

Pengaruh Online Thrift Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado**Oleh:****Putri Kezia Poluan¹****Shirley Y.V.I Goni²****Femmy C.M. Tasik³****Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh *online thrift shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. Teknologi adalah sarana untuk menyediakan barang-barang yang dibutuhkan untuk keberlangsungan hidup manusia. Seiring berjalannya waktu sesuai dengan perkembangan zaman, teknologi dalam masyarakat sudah tidak terhindar lagi karena sudah semakin maju, sehingga sebagian tugas manusia memerlukan teknologi yang dimana berkembang secara terus menerus. Penggunaan teknologi sangat membantu perkembangan umat manusia sehingga mencuatkan nilai-nilai di dalam kehidupan bermasyarakat. Penggunaan internet di masa sekarang ini lebih meningkat sehingga konsumsi pada masa yang konvensional berubah ke jual beli melalui beberapa *platform* dan toko jual beli *online*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan *Online Thrift Shop* merupakan toko *online* yang menjual barang atau produk *fashion* bekas layak pakai. *Online Thrift Shop* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado yang dimana 7 dari 10 informan yang diwawancarai memiliki kecenderungan berbelanja melebihi uang sakunya sebesar 50% atau lebih sehingga membuat informan mengorbankan hal pokok atau hal yang lebih penting, sedangkan lainnya menyukai berbelanja *Online Thrift Shop* tetapi berbelanja kurang dari 50% uang sakunya sehingga tidak perlu mengorbankan kebutuhannya.

Kata Kunci : Pengaruh, Online Thrift Shop, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

¹Mahasiswa Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

²Dosen Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

³Dosen Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang terus bergerak di era Industry 4.0 dan Society 5.0 ini mengakibatkan semua sektor harus mengikuti penggunaan teknologi yang sedang berkembang terutama di bidang teknologi informasi dalam hal ini termasuk para pebisnis atau pedagang yang memasarkan produk melalui media sosial dengan menggunakan aplikasi. Melihat perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini, para penjual ataupun pembeli tidak sulit untuk mencari produk atau barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan karena dapat dilihat atau diakses di berbagai platform media sosial yang ada.

Menurut Kartajaya (2008) menjelaskan bahwa media sosial adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (one to many) menjadi dialog (many to many) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembuka konten menjadi penerbit konten. Media sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan konsumen untuk berbagi pendapat, pemikiran, cara pandang, dan pengalaman (Kaplan & Haenlin, 2010). Media sosial memang salah satu platform yang sama sekali tidak sepih pengunjung apalagi media sosial besar seperti facebook.

Sekarang ini, di seluruh penjuru dunia telah menerapkan digitalisasi pada sendi kehidupan karena memang adanya tuntutan dari perkembangan zaman. Namun saat ini sedang marak dengan munculnya tren online thrift shop, bisa dikatakan penjual barang-barang bekas layak pakai yang saat ini mencuri perhatian masyarakat apalagi kaum milenial. Tren Thrift Shop menjadi pilihan yang ingin tampil modis atau sekedar koleksi fashion. Thrift Shop menjadi hal yang sangat digemari saat ini, barang-barang yang disuguhkan pada thrift shop juga sangat beragam dan banyak sekali barang-barang unik yang dapat ditemukan. Selain barang-barang tersebut unik, terkadang ada makna tersendiri dari pemilik sebelumnya sehingga memiliki keunikan tersendiri pada barang

tersebut. Selain keunikan barang, harga yang ditawarkan juga membuat banyak pembeli melirik barang-barang pada thrift shop yang sedang marak ini. Selain asumsi barang-barang yang dijual dengan harga murah hingga mahal, barang-barang tersebut masih berkualitas bagus ataupun yang berasal dari produk brand terkenal tertentu. Akan tetapi berbeda dengan produk bekas layak pakai secara umum, produk tersebut sudah tidak di produksi lagi dan gaya tren fashion yang terkesan kuno yang mengakibatkan produk tersebut langka di pasaran. Namun, fenomena tersebut justru diminati kalangan generasi milenial apalagi mahasiswa yang dikenal dengan gaya hidup serba praktis dan dekat dengan teknologi informasi sehingga gaya fashion pun turut berkembang dengan cepat. Dengan memanfaatkan situs media sosial, pembeli bisa bertransaksi dengan mudah tanpa harus datang ke toko. Dikalangan milenial apalagi mahasiswa, fenomena ini menarik karena dalam kondisi serba sulit namun tren thrift shop menjadi sebuah tren baru yang menarik hati. Tren ini mampu menarik minat anak muda karena adanya keunikan dari barang yang dijual tersebut, misalnya dari brand ternama, limited edition, dan lainnya.

Adanya gaya hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari mereka, ini dapat menimbulkan minat seseorang untuk membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka salah satunya yaitu fashion. Keterlibatan fashion mengacu pada gaya seseorang dari cara mereka berpakaian oleh minat seseorang penampilan. Kesadaran akan fashion diidentifikasi sebagai dimensi penting dari gaya hidup seseorang yang mempengaruhi perilaku pembelian dan perilaku konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2013:137) minat beli konsumen adalah perilaku konsumen yang mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Sehingga adanya gaya hidup ini

menimbulkan rasa atau keinginan membeli pakaian salah satunya pakaian thrift, yang mana dapat dijadikan sebagai gaya hidup untuk memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, pakaian thrifting saat ini sedang booming sehingga para anak muda berlomba-lomba berburu pakaian thrift tersebut. Dimana timbulnya rasa ingin membeli produk thrifting dari anak muda apalagi mahasiswa membeli pakaian tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pakaian thrift tersebut dikejar oleh anak muda karena pakaian tersebut yang unik dan pakaian tersebut langka yang tentunya tidak pasaran, sehingga para pemburu pakaian thrift ini tidak dapat diukur mereka dari kelas menengah ke atas atau kelas menengah ke bawah.

Tingginya penjualan thrift pada saat ini menyebabkan tingginya minat beli anak muda apalagi mahasiswa untuk membeli pakaian tersebut. Jenis pakaian thrift yang beragam jenisnya, sesuai dengan minat masyarakat untuk memilih model sesuai dengan keinginan mereka. Biasanya yang dibeli kalangan anak muda adalah hoodie, crewneck, kemeja, celana jeans, rok, dan lain sebagainya.

Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang hendak dilakukan sebagai bahan pertimbangan untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian. Tujuan dicantumkan penelitian terdahulu yakni agar peneliti dapat menghindari plagiasi serta memacu peneliti untuk melakukan penelitian dan menganalisis suatu penelitian.

a. Penelitian yang di teliti oleh Anisa Qodari Thohirah dengan judul penelitian “Perilaku Konsumtif Melalui *Online Shopping Fashion* Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta“. Dalam penelitian tersebut,

perilaku konsumtif melalui *online shopping fashion* pada mahasiswi Fakultas Psikologi, terjadi karena adanya pengaruh dari sekeliling lingkungan yang mendukung untuk melakukan perilaku tersebut. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta melakukan perilaku belanja secara berlebihan, melakukan belanja karena kesenangan, pembelian *impulsive*. Perilaku berbelanja yang dilakukan ini sudah menjadi gaya hidup, informan juga rela makan seadanya asal bisa membeli baju *branded* dengan model yang berbeda dari orang lain, serta merasa bangga memiliki banyak baju. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan Teknik pengumpulan data yakni observasi dan wawancara. Lokasi penelitian di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

b. Penelitian yang di teliti oleh Desty Rahmayanti dengan judul penelitian “*Online Shop* dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta” Penelitian ini mengenai perilaku konsumtif mahasiswi dengan adanya *online shop*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh yang ditimbulkan *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Adapun penyebabnya adalah mahasiswi berfikir bahwa *online shop* lebih efisien dalam waktu, terlebih strategi pemasaran yang disajikan melalui iklan serta banyaknya potongan harga yang diberikan menjadi salah satu yang efektif serta mampu menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen. Selain itu, adanya pengaruh kerabat dalam hal pengambilan keputusan yang tanpa disadari seseorang akan meminta pendapat orang lain atau mencari ulasan tentang suatu barang yang sudah banyak digunakan

untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam membeli suatu barang. Informan kadang kala mengorbankan kepentingan pokok untuk berbelanja misalnya tidak makan saat dikampus atau mengambil uang tabungan pribadi untuk berbelanja. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik dan instrumen pengumpulan data yakni wawancara dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti pada dasarnya penelitian kualitatif tidak dimulai dengan sesuatu yang kosong, tetapi dilakukan berdasarkan persepsi seseorang terhadap adanya masalah. Masalah dalam penelitian kualitatif bertumpu pada suatu fokus. Ada dua maksud tertentu yang ingin peneliti capai dalam merumuskan masalah penelitian dengan memanfaatkan fokus. Pertama, penetapan fokus dapat membatasi studi. Jadi, dalam hal ini fokus akan membatasi bidang inkuiri. Kedua, penetapan fokus berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi – eksklusi (inclusion – exclusion criteria) suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan (Moleong, 2014:92-94). Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus adalah pengaruh Online thrift shop terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sering belanja pakaian bekas via online. Peneliti menentukan informan sebanyak 12 orang, yang terdiri dari 2 orang mahasiswa jurusan Ilmu Pemerintahan, 2 orang mahasiswa jurusan Ilmu Administrasi, 2 orang mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, 2 orang mahasiswa jurusan Antropologi, 2 orang mahasiswa jurusan Sosiologi, dan 2 orang sales online thrift shop

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu teknik observasi (pengamatan), *interview* (wawancara) bersama kuesioner (angket), dan dokumentasi

Online Thrift Shop (Pembahasan).

Seiring berkembangnya teknologi yang terus bergerak, mengakibatkan semua sektor harus mengikuti penggunaan teknologi. Saat ini sedang marak dengan munculnya tren online thrift shop, yakni penjual barang-barang bekas layak pakai yang saat ini mencuri perhatian masyarakat apalagi kaum milenial. Berikut ini tanggapan yang diberikan informan B.P (Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan) :

”Menurut kita, Online Thrift Shop itu sangat memudahkan dalam berbelanja karena dia pe layanan tersedia secara Online, so itu torang dapa ba belanja dari rumah”, (Wawancara, 3 Februari 2023).

Dari uraian di atas, informan B.P menjelaskan bahwa Online Thrift Shop sangat memudahkan dalam berbelanja karena tersedia lewat Online sehingga dapat berbelanja dari rumah. Keterangan B.P diperkuat informan C.S (Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi) yang mengatakan :

“Online Thrift Shop menurut ini menurut kita pribadi menjadi salah satu alternatif yang memudahkan masyarakat yang ingin berbelanja dari rumah, Online Thrift Shop ini sudah jadi tren zaman modern ini”, (Wawancara 3 Februari 2023).

Informan C.S menjelaskan adanya Online Thrift Shop ini menjadi salah satu alternatif yang memudahkan untuk berbelanja dari rumah, informan menambahkan bahwa Online Thrift Shop juga sudah menjadi tren pada zaman modern sekarang ini. Informan selanjutnya A.C (Mahasiswi Jurusan Ilmu Administrasi) memberikan keterangan:

“Online Thrift Shop memiliki keunggulan dibanding Thrift offline. Alasan utamanya karena Online Thrift Shop bisa diakses dimana saja dan kapan saja”, (Wawancara, 3 Februari 2023).

Informan A.C menyatakan bahwa Online Thrift Shop sendiri memiliki keuntungan

dibanding penjualan barang bekas di toko ataupun pasar. Karena Online Thrift Shop dapat diakses kapan dan dimana saja tanpa perlu dating ke tempat penjual.

Dari keterangan yang diberikan informan B.P, C.S, dan A.C, peneliti melihat ketiganya menggunakan Online Thrift Shop sebagai media untuk berbelanja. Ketiganya mengungkapkan bahwa Online Thrift Shop memudahkan pembeli dalam berbelanja karena memiliki keunggulan yakni bisa berbelanja kapan saja dan dari mana saja serta sudah menjadi tren sekarang ini.

4.4 Mahasiswa mempertimbangkan keadaan saat akan berbelanja (Konsep Peter M. Blau dalam Teori Pertukaran)

Konsep Peter M. Blau pada pertukaran sosial terbatas pada tingkah laku yang menghasilkan imbalan, yakni tingkah laku yang akan berhenti jika orang tersebut beranggapan bahwa tidak akan ada lagi imbalan yang akan diterima. Terdapat juga unsur lainnya yakni unsur pengorbanan, serta keuntungan yang saling mempengaruhi.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat mahasiswa mampu mempertimbangkan keadaan saat akan berbelanja seperti keterangan yang diberikan informan terkait dengan keadaan dalam mempertimbangkan unsur imbalan yang akan didapatkan ketika akan berbelanja via Online Thrift Shop.

Berikut keterangan yang diberikan informan C.M (Mahasiswa Jurusan Antropologi) :

“Pada saat saya ada uang, saya akan senang ketika berbelanja Online Thrift Shop karena pakaian yang dijual dari Online Thrift Shop merupakan pakaian yang tren di luar negeri dan juga bermerek terkenal, walaupun bekas tapi membuat saya lebih fashionable”, (Wawancara, 6 Februari 2023).

Informan C.M mengungkapkan bahwa dirinya saat ada uang senang berbelanja Online Thrift Shop, karena pakaian yang dijual di Online Thrift Shop merupakan pakaian yang tren luar negeri serta pakaian yang bermerek terkenal. Informan juga mengungkapkan bahwa walaupun pakaian yang dijual adalah pakaian bekas

namun membuat dirinya fashionable (mengikuti tren).

Selanjutnya, peneliti melihat mahasiswa mampu mempertimbangkan keadaan saat akan berbelanja, seperti keterangan yang diberikan informan terkait dengan keadaan dalam mempertimbangkan unsur pengorbanan yang akan didapatkan ketika akan berbelanja via Online Thrift Shop. Berikut keterangan yang diberikan informan A.N (Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi) : “Saya memilih berbelanja Online Thrift Shop ketika saya mempunyai uang jajan lebih. Tetapi, banyak kali saya tertarik dan ingin sekali membeli pakaian di Online Thrift Shop yang saya lihat pada saat saya sedang scroll Facebook. Saat saya dikasih uang bulanan pas-pasan, saya menghemat uang jajan dan makan sehari biasanya tiga kali, saya kurangi menjadi dua kali sehari agar uang yang tersisa saya dapat kumpul dan bisa beli pakaian yang saya lihat di Facebook”, (Wawancara 3 Februari 2023).

Informan menjelaskan, ia memilih berbelanja Online Thrift Shop saat memiliki uang lebih, tetapi ia seringkali tertarik dengan pakaian yang ditawarkan di Facebook sehingga saat tidak memiliki uang yang lebih atau hanya pas-pasan maka ia menghemat uang jajan dan mengurangi jadwal makan dari tiga kali sehari menjadi dua kali sehari demi untuk mengumpulkan uang dan membeli pakaian yang dilihat dari Facebook.

Selanjutnya, peneliti melihat mahasiswa mampu mempertimbangkan keadaan saat akan berbelanja, seperti keterangan yang diberikan informan terkait dengan keadaan dalam mempertimbangkan unsur keuntungan yang akan didapatkan ketika akan berbelanja via Online Thrift Shop. Berikut keterangan yang diberikan informan G.A (Mahasiswi Jurusan Ilmu Pemerintahan) :

“Ketika saya punya uang. Nah saya suka belanja di Online Thrift Shop karena kalo misal baju ya pertama aku suka modelnya yang ga pasaran, harganya juga miring dari yang baru yang dijual di mall, aku sukanya

gitu. Kadang aku juga ngebandingin misal harga di mall berapa dengan yang di Online Thrift Shop lebih murah, ya pastinya aku akan beli yang di Thrift Shop”, (Wawancara 3 Februari 2023).

Informan G.A menyebutkan, ketika punya uang ia suka berbelanja di Online Thrift Shop. Ia mengatakan bahwa ia suka membandingkan harga di mall dengan yang harga Online Thrift Shop, bahkan memang harga Online Thrift Shop itu lebih murah dari mall sehingga tidak bisa dipungkiri bahwa informan akan memilih berbelanja Online Thrift Shop dari pada berbelanja di mall.

Dari keterangan yang diberikan informan C.M, A.N, dan G.A, peneliti melihat ketiga informan tersebut mempertimbangkan keadaan saat akan berbelanja. Dimana ketiga informan tersebut memberikan keterangan berkaitan dengan konsep Peter M. Blau dalam Pertukaran Sosial yakni ketiga informan mengikuti keinginan untuk kepuasan mereka saat akan berbelanja dengan mempertimbangkan unsur imbalan, pengorbanan, dan keuntungan yang dirasakan saat akan berbelanja Online Thrift Shop.

Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Berperilaku Konsumtif

Maraknya Online Thrift Shop membuat banyak mahasiswa untuk terus mengkonsumsi barang yang diinginkan namun bukan kebutuhan. Hal ini juga dipengaruhi oleh dua faktor yang dimana seseorang bisa berperilaku konsumtif yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Efisiensi waktu dan harga yang terjangkau menjadi faktor internal yang mempengaruhi mahasiswa sebagai pelaku konsumtif dari Online Thrift Shop, dan pengaruh kerabat atau teman sebaya juga menjadi faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif karena tidak jarang mahasiswa berkumpul untuk sekedar berbincang soal fashion.

Berikut keterangan yang diberikan informan R.T (Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi) terkait faktor internal yakni efisiensi waktu:

“Sebelum adanya Online Thrift Shop, saya ga suka pergi berbelanja menghabiskan waktu saya di mall ataupun di toko-toko. Tetapi saat adanya Online Thrift Shop ini, saya lebih sering berbelanja karena ini mempermudah saya soalnya gampang karena dalam waktu kosong saya bisa liat-liat tuh barangnya gitu, ga perlu punya waktu khusus untuk ke mall. Jadi dalam waktu apapun kita bisa liat-liat baju terus dibeli. Kemudahannya yang ga perlu buang waktu cuma untuk pergi ke mall. Online thrift shop tinggal order terus tunggu aja dirumah ga perlu nyari dengan ujung-ujungnya ga ketemu terus ngeluarin ongkos”, (Wawancara 3 Februari 2023).

Informan R.T menjelaskan bahwa sebelum adanya Online Thrift Shop ia tidak suka pergi berbelanja. Tetapi, saat ada Online Thrift Shop ia sering berbelanja karena mempermudah ia saat waktu luang untuk berbelanja tanpa perlu cari waktu khusus untuk berbelanja. Ia menyebutkan bahwa di Online Thrift Shop caranya hanya order dan tinggal tunggu barang diantar di rumah dan juga tidak perlu mencari barang yang pada akhirnya tidak dapat tetapi hanya mengeluarkan ongkos.

Selanjutnya keterangan yang diberikan informan V.B (Mahasiswa Jurusan Sosiologi) terkait faktor internal yakni harga yang terjangkau:

“Setelah adanya Online Thrift Shop saya rasa kepenuhan fashion saya terpenuhi, sebenarnya ini juga karena harganya tuh harga mahasiswa banget lah ya. Beda jauh dengan harga di mall juga di took-toko gitu. Jadi pengennya beli aja gitu tapi kadang beli malah ga dipake”, (Wawancara 3 Februari 2023).

Adapun informan V.B mengatakan bahwa setelah adanya Online Thrift Shop ia merasa terpenuhi kepenuhan fashion yang ia inginkan. V.B menyampaikan hal menarik bahwa harga memang yang dicari oleh konsumen terlebih untuk masih yang berstatus mahasiswa. V.B juga merasa suka membeli yang dilihatnya akan tetapi setelah

membeli V.B tidak menggunakan barang tersebut.

Selanjutnya keterangan yang diberikan informan I.S (Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan) terkait faktor eksternal yakni pengaruh kerabat atau teman sebaya:

“Awalnya memang aku ga suka belanja, terus aku tau belanja Online Thrift Shop itu dari temen yang rekomendasiin, terus aku coba dan ternyata asik juga akhirnya yaudah deh semakin suka belanja di Online Thrift Shop ditambah kebetulan barang-barangnya masih bagus banget dan murah”, (Wawancara 3 Februari 2023).

Informan I.S mengatakan awalnya tidak suka berbelanja namun akhirnya ketagihan berbelanja karena direkomendasikan Online Thrift Shop oleh kerabatnya yaitu teman di kampus. Hal yang membuat I.S semakin menyukai belanja di Online Thrift Shop karena asik dan karena kualitas yang baik dengan harga yang murah.

Dari keterangan yang diberikan informan R.T, V.B, dan I.S, peneliti melihat ketiga informan tersebut sebelum adanya Online Thrift Shop berbelanja bukanlah sebuah hobi atau kebiasaan mereka. Namun setelah adanya Online Thrift Shop ini mempengaruhi mahasiswa untuk terus mengkonsumsi barang yang diinginkan dan bukan kebutuhan dari mahasiswa itu sendiri dengan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal perilaku konsumtif dari Online Thrift Shop.

Keberadaan Online Thrift Shop Bagi Para Penjual Produk Fashion.

Keberadaan Online Thrift Shop menjadi sarana jual beli yang tersedia bagi para sales (penjual) dan bagi pembeli atau konsumen. Sarana ini menjadi tempat untuk akses jual beli produk pakaian bekas seperti kaos, jeans, dress, kemeja, hoodie dan juga sepatu yakni lewat media Facebook ataupun Instagram.

Berikut keterangan yang diberikan informan SM (23Thn) Sales:

“Online Thrift Shop menjadi tempat untuk saya berjualan pakaian bekas. Sejak tahun 2019, saya menjual kaos dan hoodie branded

dan menjualnya lewat live facebook dengan pendapatan yang lumayan banyak dari hasil penjualan satu bal segel karena banyak peminat yang membeli”, (Wawancara 4 Februari 2023).

Informan SM mengungkapkan bahwa sejak 2019, Online Thrift Shop menjadi sarana ia menjual pakaian bekas lewat media live facebook dengan menjual kaos dan juga hoodie yang bermerek sehingga menghasilkan pendapatan yang banyak. Selanjutnya keterangan yang diberikan SM diperkuat oleh AP (25Thn) sales:

“Kita pilih jadi penjual thrift shop di Facebook karna di facebook so ada grup jual beli for ba live bajual deng kita rasa dia pe pendapatan besar apalagi kalo jual bal kaos banyak yang suka ja beli apale anak muda dorang suka skali ja ba beli kaos thrift pa kita”, (Wawancara 4 Februari 2023).

Informan AP menjelaskan bahwa ia memilih menjadi penjual Online Thrift Shop di facebook dengan menjual kaos mendapatkan keuntungan atau pendapatan yang besar karena banyak peminat apalagi kalangan muda.

Dari keterangan yang diberikan SM dan AP, peneliti melihat kedua informan menjadikan facebook sebagai sarana jual beli Online Thrift Shop. Dengan mendapatkan keuntungan atau pendapatan yang banyak dari hasil jual produk fashion. Adapun peminat atau konsumen dari Online Thrift Shop sendiri yaitu kalangan anak muda.

Penutup

Kesimpulan

Online Thrift Shop merupakan toko *online* yang menjual barang atau produk *fashion* bekas layak pakai. *Online Thrift Shop* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado yang dimana 7 dari 10 informan yang diwawancarai memiliki kecenderungan berbelanja melebihi uang sakunya sebesar 50% atau lebih sehingga membuat informan mengorbankan hal pokok atau hal yang lebih penting, sedangkan lainnya menyukai

berbelanja *Online Thrift Shop* tetapi berbelanja kurang dari 50% uang sakunya sehingga tidak perlu mengorbankan kebutuhan pokoknya.

Dengan memperhatikan unsur imbalan, pengorbanan serta keuntungan, mahasiswa mengikuti keinginan dan kepuasan mereka saat berbelanja. Kemudahan yang ditawarkan *Online Thrift Shop* memang menjadi faktor utama yang menjadikan mahasiswa merasa ingin dan membeli. Efisiensi waktu memudahkan mahasiswa untuk berbelanja kapanpun dan dimanapun, tidak perlunya lagi mengeluarkan biaya lebih hanya untuk berbelanja, harga yang ditawarkan pun terbilang murah serta pilihan produk *fashion* yang beragam. Dalam hal ini pun kerabatlah yang menjadi salah satu faktor mahasiswa menyukai berbelanja di *Online Thrift Shop* karena adanya ulasan tentang suatu barang yang digunakan untuk mendapatkan hasil dan kepuasan maksimal dalam membeli suatu produk *fashion*. Inilah pengaruh *Online Thrift Shop* yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Saran

Diharapkan untuk lebih mengutamakan kebutuhan pokok yang memang dibutuhkan bukan sekedar keinginan. Kiranya bisa mengontrol perilaku konsumtif dan lebih bijak mengatur keuangan sehingga tidak terjadi pemborosan apalagi mengorbankan hal yang lebih penting hanya dengan mengikuti hasrat semata.

Peneliti menyarankan supaya ada penelitian selanjutnya agar dapat mengalih lebih dalam lagi terkait *Online Thrift Shop* dan perilaku konsumtif serta penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan

Daftar Pustaka

Doyle, P. J. 1944. Teori Klasik dan Modern. Jakarta : PT Gramedia

- Kanto, Sanggar. 2011. Perspektif Modernisasi dan Perubahan Sosial. Malang: UB Press
- Kaplan, A.M & Haelin, M. 2010. Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Bussines Horizons
- Kartajaya, Hermawan. 2008. New Wave Marketing. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kharis, I. F. 2011. Skripsi. Studi mengenai Impulsive Buying dalam penjualan online. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip.,Keller, Kevin L. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Lumbantoran, Magdalena. 1992. Ensiklopedi, Ekonomi, Bisnis & Manajemen. Jakarta. Cipta Adi Pustaka.
- Miranda, Sofia. 2017. Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. JOM VISIP Vol.4 (1): 7
- Moleong, L. J. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. Perkembangan perilaku konsumtif dan fashion di Indonesia. Jakarta: Rajawali Pers
- Rahmayanti, Desty. 2017. Skripsi. Online Shop dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rianse, Usman dan Abdi. 2012. Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi, 2012, Bandung: Alfabeta.
- Ritzer, G dan Goodman D. J. 1995. Teori Sosiologi. Yogyakarta : Kreasi Wacana

- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam iklan*. Cv. Alfabeta: Bandung.
- Solomon, M. R. 2007. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey, Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Thohiroh. Anisa Qodaryl. 2015. *Skripsi. Perilaku Konsumtif melalui Online Shopping Fashion pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- <https://dashboard.unsrat.ac.id/Akademik/rekapMahasiswa>
- <http://yunizasyafutrieza.blogspot.co.id>, di akses 4 November 2022