

BELANJA ONLINE SEBAGAI GAYA HIDUP: ANALISIS SOSIOLOGI EKONOMI SEBAGAI MAHASISWA PERANTAU UNIVERSITAS NEGRI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Amira Wanda July¹, Neng Maya Sholihat², Zira Putri Haryadi³, Sri Damayanti⁴

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung^{1,2,3,4}

Email: ndamirajulii047@gmail.com¹, mayaasholihat@gmail.com², ziraaapp@gmail.com³, sridamayanti@uinsgd.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini menganalisis bagaimana belanja online mahasiswa perantau di UIN Sunan Gunung Djati Bandung berubah dari sekadar memenuhi kebutuhan sehari-hari jadi bagian gaya hidup, plus dampaknya ke pengelolaan duit pribadi dari sudut sosiologi ekonomi. Pakai metode kualitatif studi kasus, data dikumpul lewat wawancara mendalam sama mahasiswa yang rajin belanja di Shopee atau TikTok. Hasilnya, belanja online mereka intens banget, terutama makanan, fashion, dan skincare. Awalnya karena praktis, mudah, dan waktu mepet, tapi lama-lama jadi dipengaruhi medsos, tren, dan teman-teman bahkan bantu bentuk identitas dan boost rasa percaya diri. Tapi ada sisi buruknya dengan gampang konsumtif dan beli impulsif gara-gara promo, diskon, plus PayLater. Akibatnya, pengaturan keuangan berantakan pengeluaran online naik, kebutuhan pokok terabaikan, dan muncul rasa "duit banyak" karena transaksi digital. Intinya, belanja online ini campur aduk antara ekonomi, sosial, dan psikologis di kehidupan mereka.

Kata Kunci: Belanja Online, Mahasiswa Perantau, Gaya Hidup, Pengeluaran, Sosiologi Ekonomi.

Abstract

This study analyzes how online shopping among out-of-town students at UIN Sunan Gunung Djati Bandung has evolved from simply fulfilling daily needs to becoming a lifestyle, including its impact on personal financial management from a socioeconomic perspective. Using a qualitative case study method, data was collected through in-depth interviews with students who frequently shop on Shopee or TikTok. The results revealed that their online shopping is very intense, especially for food, fashion, and skincare. Initially, it was due to convenience, ease, and limited time, but over time, it became influenced by social media, trends, and friends. It even helped shape their identity and boosted self-confidence. However, there is a downside, with the ease of consumerism and impulsive buying due to promotions, discounts, and PayLater. As a result, financial management is disrupted, online spending increases, basic needs are neglected, and a feeling of "having a lot of money" arises from digital transactions. In essence, online shopping is a complex mix of economic, social, and psychological aspects of their lives.

Keywords: Online Shopping, Out-of-Town Students, Lifestyle, Expenditure, Sociology of Economics.

A. PENDAHULUAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus (case study). Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan penelitian yang hendak menggali secara mendalam makna subjektif, pengalaman personal, dan proses transformasi perilaku belanja online di kalangan mahasiswa perantau. Pendekatan kualitatif dinilai paling tepat karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dari sudut pandang aktor yang terlibat langsung, bukan sekadar mengukur hubungan antarvariabel secara statistik.

Subjek penelitian adalah mahasiswa perantau aktif di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive (purposive sampling) dengan kriteria: (1) berasal dari luar Kota Bandung, (2) tinggal di kos secara mandiri, (3) memiliki riwayat aktif menggunakan platform Shopee atau Tokopedia minimal dalam enam bulan terakhir. Jumlah informan tidak ditentukan secara kaku, melainkan mengikuti prinsip kejenuhan data (data saturation), yaitu ketika informasi yang diperoleh dari informan baru tidak lagi menghasilkan temuan atau kategori baru yang signifikan. Data dikumpulkan melalui Wawancara Mendalam, Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman personal terkait frekuensi belanja, motivasi pembelian, momen-momen pemicu konsumsi impulsif. Suasana wawancara dibangun secara informal dan cair untuk memperoleh data jelas dan terarah

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Konsep Belanja Online

Menurut Nuril Hafiza dkk (2024), artikel tersebut mendefinisikan belanja online sebagai bentuk perdagangan elektronik yang menawarkan kepraktisan dan berbagai stimulasi pemasaran (promo/diskon) yang secara signifikan mampu memengaruhi frekuensi belanja dan gaya hidup konsumen menjadi lebih konsumtif. Belanja online adalah kegiatan membeli barang atau jasa melalui internet secara langsung dari penjual, tanpa harus bertemu secara fisik. Dalam literatur, belanja online dipahami sebagai proses transaksi yang praktis, cepat, dan memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan. Pada mahasiswa, belanja online sering menjadi pilihan karena efisiensi waktu, kemudahan akses, dan banyaknya promo yang ditawarkan platform digital.

Belanja online juga tidak hanya diposisikan sebagai aktivitas ekonomi, tetapi berkembang menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa dapat menjadikan belanja online sebagai pola konsumsi yang berulang, bahkan cenderung konsumtif, ketika aktivitas tersebut dilakukan terus-menerus dan didorong oleh kemudahan teknologi serta promosi digital.

2. Konsep Gaya Hidup

Menurut Della Angelia Fatmawati dkk (2021), gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari sekelompok orang di masyarakat yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat, yang dalam konteks mahasiswa saat ini, sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses belanja melalui *online shop*. Gaya hidup adalah pola perilaku, kebiasaan, dan cara seseorang mengekspresikan dirinya dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam cara mengonsumsi barang dan jasa.

Dalam konteks belanja online, gaya hidup terlihat dari cara mahasiswa memilih produk, frekuensi belanja, serta alasan membeli yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga pada keinginan, tren, dan simbol status sosial. Pada mahasiswa, terutama mahasiswa perantau, gaya hidup sering dipengaruhi oleh lingkungan baru, pergaulan, dan tuntutan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sosial. Karena itu, belanja online dapat berfungsi sebagai sarana membangun identitas diri sekaligus mengikuti standar sosial tertentu.

3. Konsep Mahasiswa Perantau

Menurut Laura Putri Anggraini dkk (2023), status sebagai “anak rantau” membawa konsekuensi pada kebutuhan akan kontrol diri (*self-control*) yang tinggi. Hal ini dikarenakan mereka menghadapi lingkungan baru yang menawarkan berbagai kemudahan (seperti akses belanja *online*) tanpa ada pendampingan langsung dari keluarga, sehingga mereka rentan terhadap perubahan perilaku seperti perilaku konsumtif jika tidak memiliki kendali diri yang kuat.

Mahasiswa perantau adalah mahasiswa yang menempuh pendidikan di luar daerah asalnya dan hidup jauh dari keluarga. Kondisi ini membuat mereka lebih mandiri dalam mengatur kebutuhan sehari-hari, termasuk kebutuhan konsumsi. Dalam situasi seperti ini, belanja online sering menjadi solusi praktis karena lebih mudah diakses dibandingkan belanja langsung. Mahasiswa perantau juga rentan mengalami pengaruh lingkungan sosial baru, terutama jika tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik. Penelitian menunjukkan bahwa

pada mahasiswa perantau, rendahnya *self-control* dapat berkaitan dengan meningkatnya perilaku konsumtif dalam belanja *online*

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk membangun pengetahuan berdasarkan perspektif konstruktif, yaitu makna yang bersumber dari pengalaman individu, nilai-nilai sosial, serta latar belakang yang melingkupinya. Dalam pendekatan ini, pengetahuan diperoleh dari hasil pemahaman peneliti terhadap pengalaman dan penjelasan yang disampaikan langsung oleh informan (Fiantika et al., 2022). Pendekatan ini digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam peran perempuan dalam *home industry* pengolahan singkong di Kampung Adat Cireundeu, yang tidak hanya berkaitan dengan aktivitas produksi, tetapi juga dengan nilai-nilai budaya dan praktik sosial yang menyertainya.

Penelitian berfokus pada keterlibatan perempuan dalam proses produksi, kontribusinya dalam perekonomian keluarga, perannya dalam pemberdayaan, serta keterkaitannya dengan pelestarian budaya lokal. Fokus ini dipilih agar penelitian dapat melihat peran perempuan secara utuh, tidak hanya sebagai pelaku produksi, tetapi juga dalam kehidupan rumah tangga dan masyarakat. Pendekatan kualitatif digunakan karena mampu menjelaskan bahwa aktivitas pengolahan singkong bukan sekadar kegiatan ekonomi, melainkan juga bagian dari praktik sosial dan budaya yang dijalankan sehari-hari.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah perempuan yang terlibat dalam aktivitas *home industry* pengolahan singkong di Kampung Adat Cireundeu. Teknik pemilihan informan dilakukan menggunakan purposive sampling, yaitu pengambilan sampel non-probabilitas di mana peneliti secara sengaja memilih informan berdasarkan relevansinya terhadap pertanyaan penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan kontekstual (Tajik et al., 2024). Kriteria tersebut meliputi perempuan yang terlibat secara aktif dalam kegiatan produksi serta memiliki pengalaman dalam aktivitas pengolahan singkong. Selain itu, informan kunci juga dilibatkan untuk memperkuat pemahaman terhadap konteks penelitian, seperti Ketua POKDARWIS sebagai perwakilan pengelola kegiatan dan pelaku usaha yang terlibat langsung dalam operasional.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan semiterstruktur. Teknik ini digunakan agar informan dapat menjelaskan pengalaman dan peran yang dijalankan

secara lebih terbuka, dengan tetap mengikuti fokus penelitian. Selain itu, dilakukan observasi partisipatif untuk melihat secara langsung proses produksi, pola kerja, serta interaksi yang terjadi dalam kegiatan *home industry*. Melalui observasi ini, peneliti dapat memahami bagaimana aktivitas tersebut berlangsung secara nyata di lapangan, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai peran perempuan dalam kegiatan *home industry*.

Analisis data dilakukan secara induktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data dilakukan dengan mengolah data yang diperoleh dari wawancara dan observasi agar sesuai dengan fokus penelitian (Kurniasih et al., 2021). Pada tahap reduksi data, peneliti memilah data yang berkaitan dengan keterlibatan perempuan dalam aktivitas pengolahan singkong di Kampung Adat Cireundeu, sehingga hanya data yang relevan yang digunakan dalam pembahasan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi yang terstruktur untuk memudahkan pemahaman mengenai peran perempuan dalam kegiatan tersebut. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah analisis, sehingga diperoleh pemahaman mengenai peran perempuan dijalankan dalam *home industry* pengolahan singkong di Kampung Adat Cireundeu.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Transformasi Aktivitas Belanja dari Kebutuhan Fungsional Menuju Konstruksi Gaya Hidup

Aktivitas belanja online pada subjek mahasiswa perantau menunjukkan kecenderungan yang fleksibel namun intens, dengan platform Shopee dan TikTok Shop sebagai kanal utama yang paling sering diakses. Berdasarkan data temuan, jenis produk yang mendominasi keranjang belanja adalah makanan, produk fashion, dan skincare. Alasan fundamental yang mendasari pemilihan metode belanja online dibandingkan toko fisik meliputi efisiensi harga yang jauh lebih murah, ketersediaan barang yang terbatas di lokasi domisili saat ini, serta keterbatasan waktu yang dimiliki mahasiswa untuk berbelanja secara konvensional. Intensitas belanja ini mencapai puncaknya pada momen-momen tertentu, khususnya saat platform menyediakan promo besar-besaran atau ketika stok kebutuhan pribadi mulai menipis.

Transformasi belanja dari pemenuhan kebutuhan menjadi konstruksi gaya hidup terlihat jelas dari tingginya pengaruh ekosistem digital terhadap keputusan konsumsi. Aktivitas belanja online dipicu oleh keinginan untuk mengikuti tren yang sedang populer demi menjaga relevansi sosial di lingkungan sebaya. Media sosial dan testimoni teman sejawat memegang

peranan krusial yang menciptakan perasaan "*up to date*" atau merasa selaras dengan perkembangan zaman. Bagi mahasiswa perantau, mengonsumsi barang-barang tren bukan sekadar kepemilikan materi, melainkan bentuk partisipasi sosial agar tidak merasa tertinggal dari dinamika identitas kelompoknya.

Lebih lanjut, hasil penelitian mengungkap bahwa belanja online memiliki fungsi psikologis dalam menunjang aktivitas akademik. Penampilan fisik yang terjaga melalui produk fashion dan perawatan diri yang dibeli secara daring diakui menjadi stimulan semangat dalam menjalani perkuliahan di kampus. Meski berada dalam keterbatasan finansial sebagai perantau, subjek tetap memprioritaskan konsumsi pada aspek penampilan untuk menjaga citra diri dan status sosial. Hal ini menunjukkan bahwa komoditas yang dibeli secara online telah menjadi instrumen "manajemen kesan" agar tetap tampil percaya diri di ruang publik.

Terakhir, ditemukan adanya pergeseran pola konsumsi yang kontradiktif, di mana niat awal untuk berhemat sering kali berubah menjadi perilaku impulsif. Ketertarikan yang tinggi terhadap promo diskon menjadi pemicu utama pembelian barang yang tidak terencana. Secara sosiologis, jarak geografis dari orang tua turut memengaruhi pola ini karena berkurangnya kontrol sosial langsung terhadap manajemen keuangan harian. Kebebasan otonom yang dimiliki mahasiswa perantau dalam mengelola dana saku cenderung membuat mereka lebih rentan terhadap stimulasi pemasaran digital, sehingga batasan antara kebutuhan fungsional dan keinginan impulsif menjadi semakin kabur.

Implikasi Sosiologi Ekonomi terhadap Pengelolaan Keuangan pribadi

Transaksi digital menghilangkan sensasi kehilangan uang (*pain of paying*) yang biasa dirasakan saat menggunakan uang tunai. Angka di layar ponsel tidak memberikan efek psikologis yang sama seperti saat menyobek lembaran rupiah. Akibatnya, mahasiswa rantau cenderung membelanjakan lebih banyak dari anggaran yang telah ditetapkan. Narasumber mengakui proporsi belanja online idealnya 20-30% dari uang saku, namun realitanya sering menembus 40% terutama saat momen tanggal kembar. Fitur PayLater semakin mempertebal ilusi likuiditas ini, membuat mahasiswa merasa memiliki uang lebih dari yang sebenarnya tersedia.

Pembengkakan anggaran belanja online berdampak langsung pada penurunan kualitas konsumsi kebutuhan pokok di akhir bulan. Uang yang seharusnya dialokasikan untuk makan bergizi atau kebutuhan mendesak lainnya seringkali telah "hangus" untuk pembelian impulsif.

Narasumber menceritakan pengalaman harus makan nasi dengan telur dan kecap selama sehari-hari karena dana bulanan telah tersedot untuk membeli hoodie dan skincare yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Ini menunjukkan bahwa konsumsi simbolik telah menggerus alokasi untuk konsumsi fungsional.

Jarak fisik dari orang tua menciptakan ruang otonomi finansial yang nyaris tanpa pengawasan. Di kampung halaman, setiap pembelian melalui proses negosiasi dan kontrol langsung keluarga. Di rantau, mahasiswa dapat melakukan checkout kapan saja tanpa ada yang melarang atau mempertanyakan urgensi pembelian. Kekosongan fungsi kontrol eksternal ini kemudian diisi oleh algoritma platform yang justru mendorong konsumsi lebih tinggi melalui notifikasi flash sale dan voucher terbatas.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas belanja online pada mahasiswa perantau di UIN Sunan Gunung Djati Bandung telah mengalami transformasi dari pemenuhan kebutuhan fungsional menjadi konstruksi gaya hidup. Aktivitas konsumsi tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti tren, media sosial, dan lingkungan pergaulan, yang mendorong individu untuk mempertahankan identitas dan eksistensi sosial. Intensitas belanja yang relatif tinggi, terutama pada produk makanan, fashion, dan perawatan diri, menunjukkan adanya pergeseran konsumsi ke arah simbolik. Kemudahan akses platform digital, strategi promosi, serta fitur pembayaran seperti PayLater turut memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif dan pembelian impulsif.

Dari perspektif sosiologi ekonomi, perilaku konsumsi mahasiswa perantau dipengaruhi oleh kondisi sosial berupa minimnya kontrol eksternal dari keluarga serta meningkatnya otonomi dalam pengelolaan keuangan. Selain itu, faktor psikologis, seperti kebutuhan akan kenyamanan dan kepercayaan diri, turut mendorong intensitas konsumsi. Dampak yang ditimbulkan adalah kurang optimalnya pengelolaan keuangan pribadi, yang ditandai dengan pembengkakan pengeluaran dan berkurangnya pemenuhan kebutuhan primer. Maka, fenomena belanja online pada mahasiswa perantau menunjukkan keterkaitan erat antara aktivitas ekonomi, kondisi sosial, dan dinamika psikologis, yang secara simultan membentuk pola konsumsi dan perilaku keuangan individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. I., & Lestari, S. (2023). Pengaruh kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna PayLater. *Cognicia*, 11(2), 119–128. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28074>
- Anisa, N. A., & Susanti, D. (2023). Pengaruh kemudahan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan Shopee PayLater. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(1), 122–133. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v26i1.8939>
- Arifin, Z., & Fitriani, L. R. (2022). Perilaku konsumtif mahasiswa pada marketplace Shopee. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 115–122.
- Fauzi, A., & Lestari, S. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 88–98. <https://doi.org/10.33627/es.v7i1.1968>
- Jehamat, L., Gero, H. M. E., & Meka, C. E. (2024). Habitus belanja online dan tren gaya hidup shopaholic di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Nusa Cendana: Perspektif cultural studies. *Jurnal Politik*, 4(1), 1–15.
- Rianti, W., & Nurlita, N. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna PayLater. *Indonesian Journal of Sharia Economics*, 2(2), 101–110.
- Wahyuni, S., Aulia, R. R., Herman, M., & Riska, R. (2025). Fenomena jual beli online dari tinjauan Herbert Marcuse: Studi kasus mahasiswa Pendidikan Sosiologi Unismuh Makassar. *GURUKU: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 3(4), 64–78. <https://doi.org/10.59061/guruku.v3i4.1231>
- Amanda, C. D., Harahap, A. R., Anggraini, D., & Sari, D. P. (2024). Analisis penggunaan Shopee PayLater terhadap minat belanja online pada kalangan mahasiswa di Universitas Medan Area. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 15123–15129. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i4.38662>
- Hasibuan, N. L., Rukmana, Y. P., Hasibuan, A. D. P., Al Fauzan, A., & Nst, S. S. (2025). Perilaku konsumtif mahasiswa di era digital pada penggunaan e-wallet dan e-commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen (JIEM)*, 3(6), 1–15. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i6.5232>
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh fitur Shopee Paylater, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 13(02), 554–566.

<https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>

- Lutfiah, P. S. (2026). Pengaruh digital payment, gaya hidup dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion di e-commerce [Skripsi Sarjana, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto]. Repository UIN Saizu. <https://repository.uinsaizu.ac.id/34997/>
- Subedi, P. P., Sharma, B., & Bhandari, S. (2025). From financial literacy to saving behavior: The psychological mediation of financial attitude among students. *SOMTU Journal of Business and Management Research*, 3(1), 67–82. <https://doi.org/10.3126/sjbmr.v3i1.91063>
- Tim Peneliti Donghua University. (2025). “You only buy what you love”: Understanding impulse buying among college students through values, emotion, and digital immersion. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(4), 271. <https://doi.org/10.3390/jtaer20040271>
- Baderi, B. (2026). Kepercayaan dan persepsi risiko sebagai penentu minat belanja online konsumen. *Jurnal Informatika dan Bisnis*, 14(2), 133–141. <https://doi.org/10.46806/jib.v14i2.1487>
- Septiani, A., Hia, A. C., Syahira, A. D., Amelia, R., & Wardani, W. P. (2025). Understanding students’ consumption behavior: The role of digital payment, financial literacy, and lifestyle. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(03), 1–15. <https://doi.org/10.59422/jeb.v3i03.973>
- Ningsih, M., & Anita, N. (2025). The influence of FOMO and self-control on personal financial management with impulsive buying behavior as a mediating variable among ShopeePayLater user students. *Majapahit Journal of Islamic Finance and Management*, 5(4), 3872–3884. <https://doi.org/10.31538/mjifm.v5i4.666>.