

Vol. 2 No. 2, Juli-Desember 2018

ISSN: 2579-9703 (P)

ISSN: 2579-9711 (E)

Academica

Journal of Multidisciplinary Studies

Vol. 2 No. 2, Juli-Desember 2018

ISSN: 2579-9703 (P)

ISSN: 2579-9711 (E)

Academica

Journal of Multidisciplinary Studies

Editorial Team

Editor-In-Chief

Ahmad Saifuddin, IAIN Surakarta

Editorial Board

Mudofir, IAIN Surakarta

Syamsul Bakri, IAIN Surakarta

Editor

Ferimeldi, IAIN Surakarta

Abraham Zakky Zuhazmi, IAIN Surakarta

Akhmad Anwar Dani, IAIN Surakarta

Fuad Hasyim, IAIN Surakarta

Lintang Seira Putri, IAIN Surakarta

Alamat Redaksi:

IAIN (State Institute for Islamic Studies) Surakarta

Jln. Pandawa No. 1 Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Central Java, 57168

website: ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/academica

e-mail: journal.academica@gmail.com | journal.academica@iain-surakarta.ac.id

Academica

Journal of Multidisciplinary Studies

Daftar Isi

- Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Sumber Daya Manusia (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di LQ-45 Tahun 2017)*
Agus Waloya 189-198
- Pengaruh Discount, Brand Image, dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying*
Andini Kartika Sari 199-211
- Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Internal Fraud pada Unit Usaha Syariah Tahun 2017*
Ayu Irmasari Raharjanti 213-222
- Analisis Pengaruh Corporate Governance terhadap Pengungkapan Islamic Social Responsibility Disclosure*
Della Putri Apriliana 223-231
- Analisis Kinerja Lembaga Zakat Infaq dan Shodaqoh Dengan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus pada Lazis Al-Ihsan Jawa Tengah Cabang Solo Raya)*
Lulu Syifa Pratama 233-246
- Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) terhadap Biaya Auditor Eksternal (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks LQ-45 Tahun 2017)*
Yuliana Duwi Cahyaningsih 247-257

<i>Pengaruh Environmental Performance terhadap Economic Performance (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2016-2017)</i>	
Riska Nur Aisyah	259-268
<i>Analisis Portofolio Optimal Perusahaan Terdaftar di IHSG dengan Metode CAPM dan Markowitz</i>	
Rahma Suci Hidayati	269-279
<i>Analisis Pengelolaan dan Pencatatan Akuntansi pada Lembaga Amil Zakat Solopeduli</i>	
Qonita Nur Baiti	281-292
<i>Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan ZIS FEBI IAIN Surakarta</i>	
Latifah Nur Baiti	293-302
<i>Perbandingan Perlindungan Disabilitas di Indonesia dan Malaysia: Tinjauan Maqasid Asy-Syari'ah</i>	
Putri Kartikasari	303-312
<i>Go-Food dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa IAIN Surakarta</i>	
Siti Ulil Hidayati Walaf Doliyah	313-318
<i>Gadget dan Interaksi Sosial di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FUD IAIN Surakarta)</i>	
Nur Kholifah	319-329
<i>Kajian Semiotika Al-Qur'an Makna Fanatisme dalam Verba "farraqu diinahum" Q.S. Ar-Rum: 30-37</i>	
Muhamad Irsyadi Fahmi	331-343
<i>Pencurian yang Dilakukan Anak di bawah Umur Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif</i>	
Siti Sulistia Wati	345-355



Go-Food dan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa IAIN Surakarta

Siti Ulil Hidayati Walaf Doliyah
IAIN Surakarta

Abstract

The research aims to determine the impact of the Go-Food platform on the consumptive lifestyle among students. With a qualitative approach, the study tried to identify how Go-Food facilitates a variety of student needs, especially for students who have a consumptive lifestyle. The interview was conducted against 12 students who routinely use Go-Food to buy food. To enrich the discussion, theoretical studies are also conducted. The results showed that Go-Food presence can facilitate a variety of student needs, but not to the extent of excessive consumptive.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan platform Go-Food terhadap gaya hidup konsumtif pada kalangan mahasiswa. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi bagaimana Go-Food memfasilitasi berbagai kebutuhan mahasiswa, terutama bagi mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif. Wawancara dilakukan terhadap 12 mahasiswa yang rutin menggunakan Go-Food untuk membeli makanan. Untuk memperkaya pembahasan, kajian teoretis juga dilakukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keberadaan Go-Food dapat memfasilitasi berbagai keperluan mahasiswa, namun tidak sampai pada taraf konsumtif yang berlebihan.

Keywords: konsumtif, Go-Food, students

Corresponding Author:

ulilsolo2017@gmail.com

PENDAHULUAN

Jaman internet merupakan masa di mana kebanyakan orang mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam melakukan aktivitas hidup. Menurut Seto Herwandito (2011: 424) Pada tahun 1990-an adanya internet, munculnya perusahaan raksasa seperti *Microsoft, Intel dan Apple*, dan realisasi ekonomi informasi global. Bentuk-bentuk layanan dalam internet yang bisa ditemukan adalah *Ebay, Amazon, Yahoo, Google*, dan lain sebagainya. Hal ini merupakan suatu rangkaian akan adanya *New Media*. Dengan lahirnya *New Media* atau media baru yaitu internet berbasis jaringan, banyak informasi-informasi yang mudah untuk diketahui. Segala kebutuhan mulai dari bidang kesehatan, politik, kebudayaan, *fashion, sport*, pendidikan, ekonomi dan hal yang lain bisa di dapatkan di dalam internet.

Semakin mudahnya *new media* dengan media *online* seperti yang dikemukakan oleh Chatia Hastasari (2011:232) bahwa banyak sumber daya di media *online* gratis, orang dapat dengan mudah mendapatkan informasi dengan hanya menggunakan mesin pencari untuk menjelajah melalui internet. Bahkan hampir semua perusahaan memanfaatkan *new media* sebagai penunjang dalam meraih keuntungan yang akan dicapai. Seperti halnya perusahaan jasa layanan ojek *online* yang sekarang mulai marak di kalangan masyarakat salah satunya yaitu Go-Jek, yang didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo ini tidak hanya menyediakan layanan jasa berupa antar jemput pengguna saja, akan tetapi juga berupa layanan membeli dan mengantarkan makanan yang telah dipesan pengguna melalui aplikasi tersebut. Layanan jasa ini yang ditawarkan *Go-food* ini memudahkan masyarakat untuk mendapatkan makanan yang diinginkan sesuai selera, hanya dengan meng-klik pilihan menu yang ada dalam aplikasi. Pengguna hanya butuh waktu beberapa menit untuk menunggu makanan tersebut sampai di rumah.

Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan aplikasi *Go-food* telah banyak dinikmati oleh masyarakat, termasuk mahasiswa IAIN Surakarta. Dalam penggunaannya, tentunya dari setiap mahasiswa mempunyai latar belakang yang berbeda sebelum memesan makanan

melalui aplikasi *Go-Food*. Latar belakang kondisi yang demikian peneliti ingin mengetahui apakah gaya hidup konsumtif mahasiswa IAIN Surakarta dipengaruhi oleh *Go-Food*.

Teori Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan tingkat keseringan seseorang dalam mengonsumsi sesuatu sesuai dengan hasrat pada diri mereka masing-masing. Sedangkan menurut (Tambunan, 2003) kata “konsumtif” sering diartikan sama dengan “konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Ada tiga tipe perilaku konsumtif menurut Moninka 2006, yaitu

:

1. Konsumsi Adiktif (*Addictive Consumption*), yaitu mengonsumsi barang atau jasa karena ketagihan.
2. Konsumsi Kompulsif (*Compulsive Consumption*), yaitu berbelanja secara terus menerus tanpa memerhatikan apa yang sebenarnya ingin dibeli.
3. Pembelian Impulsif (*Impulse Buying* atau *Impulsive Buying*). Pada *impulse buying*, produk dan jasa memiliki daya guna bagi individu. Pembelian produk atau jasa tersebut biasanya dilakukan tanpa perencanaan.

Dari ketiga perilaku konsumtif yang diungkapkan oleh Moninka mengacu pada keinginan individu dalam mengonsumsi sesuatu untuk memenuhi hasrat keinginannya dengan ukuran angka, kuantitas dan keseringan. Perilaku konsumtif biasanya dipengaruhi oleh kebutuhan yang diinginkan seseorang tanpa adanya *self control* dari dalam diri. Sesuai pendapat dari jurnal e-Biomedik dalam hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumtif, menjelaskan bahwa *self control* menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan. Seseorang

yang memiliki *self control* yang rendah sering mengalami kesulitan menentukan konsekuensi atas tindakan mereka. Seseorang dengan *self control* yang tinggi sangat memerhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi.

Dengan hadirnya teknologi *new media* yang semakin berkembang semakin memudahkan seseorang dalam segala hal dan membuat masyarakat rentan dengan berperilaku konsumtif. Dalam *new media* menyuguhkan banyak interaktivitas, *new media* memudahkan penggunaannya untuk berinteraksi atau berkomunikasi di media *digital* dalam berbagai bidang mulai dari ilmu pengetahuan, politik, sampai *e-commerce*. *E-commerce* dalam buku *New Media* teori dan aplikasi menyatakan proses jual beli atau pelayanan melalui sistem elektronik seperti internet dan komputer jaringan yang lain. Jumlah yang besar dalam perdagangan yang dilakukan secara elektronik berkembang secara pesat tersebar dalam pengguna internet. Saat ini pemasaran sudah masuk ke dunia internet, *e-commerce* bukan hanya sebagai medium pemasaran saja melainkan sebagai jasa *online* seperti Go-Jek.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan mengambil studi kasus pada perilaku beberapa mahasiswa IAIN Surakarta. Data primer diperoleh dari wawancara melalui *chatting WhatsApp*. Wawancara dilakukan terhadap 12 mahasiswa dari 4 fakultas IAIN Surakarta, perwakilan 3 orang dari setiap fakultas yang pernah merasakan jasa *Go-Food*.

PEMBAHASAN

***Go-Food* Moda Transportasi Go-Jek**

Go-Jek sendiri merupakan aplikasi dalam *smartphone* yang diunduh melalui *Google Play*, bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon. Kini Go-Jek telah tumbuh menjadi perusahaan penyedia layanan transportasi dan gaya hidup berbasis aplikasi. Aplikasi ini mempunyai jargon "Satu aplikasi untuk semua kebutuhan Anda", sesuai dengan jargon

tersebut Go-Jek membantu dalam berbagai bidang mulai dari jasa transportasi *Go-Ride*, *Go-Car*, *GO-Food*, *Go-Mart*, *Go-Send*, *Go-Box*, *Go-Tix*, *Go-Med*. Jasa layanan pembayaran seperti *Go-Pay*, *Go-Point*, *Go-Pulsa* dan menyediakan jasa layanan *Go-Massage*, *Go-Clean*, *Go-Auto*, *Go-Glam*.

Dari berbagai jasa yang disuguhkan oleh Go-Jek aplikasi ini dilengkapi dengan GPS (*Global Positioning System*) yang dapat memberikan informasi keberadaan pengendara, pengguna dan bisnis lain (restoran dan toko) yang bekerja sama dengan Go-Jek. Di dalam aplikasi Go-Jek terdapat salah satu jasa yaitu *Go-Food* yang membantu pengguna jasa tersebut dalam mendapatkan makanan yang diinginkan. Pengguna jasa dapat memilih makanan sendiri dalam aplikasi tanpa harus keluar rumah, makanan yang diinginkan sudah bisa dinikmati. Seperti yang dinyatakan oleh beberapa informan dari Fakultas Ushuluddin dan Syariah berpendapat bahwa menggunakan jasa *Go-Food* kalau sedang dalam keadaan malas saja dan ketika memesan oleh-oleh untuk dibawa ke kampung halaman. Dari wawancara yang dilakukan layanan *Go-Food* tidak berpengaruh terhadap tingkat konsumtif mereka. Karena mereka memiliki tingkat *self-control* yang tinggi, mereka menyangkan biaya ongkos kirim yang hampir mencapai minimal 6000 rupiah sesuai jarak jauh dekatnya.

Go-Jek dan Perilaku Konsumtif

Perkembangan teknologi internet sudah mulai digunakan oleh masyarakat. Dengan adanya internet, masyarakat sangat terbantu hingga beberapa di antaranya sangat bergantung dengan keberadaan internet. Ketergantungan tersebut sudah merambah ke ranah pencarian kebutuhan pokok seperti pemenuhan kebutuhan fisik (makan). Menyikapi kondisi lingkungan sosial tersebut, hadirilah sebuah aplikasi Go-Jek dengan salah satu layanan berupa *Go-Food* yang menyediakan sebuah jasa untuk membelikan dan mengantar makanan yang telah dipilih sampai di alamat rumah pengguna. Hadirnya aplikasi *Go-Food* menjadi salah satu aplikasi yang digemari oleh kalangan masyarakat tak terkecuali mahasiswa IAIN Surakarta.

Berkaitan dengan tiga perilaku konsumtif yang telah dijelaskan oleh Moningga, menurut hasil wawancara yang telah didapatkan dari 12 mahasiswa yang peneliti jadikan sebagai obyek penelitian, mengatakan bahwa penggunaan layanan *Go-Food* 12 mahasiswa IAIN Surakarta dilatarbelakangi oleh kelaparan saat sedang turun hujan maupun waktu yang menunjukkan sudah tengah malam, sedang malas keluar rumah, poin gratis yang terdapat pada aplikasi pengguna dan padatnya pekerjaan. Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwasanya *Go Food* mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa yaitu mereka masuk dalam salah satu tipe konsumtif menurut Moningga yakni kategori Impulsif yaitu produk dan jasa memiliki daya guna bagi individu. Pembelian produk atau jasa tersebut biasanya dilakukan tanpa perencanaan.

KESIMPULAN

Dalam penelitian yang dilakukan terhadap 12 mahasiswa IAIN Surakarta yang menggunakan jasa aplikasi *Go-Food* terbukti mereka memiliki gaya hidup yang konsumtif. Dengan adanya *Go-Food* pekerjaan terasa semakin mudah dan tidak menghabiskan banyak waktu saat sibuk dengan *deadline*. Menurut tiga tipe Moningga, dari 12 Mahasiswa responden termasuk dalam kategori Impulsif, yakni mereka menggunakan jasa *Go-Food* masih pada taraf yang wajar.

DAFTAR PUSTAKA

Nafisa dan Tri Sudarmanto. *Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap layanan kepuasan jasa transportasi ojek online: studi pada konsumen ojek di Surabaya*. Surabaya: Jurnal Ekonomi.

Fania Darma Amajida. *Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Resiko Perkotaan : studi tentang ojek online gojek di Jakarta*. Jakarta

www.jurnal.usu.ac.id/psikologia jurnal pemikiran dan pemikiran psikologika.

Regina, Cicilia. *Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi*.