” akan gaya, untuk berkonsuinsi dalam suatu kode yang berbeda dari kelompok sosial tertentu, dan yang mengeskpresikan preferensi individu. Masyarakat perkotaan melakukan konsumsi dengan maksud mengartikulasikan identitasnya agar diperhitungkan yang sudah tentu melekat pada diri mahasiswa sebagai konsekuensi logis mereka adalah bagian dari masyarakat kota.

Sehingga untuk menanggapi merebaknya konsumerisme dalam kehidupan masyarakat dan mahasiswa, maka penulis menyajikan beberapa contoh sikap mahasiswa yang dapat dilakukan demi menghadapi dampak negatif dari konsumerisme misalnya;

1. Menanamkan dan mengamalkan nilai-nilai Pancasila dengan sebaik-baiknya terutama dengan memperkuat keiinanan kita terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Hal ini dapat dilakukan untuk menanggulangi dampak psikologis bagi yang tidak dapat memenuhi kebutuhan artifisialnya.
2. Menanamkan dan melaksanakan ajaran agama dengan sebaik-baiknya.
3. Belajar tekun agar menjadi manusia yang berguna dan dapat membedakan perilaku yang benar dan salah.

²⁶Peter N. Stearns, *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*, (London: Routledge, 2001), h. 13-37.

4. Menumbuhkan semangat nasionalisme yang tangguh, misal semangat mencintai produk dalam negeri.
5. Mempertimbangkan setiap perbuatan agar tidak merugikan diri sendiri dan orang lain.
6. Menggunakan waktu dengan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat.
7. Selektif terhadap pengaruh konsumerisme di bidang politik, ideologi, ekonomi, sosial budaya bangsa.

Sikap-sikap di atas sangat perlu tertanam di dalam diri mahasiswa, sebab mahasiswa adalah salah satu elemen perubahan sosial, sebagaimana “makna penting peranan mahasiswa dalam masyarakat yaitu sebagai *Agent of Change*, *Social Control* dan *Iron Stock*”.²⁷ Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Ananda, terdapat 4 peran mahasiswa yakni: *Agent of Change* (Generasi Perubahan); *Social Control* (Generasi Pengontrol); *Iron Stock* (Generasi Penerus); *Moral Force* (Gerakan Moral).²⁸ Kemudian Nahrowi menambahkan terdapat 2 peran lain yang dimiliki mahasiswa, yakni peran mahasiswa sebagai *Political Control*, dan *Guardian of Value*. Peran mahasiswa sebagai *political control* adalah sebagai pengontrol dan pengawas setiap kebijakan pemerintah. Peran mahasiswa sebagai *Guardian of Value* berarti mahasiswa sebagai penjaga nilai-nilai luhur bangsa.²⁹ Kendatipun konsumerisme merupakan suatu proses yang tak terelakkan; tidak mungkin mengabaikan serta menghentikan proses tersebut. Namun paling tidak mahasiswa dapat meminimalisir dampak negatif konsumerisme yang bisa mempengaruhi tingkah laku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis laksanakan mengenai perilaku konsumerisme pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2017-2022, penulis menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki hasrat untuk berkonsumsi yang relatif tinggi, selayaknya yang terjadi pada masyarakat pada umumnya. Kendatipun memiliki hasrat untuk berkonsumsi yang relatif tinggi, para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan tetap dapat mempertahankan indeks prestasi mereka di kampus dan tidak sedikit dari mereka mengharumkan nama kampus dengan

²⁷ Istichomaharani & Habibah, “Mewujudkan Peran Mahasiswa...”, h. 2-7.

²⁸ Ananda, “Optimalisasi Peran Fungsi Mahasiswa...”, h. 1-6.

²⁹ Nahrowi & Yulianto, *Peran Strategis Mahasiswa...*, h. 1-10.

- memenangkan perlombaan tingkat provinsi nasional dan tingkat internasional.
2. Faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan berasal dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, terdiri atas; motivasi dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas; Iklan dan model identifikasi diri. Sedangkan indikator perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan yaitu membeli barang karena mengejar hadiah, membeli barang karena kemasan yang menarik, membeli barang untuk menjaga penampilan diri dari gengsi, membeli barang atas dasar pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat maupun kegunaan), membeli barang untuk menjaga simbol status, menggunakan barang karena unsur konformitas terhadap model yang mempromosikannya, serta munculnya penilaian bahwa ketika membeli barang yang mahal maka akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
 3. Perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan dapat di klasifikasikan dalam kelompok 'high mass consumptions' karena membeli suatu barang dengan indikator 'gengsi' dan 'tren'.

Referensi

- A. Noorah Mujahidah, Analisis Perilaku Konsumtif dan Penangannya (Studi Kasus Pada Peserta Didik di SMK Negeri 8 Makassar, Skripsi, (Makassar: Psikologi Pendidikan dan Bimbingan Fakultas Ilmu Pendidikan UNM, 2020)
- Alvin Toffler, *The Third Wave; The Controversial New Perspective on Tomorrow From The Author of Future Shock*, (London: Pan Books, 1981)
- Annisa Adzkiya, Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017. Skripsi, (Jakarta: Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah, 2018)
- David Chaney, *Key Ideas: Lifestyles*, (London: routledge, 1996)
- Douglas Greenwald, *Encyclopedia of Economic*, (New York: McGraw Hill Book Company, 1982)
- Ernst Friedrich Schumacher, *A Guide For The Perplexed*, (New York: Harper Perennial, 2015)

- Herbert W. Scheider, *Adam Smith's Moral and Political Philosophy*, (Henfei Publishing Company, New York, 1948)
- Jeremy Bentham, *An Introduction to The Principles of Morals and Legislations*, (Kitchener: Batoche Books, 2000)
- K.J. Veeger, *Realitas Sosial : Refleksi Filsafat Sosial Atas Hubungan Individu-Masyarakat Dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi*, (Jakarta: Gramedia, 1990)
- Kementrian Agama RI. *Alquran Tajwid dan terjemahan Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadits Shahih*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2016).
- Komaruddin, *Pengantar Untuk Memahami Pembangunan*, (Bandung: Angkasa, 1985)
- Mia Estetika, *Analisis FaktorFaktor yang Mepengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS. Skripsi*. (Pontianak: Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan, 2017)
- Moh. Said, *Etika Masyarakat Indonesia*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 1980)
- Peter N. Stearns, *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*, (London: Routledge, 2001)
- Ririn Anggreini & Sulis Mariyanti, "Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul," *Jurnal Psikologi*, Vol. 12. No. 1
- Robert Downs, *Buku Yang Mengubah Dunia*, (Pembangunan, Jakarta, 1961)