

Fenomena Trend Fashion Muslimah Masa Kini dan Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa

Dwi Mariatul Qibtia
Madrasah Aliyah Negeri 2 Mojokerto
Mariadwimaria@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the influence of Muslim fashion trends on consumer behavior of female students. The study used a descriptive qualitative research method, with data collection techniques using literature review methods. Data analysis used an interactive analysis model proposed by Miles and Huberman, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study indicate that the development of Muslim fashion trends has led to the emergence of consumer behavior patterns among female students. This finding is consistent with the research conducted by Maslatun Nisak, entitled "Consumer Lifestyle of Female Students in Fashion Trends (Case Study of Female Students of the Management Department of Lamongan Islamic University)". However, this finding contradicts the research conducted by Husainatul Jazilah, entitled "Online Shopping and the Trend of Shopaholic Lifestyle among Female Students".*

Keywords: *Muslimah Fashion Trends, Consumptive Behavior, Lifestyle.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena fashion muslimah yang masa kini telah menjadi sebuah tren yang menyebabkan perilaku konsumtif terjadi pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dimana teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode studi literatur, Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin berkembangnya trend fashion busana muslimah, menyebabkan timbulnya pola perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Tesis ini sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Maslatun Nisak bahwa "gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam trend fashion (studi kasus mahasiswa jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan)". Namun tesis ini berbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Husainatul Jazilah bahwa "online shop dan tren gaya hidup shopaholic di Kalangan Mahasiswa".*

Kata kunci: *Trend Muslimah Fashion, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa dampak yang begitu luas termasuk dalam perubahan gaya hidup dan konsumsi masyarakat terutama dimasa kini. bahwa pada era akhir modernitas ini semua yang dimiliki oleh semua orang akan menjadi tontonan, Dari sinilah semua orang ingin menjadi penonton dan ingin ditonton dari segala bentuk penampilan dan citra diri mereka dengan pakaian yang ia kenakan, sehingga tak dapat dipungkiri jika dunia *fashion* yang ada di Indonesia berkembang sangat pesat.

Perilaku konsumtif adalah sebuah perilakuyang telah mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa melihat nilai kegunaan barang tersebut untuk mencapai kepuasan atas dirinya secara maksimal. Perilaku ini mempengaruhi kehidupan orang dewasa ini tak terkecuali remaja dan mahasiswa yaitu sering mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan, hasrat besar untuk memiliki barang-barang tanpa memikirkan nilai kegunaan dan manfaat barang tersebut didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Perilaku konsumtif juga dapat terjadi karena pembelian secara berlebihan tanpa adanyaperencanaan. Kebiasaan gaya hidup saat ini berubah dengan cepat dalam waktu yang relatif singkat ke arah yang berlebihan bahkan pemborosan.

Salah satunya gaya hidup yang telah memasuki di kehidupan semua orang tak terkecuali mahasiswa. Gaya hidup konsumsi mahasiswa yang dapat di pengaruhi beberapa faktor baik itu faktor di dalam dirinya maupun dari lingkungannya. Mahasiswa sama halnya dengan masyarakat yang melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari termasuk berkonsumsi. Di kota-kota besar perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa menjadi umum. Fakta ini mengindikasikan dampak negatif bagi para mahasiswa yang belum bisa menghasilkan uang sendiri dan masih mendapatkan uang dari orangtua.

Mahasiswa merupakan sekelompok remaja yang memasuki tahap awalnya dewasa.Masa remaja yang memiliki hawa nafsu dan hasrat yang tinggi untuk memenuhi segala keinginannya yang seharusnya saat-saat tersebut diisi dengan menambah ilmu pengetahuan, keterampilan, dan keahlian atau bakat yang mereka miliki, serta mengikuti kegiatan yang positif sehingga memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat banyak. Namun, dunia kampus telah membawa gaya hidup di kalangan

mahasiswa terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi bisa membuat setiap individu untuk berperilaku konsumtif. Lingkungan dan teman bergaul juga bisa memicu timbulnya perilaku konsumtif mahasiswa seperti suka ikut-ikutan teman untuk melakukan hal yang kurang bermanfaat dan bisa menyebabkan pemborosan. Bahkan mahasiswa yang di kalangan ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup yang konsumtif akibat dari pergaulan mahasiswa yang memiliki ekonomi tinggi. Mereka lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli barang-barang yang bukan menjadi kebutuhan utamanya demi mengikuti *trend* masa kini daripada membeli barang-barang untuk perlengkapan perkuliahannya seperti buku-buku pelajaran, dan lain sebagainya.

Fashion merupakan istilah yang dikenal dalam kehidupan sehari-hari karena menjadi bagian penting dalam keseharian suatu masyarakat. *Fashion* dapat dilihat dari bagaimana setiap orang mengekspresikan diri yang memungkinkan dari apa yang mereka coba, lihat, dan minati agar hidup dapat selalu menyenangkan. *ashion* diartikan bahwa sebuah bentuk pengaplikasian diri seseorang terhadap busana atau asesoris yang dipakai dan menjadi alat ukur situasi sikap dan perasaan seseorang. Masyarakat seringkali mengidentikan bahwa itu adalah pakaian atau busana, sebenarnya dikatakan *fashion* adalah segala sesuatu yang disebut dengan gaya, penampilan yang sedang *trend* dalam masyarakat.

Fashion sangat erat kaitannya dengan karakteristik individu salah satunya adalah seorang mahasiswi. Di era digital ini, beberapa contoh *tren fashion* yang dipopulerkan melalui platform media sosial seperti aplikasi tik tok, Instagram, shopee dan lain sebagainya yang dapat digunakan untuk sebuah produk. Dari sini mahasiswi benar-benar memperhatikan dalam gaya berpakaianya agar pakaian yang dipakai dapat terlihat mengikuti *trend* terkini.

Dampak positif dari adanya *trend fashion* gaya hijab yang modern saat ini.¹ Membuat wanita semakin berminat untuk menggunakan hijab karena model hijab yang simpel dan modern.²

¹Diwanti, Dyah Pikanthi, and Ulik Nur Budiyati., "Pengaruh Marketing Influencer, Trend Fashion Muslim, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal EMA* 8, no. (1) (2023): 86, <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.326>.

²Linda Rania., *The Effect of Muslim Fashion Trends on Fashion Style of Muslimah*, (Yogyakarta, Universitas Negeri, 2017).1–14.

Berbagai macam *trend fashion* yang ditampilkan di media sosial menyebabkan tingginya budaya konsumsi pada kalangan mahasiswi sebagai bentuk alat untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan gaya hidup yang konsumtif.³ Perkembangan model *trend fashion* zaman sekarang memberi dampak yang sangat besar kepada perilaku mahasiswi karena mahasiswi selalu ingin berpenampilan menarik dan ingin menunjukkan eksistensi dirinya sehingga mahasiswi lebih cenderung memenuhi kebutuhan sekundernya. Hal ini mengakibatkan mahasiswi berperilaku konsumtif karena ingin membeli berbagai jenis barang agar dapat menunjang penampilannya. Konsumtif adalah perilaku yang boros karena membeli suatu barang tidak berdasarkan kebutuhannya melainkan keinginannya sendiri.

Semakin individu tertarik pada *trend fashion*, maka mereka akan terus menerus mengikuti perkembangan model terbaru dan sengaja membeli secara tidak terencana sehingga mengakibatkan mahasiswi berperilaku konsumtif. Selain itu, bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah pada faktor keinginan (*want*). Setiap orang memiliki kebutuhan hidup masing-masing dan kebutuhan tersebut berusaha di penuhi dengan cara yang berbeda-beda.⁴

Keinginan untuk terlihat cantik tentunya dambaan setiap orang, terutama ingin menunjang penampilan mereka. *Trend fashion* dapat dikatakan sebagai kebutuhan (prioritas) yang sangat digandrungi untuk anak muda zaman sekarang, khususnya kalangan mahasiswi. Bahwasanya mahasiswi yang berpenampilan menarik bisa lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain, hal inilah yang mendorong mahasiswi untuk mulai menyesuaikan penampilannya, mereka tidak segan-segan untuk membeli dan mengkonsumsi barang atau produk *fashion* yang sedang naik daun dalam mengikuti *trend* yang sedang berkembang, sebab jika mereka tidak mengikutinya maka akan terlihat kuno, kudet, atau tidak mengikuti *trend*.

³Dola Asmita, and Erianjoni., “Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP.),” *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan* 2, no. 2 (2019): 2, <http://dx.doi.org/10.24036/perspektif.v2i2.66>.

⁴Nisak, Maslatun, and Tutik Sulistyowati., “Gaya Hidup Konsumti fMahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan),” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, no. 2 (2022): 86–96.

Perkembangan di segala bidang terjadi sekarang ini secara langsung maupun tidak langsung menuntut mahasiswi untuk mampu beradaptasi dengan berbagai bentuk perubahan dan pembaruan zaman yang berada di kampus terutama perempuan.

Metode

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yakni penelitian yang menggunakan kata-kata untuk memperjelas penemuan penelitian dan memperjelasnya. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial, penelitian kualitatif sepenuhnya tepat digunakan untuk memahami kejadian sosial, masalah atau efek samping pada orang yang mengumpulkan sebanyak mungkin realitas luar dan dalam sedapat mungkin dengan bijaksana. Penjelasannya dengan alasan bahwa diberbagai informasi dalam penelitian ini ada komunikasi antara peneliti dengan sumber informasi.⁵

Berdasarkan penjelasan diatas, akan lebih mudah bagi para peneliti untuk mendapatkan data luar dan dalam dimana para analis tertarik secara langsung dalam mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya perilaku konsumtif mahasiswi dalam fenomena *trend fashion* muslimah masa kini. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode literature data penelitian ini berasal dari sejumlah buku maupun jurnal yang mendukung judul penelitian yang digunakan. Teknik analisis data yang didapat penelitian ini menggunakan cara pengelompokan yang memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam.

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah dengan metode studi literatur. Metode studi literatur merupakan rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengelola bahan penelitian. Studi literatur atau kepastakaan merupakan kegiatan yang diperlukan dalam

⁵Basrowi., *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Edited by Rinerkacipta. Jakarta, 2008).

penelitian, khususnya penelitian akademik, yang tujuan utamanya adalah untuk mengembangkan aspek teoritis dan praktis.

Desain penelitian studi literatur yang digunakan yaitu *narrative review*. *Narrative review* merupakan jenis penelitian yang merangkum teori, meneliti studi dan menyelidiki metode yang digunakan dalam penelitian yang ada. Peninjauan mengumpulkan spectrum lewat literature yang ditulis tentang topik dan menyintesis itu menjadi interpretasi yang koheren yang menyoroti isu-isu utama, *tren*, kompleksitas, dan kontroversi yang menjadi pusatnya. Prosedur pencarian artikel dilakukan pada laman google scholar.

Hasil dan Pembahasan

Gaya hidup konsumtif dalam *trend fashion* terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang melatarbelakangi mahasiswi, Faktor internal yaitu karena keinginan. Dilanjutkan dengan faktor eksternal yaitu karena tuntutan zaman, pergaulan, kemudian iklan dengan promo-promo menarik dan online shop. Dalam kehidupan masyarakat modern, gaya hidup cenderung berkembang sangat cepat dan melekat erat bagi setiap individu maupun masyarakat, terkhusus mahasiswi. Kewajiban dan kebutuhan sebagai mahasiswi adalah menuntut ilmu dan belajar. Namun, dengan perkembangan teknologi yang serba canggih ini telah memberikan perubahan yang signifikan. Dimana telah banyak membawa perubahan dalam gaya hidup mahasiswi. Salah satunya adalah internet, internet menyuguhkan banyak beragam fasilitas yang ditawarkan mulai dari jejaring sosial, video, foto, berita, atau bahkan kebutuhan lainnya seperti pakaian (*fashion*) yang dapat ditemukan melalui akses internet dan didapatkan dengan mudah. Kemudahan inilah mengakibatkan pada pemenuhan konsumsi mahasiswi terhadap fashion yang semakin meningkat.

Gaya hidup konsumtif pada mahasiswi dapat dilihat dari gaya hidup yang ditunjukkan oleh mahasiswi tersebut, dari segi penampilan maupun cara bergaulnya. Mahasiswi cenderung memiliki gaya hidup yang konsumtif karena mereka selalu ingin berpenampilan up to date, mengenakan *fashion* yang *fashionable*, dan mengikuti perkembangan zaman secara cepat. Ketika berstatus sebagai mahasiswi baru gaya hidupnya biasa-biasa saja dan setelah beberapa bulan, secara perlahan-lahan, dengan adanya tuntutan zaman menjadi berubah yaitu gaya hidup yang konsumtif, karena mahasiswi menggunakan uang di luar

kebutuhannya. Dimana banyak mahasiswi yang mengkonsumsi barang bukan lagi didasarkan pada kebutuhan mereka, melainkan hanya sekedar ikut_ikut teman, hanya karena keinginan untuk menjaga penampilan, karena banyak diskon, sekedar coba_coba dan mengikuti *trend*. Hal tersebut membuat dirinya berubah dan berkeinginan untuk terus terlihat tampilan yang berbeda dan mewah ingin seperti teman lainnya agar tidak gengsi.

Berdasarkan teori masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh seorang tokoh sosiolog Jean Paul Baudrillard memberi penjelasan bahwa adanya nilai guna dan nilai tanda (*simulacra*) dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Pada “nilai guna” mahasiswi membeli suatu barang berdasarkan apa yang di butuhkan, bukan apa yang diinginkan, sedangkan pada “nilai tanda” membeli atas dasar membeli karena ikut-ikutan dan menjaga penampilan diri. Gaya hidup mahasiswi tersebut lebih mengarah kepada gaya hidup yang konsumtif dan bertujuan untuk meningkatkan *prestise* lebih kepada nilai tanda bukan pada kegunaan barang yang dibeli.

Perkembangan di segala bidang terjadi sekarang ini secara langsung maupun tidak langsung menuntut mahasiswi untuk mampu beradaptasi dengan berbagai bentuk perubahan dan pembaruan zaman yang berada di kampus terutama perempuan. Berlomba-lomba mengenakan pakaian yang lagi *trend* karena untuk mendukung penampilan dan memperlihatkan bahwa pakaian yang mereka pakai saat ini tidak dianggap kudet, kuper, dan kuno baik dalam hal berpenampilan maupun dalam hal pergaulan.

Kebanyakan dari mahasiswi saat ini ingin terlihat eksis, modis, dan *fashionable* agar tidak ketinggalan zaman. Jika seorang mahasiswi berada di lingkungan pergaulan bersama teman-temannya yang berpenampilan mewah dan mengikuti *trend*, maka ia akan merasa tidak mau tertandingi dan berkeinginan untuk terus mengikuti penampilan temannya. Mahasiswi yang membeli dan mengkonsumsi produk-produk *fashion* demi memenuhi kebutuhan dan ingin selalu dianggap up to date oleh kebiasaan-kebiasaan yang ditimbulkan dari adanya mahasiswi lain yang kehidupan ekonominya sudah terbiasa tinggi, baik dalam sikap maupun perilakunya terpengaruh oleh teknologi yang semakin tinggi peradabannya bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian, mahasiswi lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam produk

fashion yang bermerk hanya untuk menjaga penampilan diri dan gengsi. Hasrat akan tumbuh pada seseorang apabila sesuatu yang dikatakannya menarik bukan semata-mata dilihat dari nilai ataupun makna intrinsiknya, melainkan ingin terlihat menarik dari pandangan orang lain atau yang biasa disebut dengan masyarakat konsumeris.

Masyarakat konsumeris adalah seseorang yang mengarahkan konsumsi suatu barang, atau kebutuhan lainnya bukan karena didorong oleh sesuatu yang pokok, tetapi suatu kebutuhan dapat diciptakan melalui dorongan dari media, iklan, serta hasrat untuk mengonsumsi. Hal ini dilakukan oleh mahasiswa agar diakui keberadaannya dan ingin terlihat menarik di mata orang lain dengan membeli produk *fashion* sesuai *trend*.

Mahasiswa dengan kategori generasi Z merupakan remaja tingkat akhir yang pada masa perkembangan fisiknya mempunyai keinginan untuk berpenampilan menarik dengan segala bentuk paduan kreativitas berpakaian. Pakaian yang mereka pakai juga biasanya mengikuti *trend* asalkan tetap memperlihatkan karakter mahasiswa yang memakai busana muslimah. Gaya hidup mahasiswa generasi Z tercermin dari pakaian, penampilan, maupun riasan mereka. Semakin berkembangnya model *trend fashion* saat ini berdampak besar pada perilaku mahasiswa generasi Z, karena mahasiswa generasi Z selalu ingin menunjukkan eksistensinya dengan tampilan yang menarik, sehingga pola konsumsi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya dalam hal mengikuti *trend fashion* adalah memenuhi kebutuhan sekunder.

Mahasiswa membeli barang-barang untuk mempercantik penampilan sehingga menimbulkan pola konsumsi yang bersifat konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang memenuhi keinginan bukan kebutuhan sehingga menimbulkan sikap boros. Penelitian yang dilakukan terhadap pola perilaku konsumsi mahasiswa *trend fashion*, menunjukkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan terhadap pakaian. Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang kategori generasi Z menerapkan pola konsumsi sebagai berikut: Mahasiswa generasi Z dalam memenuhi kebutuhannya cenderung mengikuti perkembangan zaman, mereka sangat berpartisipasi dan mudah terpengaruh untuk mengikuti perkembangan *trend fashion*. Mudah

terpengaruh dengan lingkungan pergaulan dan teknologi berpengaruh besar terhadap pola konsumsi generasi Z perihal *trend fashion*.⁶

Mahasiswa merupakan target pasar besar yang menjadi fokus efektif untuk dipengaruhi oleh para penjual, karena mahasiswa masih dalam masa pencarian jati diri. Berbelanja adalah pelarian dari kesibukan sehari-hari, yang menyebabkan mahasiswa sebagai usia pemboros. Selain itu, mahasiswa dari luar kota yang jauh dari orang tua ketika merantau merantau ke kota dengan segala konsep metropolitan, orang tua cenderung memberi uang saku sesuai dengan permintaan anaknya.

Dalam kehidupan sehari-hari, penting untuk memiliki gaya hidup bagi setiap orang. Belanja adalah desain integral yang mencerminkan gaya hidup seseorang dan sebagai jenis pengalihan untuk perkumpulan orang tertentu. Indonesia dikenal sebagai negara dengan tingkat pemanfaatan yang cukup tinggi, khususnya di kalangan kaum muda. Beberapa kelompok dengan mudah terpengaruh oleh apa yang mereka lihat yang sekarang bergerak dengan tujuan bahwa itu dapat membuat orang-orang pada umumnya akan terus berjalan dengan tidak wajar. Penggunaan yang tidak wajar dapat dimanfaatkan untuk penggunaan uang, waktu, atau energi yang selangit dan berbahaya. dengan cara ini, komersialisasi adalah cara pandang tentang kehidupan, cara hidup, hikmah, mentalitas atau cara berpikir hidup yang memanfaatkan, melahap, memanfaatkan, membelanjakan sesuatu secara berlebihan, menyalakan sesuatu.

Perilaku boros adalah sebuah interaksi yang memilih koneksi terhadap seseorang atau bahkan adanya muncul potongan harga dari para penjual, dengan menggunakan barang, pikiran, atau pertemuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dengan tujuan agar perilaku pembeli dalam menemukan, membeli, memanfaatkan, menilai dan memutuskan barang untuk memilikinya yang merupakan perilaku yang merusak bagi dirinya sendiri. Istilah perilaku boros dicirikan sebagai perilaku yang muncul oleh individu dalam mengatur, membeli dan menggunakan barang dagangan dan usaha moneter secara berlebihan. Mahasiswa dapat menjadi fokus yang secara efektif dipengaruhi oleh para penjual, karena mereka masih dalam pencarian

⁶Anggraini, M, H Nusrida, "Pola Prilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Uin Imam Bonjol)," *JurnalEkonomika Dan ...* 5 (2022): 52–64.

kepribadian. Berbelanja berubah menjadi pelepasan mereka dari kegiatan yang padat sehari-hari, yang pada akhirnya membuat para mahasiswa hanya menjadi usia yang pemboros.

Pada penelitian ini memiliki fokus utama sesuai dengan tujuan penelitian. Fokus utama dalam penelitian ini adalah mengetahui Faktor-faktor yang melatarbelakangi dari gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam *trend fashion* :

Faktor Internal

1. Keinginan

Keinginan untuk terlihat cantik tentunya dambaan setiap orang, terutama ingin menunjang penampilan mereka. *Trend fashion* dapat dikatakan sebagai kebutuhan (prioritas) yang sangat digandrungi untuk anak muda zaman sekarang, khususnya kalangan mahasiswi. Mahasiswi tidak segan-segan untuk membeli dan mengkonsumsi barang atau produk *fashion* dalam mengikuti *trend* yang sedang berkembang, sebab jika mereka tidak mengikutinya maka akan terlihat kuno, kudet, atau tidak mengikuti *trend*. Keinginan, di sisi lain, adalah keinginan yang muncul pada orang untuk barang atau jasa yang ingin mereka penuhi untuk sesuatu yang dianggap kurang. Hal-hal yang meliputi kebutuhan seperti sandang, pangan, kesehatan, pekerjaan, dan pendidikan.

2. Kepribadian

Karakter seseorang tentunya tidak sama antar manusia, masing-masing memiliki keistimewaan dan sifat yang beragam, selain beragam juga terdapat persamaan antara yang satu dengan yang lainnya. Karakter pembeli sangat penting bagi pemasar karena diidentikkan dengan perilaku pembeli. Perbedaan karakter akan mempengaruhi perilaku mereka dalam memilih barang, karena pembeli akan memilih barang sesuai dengan karakter mereka bahwa, “karakter diidentikkan dengan perbedaan dalam kualitas yang paling mendalam pada seseorang, perbedaan dalam hal ini menggambarkan kualitas yang unik dari masing-masing individu”. Adapun karakteristik kepribadian.)Kepribadian Menggambarkan Kontras Tunggal. Tidak ada dua orang yang benar-benar tidak dapat dibedakan, mungkin ada dua orang yang memiliki kesamaan dalam satu merek barang, namun dalam kualitas yang berbeda mungkin unik.

Kepribadian menunjukkan konsistensi dan terus berjalan. Karakter seseorang telah dibentuk sejak masa remaja dan telah mempengaruhi perilaku seseorang secara andal untuk jangka waktu yang cukup lama dan sulit untuk diubah. 3)Kepribadian Bisa Berubah. Sifatnya permanen dan tetap, namun bukan berarti bisa berubah. Keadaan dapat membuat seseorang mengubah karakternya. Seorang anak muda yang berkembang menjadi dewasa mungkin memiliki berbagai atribut dari ketika ia masih kecil.

Faktor Eksternal

1. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah perilaku atau kebiasaan seorang individu untuk menghabiskan waktunya hanya untuk bersenang-senang bersama teman sepermainan dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungannya. Selanjutnya, aspek-aspek dari gaya hidup hedonis dapat mengacu pada aspek-aspek gaya hidup, orang mempergunakan waktu yang berwujud tindakan yang nyata yang dapat diamati seperti hobby, bercakap-cakap, belanja, berpergian, kegiatan sosial, hiburan, dan olah raga. Pengukuran ini ditunjukkan kepada alasan-alasan mengapa melakukan aktivitas tersebut. Kedua, Interest (minat) adalah tingkat kesenangan yang timbul secara khusus dan membuat orang tersebut memperhatikan terhadap objek, peristiwa atau topic tertentu. Ketiga, Opinion (opini) atau pendapat adalah tanggapan atau respon seseorang secara lisan atau tulisan terhadap stimulus yang muncul. Stimulus atau situasi tersebut dapat berupa isu sosial, produk masa yang akan datang, komunitas, olahraga, atau hiburan.⁷

Gaya hidup secara luas di definisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat).

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang

⁷Khairat, Masnida, Nur Aisyiah Yusri, and Shanty Yuliana.M., Yusri, N. A., & Yuliana, S., "Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi" *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9,11, no. 2,2 (2019 2018): 130-139.130-39., <https://doi.org/https://doi.org/10.>"

lainnya. Bahkan dari masa kemasa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikiran pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen. Gaya hidup hanyalah salah satu cara untuk mengelompokkan konsumen secara psikografis. Gaya hidup (*life style*) pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Ada orang yang senang mencari hiburan bersama kawan_kawannya, ada yang senang menyendiri, ada yang bepergian bersama keluarga, berbelanja, meakukan aktivitas yang dinamis, dan adapula yang memiliki dan waktu luang dan uang. Kebanyakan dari manusia gaya hidup lah yang menjadi seseorang tersebut menjadi konsumtif. Gaya hidup sebagai contoh dimana individu hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Mereka akan berupaya mendapatkan uang untuk membeli barang-barang seperti tas dan pakaian untuk menutupi penampilannya sehingga kelihatan lebih menarik dan membuat mereka puas.

2. Pengaruh lingkungan pergaulan

Kepribadian dan gaya hidup seseorang juga dapat terbentuk melalui lingkungan di mana ia tinggal. Mempunyai teman sepermainan yang hobi belanja juga dapat memberikan suatu sugesti terhadap diri kita untuk bergaya hidup seperti dirinya. Biasanya mempunyai teman yang sefrekuensi di mana mereka memiliki hobi sama. Suka belanja sehingga dapat menyebabkan keinginan meniru suatu barang yang dimiliki oleh temannya. Setiap kali melihat teman mempunyai barang baru, maka individu tersebut juga ikut membelinya. Bahwa ketika ada salah satu teman mengajaknya membeli suatu barang di Shopee, tanpa pikir panjang dia langsung setuju membeli barang tersebut.⁸

Faktor lingkungan khususnya teman adalah faktor penyebab subjek menjadi konsumtif. Ketiga subjek menjelaskan bahwa masing-masing dari subjek memiliki teman yang senang berbelanja, sehingga temanteman subjek mendukung subjek untuk membeli

⁸Uno, Hamzah B., *Teori Motivasi Dan Pengukurannya*. (Cet. XI. Jakarta: Bumi Aksara., 2014).

sesuatu yang subjek inginkan. Faktor lingkungan memberikan peranan sangat besar terhadap pembentukan perilaku konsumtif seseorang. Hal ini yang menunjukkan bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Lingkungan pergaulan berpengaruh dalam pembentukan kepribadian individu. Memiliki teman yang suka berbelanja akan berpengaruh dan akan muncul rasa ingin meniru dan memiliki apa yang di miliki oleh temannya. Jika ia di ajak oleh temannya untuk berbelanja maka ia akan ikut. Pergaulan mempunyai andil dalam membentuk gaya hidup seseorang. Kebanyakan mahasiswa suka berbelanja karena mengikuti temannya. Seperti yang dikatakan oleh beberapa informan bahwa mereka seringkali diajak oleh temannya untuk berbelanja sehingga ia juga ikut sehingga lama kelamaan akan terbiasa.

3. Pengaruh keluarga

Perilaku konsumtif dapat tumbuh melalui keluarga, terutama orang tua. Orang tua yang sedari dulu selalu membiasakan memberi uang atau barang tanpa ada syaratnya, dapat menjadikan perilaku anak menjadi konsumtif. Memiliki orang tua yang ekonominya stabil menjadikan anak terbiasa meminta sesuatu tanpa harus menunggu lama. Kebiasaan ini dapat mempengaruhi pemikiran anak ketika ingin membeli sesuatu pasti langsung meminta tanpa ada usahanya dari dirinya terlebih dahulu. Salah seorang Informan mengatakan bahwa dirinya sejak kecil selalu di manja dan di turuti oleh orang tuanya ketika ingin membeli apa pun, jadi sampai saat ini jadi hobi belanja.

4. Iklan dengan diskon menarik dan (online shop)

Belanja merupakan gaya hidup yang menjadi suatu kegemaran oleh banyak orang khususnya mahasiswi. Belanja sebagian besar menganggap bahwa belanja itu bukan suatu keperluan untuk memenuhi kebutuhan melainkan suatu gaya hidup yang dapat meningkatkan status sosial mereka. Melihat iklan foto-foto produk *fashion* yang terbaru dan harga sangat bervariasi seperti saat membuka aplikasi online shop seperti shopee, lazada, tokopedia, dan lainnya. Salah satu faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif mahasiswi adalah adanya diskon, kemudahan

melakukan transaksi jual beli secara online, berbelanja jadi lebih mudah dan hemat waktu.⁹ Aspek kepraktisan ini mengakibatkan para konsumen tertarik untuk berbelanja bagi konsumennya yaitu hemat, baik hemat waktu, biaya, maupun tenaga, serta terjamin kualitas barangnya.

Iklan ataupun potongan harga dapat memengaruhi perilaku konsumtif karena seseorang akan tergiur dan terbujuk untuk membelinya. Iklan serta potongan harga yang ditampilkan akan menarik perhatian seseorang sehingga tanpa berfikir panjang akan membelinya. Dengan demikian apabila *fashion* sedang populer maka akan banyak orang yang terpengaruh dan mengikutinya. Hal ini sejalan yang dikatakan oleh beberapa informan bahwa ketika mereka melihat barang yang menarik kemudian ada potongan harga baik itu di tempat perbelanjaan maupun postingan di sosial media mereka tertarik dan melakukan pembelian, baik secara langsung ataupun belanja online.

5. **Kebudayaan**

Konsumen adalah makhluk social yaitu orang-orang tertentu yang hidup masing-masing dengan orang lain, berkomunikasi satu sama lain, salah satu komponen perilaku social adalah budaya. Dalam berkembangnya kehidupan manusia, kita harus menghadapi hal-hal yang berubah dan perkembangan itu sudah terjadis ejak zaman kuno hingga berbagai perkembangan yang terjadi bahkan dengan perubahan ini manusia juga kewalahan. Perubahan yang sangat berpengaruh ini adalah proses perubahan di masyarakat dari hal-hal yang bersifat tradisional ke modern atau disebut juga dengan modernisasi. Namun, globalisasi juga merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi terjadinya keragaman social atau komparabilitas untuk wilayah local seluruh dunia.

Budaya juga merupakan kualitas, renungan, dan citra yang mempengaruhi perilaku, mentalitas, keyakinan, dan kecenderungan individu dan masyarakat. Perspektif dan praktik yang dipengaruhi oleh budaya. Pembawaan diri dari masa ke masa melakukan pembelian mengikuti perkembangan yang terjadi yang membentuk

⁹Fatmawati, Noor., "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop" *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 29, no. 1 (2020): 29-38., <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>.

sikap dan perilaku seseorang di dalam hidupnya sebagai anggota masyarakat.

6. Banyaknya pusat perbelanjaan

Banyaknya pusat perbelanjaan dengan tawaran-tawaran produk serta promo juga akan mendorong seseorang dalam berbelanja. Seperti dengan adanya kemudahan dalam berbelanja lewat internet seseorang dengan mudahnya memilih barang yang ia akan beli, dengan hanya menunggu di tempat lalu memilih barang-barang ataupun makanan yang ingin dibeli melalui handphone maka barang akan di antarkan/

Indikator Perilaku Konsumtif

Terdapat beberapa indicator mengenai perilaku konsumtif, diantaranya yaitu:

1. Membeli produk untuk menjaga penampilan diri dan harga diri
Kebanyakan setiap orang memiliki ciri khas ketika berdandan, model rambut serta cara berpakaianya dengan keinginan agar berpenampilan menarik sehingga dapat menarik hati dari orang-orang di sekitarnya, hal ini lah yang membuat individu memiliki Hasrat membeli yang tinggi dengan membeli barang dengan berbagai produk menunjang penampilan dirinya. Konsumen muda cenderung lebih impulsif dibandingkan dengan konsumen yang lebih tua. Karna rasa penasaran yang lebih besar, sehingga konsumen dengan usia yang muda lebih cenderung untuk mengadopsi gaya hidup baru, membeli produk baru, dan menikmati berbelanja di tempat baru yang diperkirakan dapat lebih mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif.¹⁰
Membeli produk sebagai symbol status
Karena setiap pembeli mempunyai kebiasaan membeli yang tinggi terhadap barang atau pakaian, hal ini dapat mengakibatkan diskriminatif mengenai barang branded serta menambahkan kesan dari kelas sosial tingkat atas, demikian hal ini membuat konsumen yang membeli barang branded maka akan terkesan mewah serta memberikan suatu symbol status bagi orang tersebut.

¹⁰Sari, Fitria, and Nita Sri Handayani., "Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop." [https://doi.org/10.35760/Psi.2019.V12i2.2442.](https://doi.org/10.35760/Psi.2019.V12i2.2442)," *Jurnal Psikologi* 12, no. (2) (2019): 179–88.

2. Menggunakan barang karena unsur kesesuaian pada model yang mengiklankan
Seringkali kita lihat kebanyakan konsumen lebih banyak meniru public figure yang diidolakannya dengan cara ikut menggunakan barang apapun yang dikenakan oleh idolannya. Hal inilah yang membuat konsumen berperilaku konsumtif karena mereka lebih condong untuk membeli dan mengenakan berbagai macam produk yang dipromosikan oleh idolannya melalui sosial media.
3. Mencoba lebih dari dua produk serupa atau merek berbeda
Dalam hal ini konsumen lebih memiliki ataupun mengenakan produk dengan model yang serupa namun dengan merk berbeda. Contohnya seperti konsumen memiliki barang dengan merk A dan barang tersebut masih belum ia gunakan atau belum habis dipakainya, namun konsumen tetap beli barang dengan jenis yang serupa seperti merk A akan tetapi berbeda merk.

Dampak Negatif

1. **Boros**
Perilaku boros dapat dilihat dari pengeluaran mahasiswa dalam setiap bulannya. Sehingga ada mahasiswa yang mengalami kehabisan uang walaupun masih pertengahan bulan. dampak dari belanja yang tidak terkontrol akan cepat kehabisan uang. Mahasiswa yang memiliki sikap boros akan selalu kekurangan akibatnya mahasiswa akan dengan cepat kehabisan uang. Hal ini mengakibatkan mahasiswa memiliki hutang dikarenakan tidak ada pengendalian diri dalam berbelanja. Seperti halnya yang dikatakan oleh RL ia akan boros ketika ada promo atau potongan harga. Menurutnya kapan lagi akan mendapatkan barang dengan harga yang berbeda
2. Tidak terpenuhi kebutuhan yang akan datang
Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang atau tidak terlalu dibutuhkan. Mahasiswa cenderung berbelanja akan barang-barang yang kebutuhannya tidak mendesak, sehingga kebutuhan yang diperlukan sudah tidak bisa dipenuhi. Perilaku konsumtif mahasiswa dapat dilihat dari konsumsinya setiap bulan. bahwa ia memiliki rasa puas ketika ada barang baru yang ia miliki. Mahasiswa yang terus menerus berbelanja tanpa mempertimbangan kebutuhan lain yang juga harus

dipenuhi. akibatnya ada kebutuhan yang sudah tidak bisa dipenuhi lagi.

3. Membentuk kepribadian yang hedonis
Kebiasaan hidup mahasiswa yang bersifat konsumtif akan menimbulkan dampak bagi mahasiswa itu sendiri, perilaku konsumtif pada mahasiswa cenderung di pengaruhi oleh factor emosional dan faktor rasional dimana factor emosional disini berdasarkan pada gengsi sedangkan factor rasional disini berdasarkan cenderung mempertimbangkan manfaat serta harga pokok yang akan di beli. Pola hidup konsumtif akan membentuk kepribadian yang hedonis dan membuat mahasiswa beranggapan bahwa kesenangan dan kebahagiaannya hanya dapat di peroleh melalui materi, budaya konsumtif dalam jangka panjang akan menjadi gaya hidup masyarakat.¹¹ Dampak negative dari perilaku pola hidup konsumtif terjadi pada seseorang yang tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya (boros).

Dampak postif

1. Penghilang stress
Stres merupakan suatu akibat dari kurangnya keseimbangan antara jasmani dan rohani dalam diri seseorang. Adapun pemicunya yaitu karena penyakit ataupun ketika ada banyak masalah yang dihadapi. Bukan hanya orang tua namun mahasiswa juga mudah mengalami stress sehingga dengan berbelanja akan memberikan ketenangan tersendiri. Banyak mahasiswa yang menuturkan bahwa dengan berbelanja dan makan akan menghilangkan stres dan bisa membuat mereka bisa merasakan ketenangan.
2. Mengikuti perkembangan zaman
Mahasiswa selalu ingin mengikuti perkembangan zaman. Bahwa akan terlihat lebih menarik jika menggunakan barang-barang yang bagus apalagi kalau sedang *trend* sehingga akan terlihat bagus. Mahasiswa akan suka berbelanja ketika melihat suatu barang yang menarik. Biasanya untuk laki-laki lebih dominan kepakaian dan

¹¹Lestari, Devi, Rosman Ilato, And Ardiansyah Radia, "Pengaruh Kecakapan Hidup (Life Skill) dan Gaya Hidup (Life Style) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa,," *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 16 (2023).

sepatu sedangkan perempuan tas, makeup dan juga pakaian. Sehingga mereka bias berpenampilan lebih bagus dan menarik.¹²

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mahasiswi mengalami perubahan pada gaya hidupnya seperti pakaian (*fashion*) yang semakin hari semakin terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman sehingga memicu adanya *trend-trend* baru dan dianggap eksis di era modernisasi saat ini. Dari mulai bentuk dan modelnya yang menarik dan inovatif sehingga membuat mahasiswi jurusan manajemen saling bersaing hanya karena ingin diakui keberadaanya untuk terlihat *fashionable* dan tampil *up to date* dengan menunjukkan jati diri sesuai dengan passion mereka.

Perubahan gaya hidup ini tidak terlepas dari faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswi tidak segan-segan dalam membeli dan mengkonsumsi produk *fashion* terdapat dua faktor yang melatarbelakangi, diantaranya adalah faktor internal yaitu karena keinginan, dilanjutkan dengan factor eksternal yaitu karena tuntutan zaman, pergaulan, iklan dengan promo-promo yang menarik dan online shop.

Faktor-faktor yang melatarbelakangi gaya hidup konsumtif mahasiswi yaitu kemudahan teknologi yang semakin canggih yang mengakibatkan pada pemenuhan konsumsi mahasiswi terhadap iklan-iklan *fashion* yang disuguhkan di berbagai media menciptakan sebuah hiperealitas. Adapun dampak konsumtif yang ditimbulkan dalam *trend fashion* yaitu mahasiswi.

¹²Fonny J Waani, “Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado,” *Jurnal Ilmiah Society* 2 1 (2022): 1–12.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M, H Nusrida, “Pola Prilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Uin Imam Bonjol).” *Jurnal Ekonomika Dan ...* 5 (2022): 52–64.
- Basrowi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Edited By Rinerka Cipta. Jakarta, 2008.
- Diwanti, Dyah Pikanthi, And Ulik Nur Budiyati. “Pengaruh Marketing Influencer, Trend Fashion Muslim, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.”” *Jurnal Ema* 8, No. (1) (2023): 86.
<https://doi.org/10.51213/Ema.V8i1.326>.
- Dola Asmita, And Erianjoni. “Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi Fis Unp.”” *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan* 2, No. 2 (2019): 2.
<http://dx.doi.org/10.24036/perspektif.V2i2.66>.
- Fatmawati, Noor. “Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop.”” *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 29, No. 1 (2020): 29-38.
<https://doi.org/10.17509/jpis.V29i1.23722>.
- Fonny J Waani,. “Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado,,” ” *Jurnal Ilmiah Society* 2 1 (2022): 1–12.
- Khairat, Masnida, Nur Aisyiah Yusri, And Shanty Yuliana. M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. “Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi” *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam, Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam* 9,11, No. 2,2 (2019 2018): 130-139.130-39.
<https://doi.org/https://doi.org/10.>”.
- Lestari, Devi, Rosman Ilato, And Ardiansyah Radia. “Pengaruh Kecakapan Hidup (Life Skill) dan Gaya Hidup (Life Style) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa.”” *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 16 (2023).
- Linda Rania. *The Effect Of Muslim Fashion Trends On Fashion Style Of Muslimah.*. Yogyakarta, Universitas Negeri, 2017.

- Nisak, Maslatun, And Tutik Sulistyowati. “Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan).” *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* 4, No. 2 (2022): 86–96.
- Sari, Fitria, And Nita Sri Handayani. “Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop.’ <https://doi.org/10.35760/Psi.2019.V12i2.2442>.” *Jurnal Psikologi* 12, No. (2) (2019): 179–88.
- Uno, Hamzah B. *Teori Motivasi Dan Pengukurannya*. Cet. Xi. Jakarta: Bumi Aksara., 2014.
- Waani, Fonny J. “Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado.” *Jurnal Ilmiah Society* 2, No. 1 (2022): 1–12.