***COMPULSIVE BUYING* MAHASISWA PADA MASA PANDEMI *COVID*-19**

***COMPULSIVE BUYING OF STUDENTS IN THE PANDEMIC TIME COVID-19***

**Zella Martin Rahmasari**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Zella.martin98@gmail.com

0896 9300 0047

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami tentang *compulsive buying* yang terjadi pada mahasiswa di masa pandemi *covid*-19 saat ini. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi *non* partisipan dan wawancara mendalam. Partisipan dan Informan yang terlibat pada penelitian ini berjumlah enam orang mahasiswa yang berusia 20-22 tahun. Hasil penelitian menunjukkan beberapa partisipan melakukan perilaku berbelanja yang berbeda-beda. Hal ini dapat dilihat berdasarkan beberapa pertanyaan penelitian yang diajukan pada penelitian ini; pertama, berisi *central question* yaitu; bagaimana makna atau arti dari *compulsive buying* pada mahasiswa saat masa pandemi *covid*-19. Kedua, berisi *topical question* yaitu; apasaja komponen dari *compulsive buying* pada mahasiswa. Apasaja faktor-faktor pengaruh perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa. Serta, apasaja tipe-tipe perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa.

**Kata kunci:** Mahasiswa, Compulsive, Compulsive Buying, Covid-19.

***ABSTRACT***

*This research aims to understand about compulsive buying that is happening to students during the current Covid-19 pandemic. Data collection methods used were non-participant observation and in-dept interviews. Participant and informants involved in this study were six student aged 20-22 years. The results showed that several participants had different shopping behaviors. This can be seen based on several research questions posed in this study; the first contains a central question, namely; what is the meaning or meaning of compulsive buying to students during the Covid-19 pandemic. The second contains tropical questions, namely; what are the components of compulsive buying to students. What are the factors that influence the compulsive buying behavior of students. And, what are the types of compulsive buying behavior among students.*

***Keywords****: Students, Compulsive, Compulsive Buying, Covid-19*

**PENDAHULUAN**

Sejak awal Januari 2020, perkembangan dunia saat ini sedang masuk kedalam keadaan darurat global disebabkan karena adanya masa pandemi *covid- 19*, virus ini telah menginfeksi hampir seluruh negara di dunia (Haryanti, Nadar & Syaikhu, 2020). Situasi saat ini merupakan fenomena luar biasa yang terjadi di bumi pada abad ke 21, yang skalanya mungkin dapat disamakan dengan Perang Dunia II, karena *event-event* skala besar (pertandingan-pertandingan olahraga internasional) hampir seluruhnya ditunda bahkan dibatalkan. Kondisi ini pernah terjadi hanya pada saat terjadi perang dunia saja, tidak pernah ada situasi lainnya yang dapat membatalkan acara-acara tersebut (Riksa, 2020).

Pada masa pandemi *covid-19* saat ini, membuat sejumlah masyarakat untuk tetap berada di rumah atau menghindari berpergian yang tidak perlu guna mencegah penularan *covid-19*, namun yang terjadi berkegiatan di rumah ternyata menimbulkan fenomena *compulsive buying* atau membeli barang dengan tidak terkontrol (Hardiyanto, 2020). Lebih lanjut, hal ini terjadi pada saat pemerintah menerapkan *Work From Home* (WFH) di masa pandemi yang menyebabkan masyarakat memiliki kebiasaan baru yaitu *compulsive buying* (Hardiyanto, 2020). Kotler (2000), mengungkapkan bahwa teori pemasaran yang dilandasi oleh bauran pemasaran kini mengalami pergeseran. Konsumen dalam hal ini masyarakat lebih mementingkan untuk pemenuhan kebutuhan pokok yang dapat menunjang untuk bertahan hidup. Situasi telah mengubah persepsi masyarakat ke dalam tingkat psikologis yang baru dalam menentukan keputusannya untuk melakukan pembelian terhadap barang-barang kebutuhan pokok (Purnama, 2020). Dalam situasi normal, produk, harga, dan tempat mampu berpengaruh langsung terhadap keputusan membeli, namun dalam kondisi darurat, maka akan menimbulkan hasil yang lain (Martinus, 2020).

Mitchell (2009), mengemukakan bahwa individu yang masuk dalam kategori *compulsive buying* rata-rata berada pada usia dewasa awal atau memasuki usia dua puluh tahunan, walaupun kemungkinan ada juga individu berusia 30 tahunan. Hasil riset yang dilakukan oleh AC Nielsen (2006), ditemukan bahwa Indonesia adalah negara kedua di Asia yang memiliki penggila belanja terbanyak. Berdasarkan survey lain *Singapore Tourism Bords* (2008), pengunjung terbesar *Singapore Great Sale* adalah orang Indonesia (Riyanto, 2014). Penduduk Indonesia memang menjadi target sasaran dari berbagai perusahaan di negara lain seperti Singapura, Malaysia, Hongkong, Thailand dan negara-negara di Eropa karena dinilai memiliki tingkat konsumsi yang tinggi (Soelaeman, 2009). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Indonesia memiliki tingkat konsumtif belanja yang tinggi dan memiliki kecenderungan pembelian yang kompulsif.

**METODE**

Penelitian ini menggunakan salah satu jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode atau pendekatan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan fenomenologi. Husserl (2009), mengartikan fenomenologi sebagai: 1) pengalaman subyektif atau pengalaman fenomenologikal; 2) suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Selanjutnya, Alsa (2004), mengungkapkan bahwa penelitian dengan pendekatan fenomenologis berusaha memahami makna dari sutau peristiwa dan saling berpengaruh dengan manusia dalam situasi tertentu.

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan wawancara mendalam dan observasi *non* partisipan. Selanjutnya data yang berwujud kata-kata dari hasil penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif, di mana data yang diperoleh dari lapangan seperti wawancara mendalam dan observasi *non*-partisipan akan diolah kemudian disajikan dalam bentuk tulisan. Menyangkut analisis data kualitatif, Husaini dan Purnomo (2009) mengungkapkan tahapan-tahapan dalam analisis data yaitu; reduksi data dan penyajian data. Selanjutnya, data yang diperoleh dalam penelitian ini juga dioleh dengan metode komparatif untuk menemukan persamaan dan perbedaan masing-maisng partisipan, mencari jawaban mendasar tentang sebab dan akibat dengan faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah melalui proses analisis data di peroleh hasil-hasil penelitian yang menunjukkan bahwa seluruh partisipan dalam penelitian ini memiliki cara berbelanja yang berbeda-beda. Hasil penelitian ini menunjukkan dengan jelas identitas partisipan, kegiatan belanja partisipan saat masa pandemi, faktor yang mempengaruhi partisipan dalam melakukan *compulsive buying* di masa pandemi *covid*-19, dan bagaimana tipe-tipe perilaku *compulsive buying* pada masa pandemi *covid*-19 saat ini.

Data yang di peroleh dari hasil wawancara partisipan dan informan akan diuraikan dalam bentuk narasi deskriptif. Semua data hasil penelitian ini diuraikan berdasarkan fokus pertanyaan penelitian. Peneliti menjabarkan hasil penelitian berdasarkan dua kategori pertanyaan penelitian. *Pertama*, Arti atau makna *compulsive buying* menurut partisipan saat masa pandemi. *Kedua*, apasaja komponen, faktor pengaruh, dan tipe-tipe perilaku *compulsive buying* yang dilakukan partisipan pada masa pandemi.

Dalam penelitian ini melibatkan tiga orang mahasiswa sebagai partisipan. Partisipan pertama berinisial RS usia 20 tahun. Partisipan pertama ini merupakan mahasiswa di salah satu Universitas yang berada di Kota Yogyakarta, di masa pandemi saat ini RS masih sering berbelanja untuk kebutuhan hidupnya dan mengaku senang dengan kegiatan berbelanja. Partisipan kedua berinisial YN usia 21 tahun. Partisipan kedua ini merupakan mahasiswa di salah satu Universitas di Kota Yogyakarta, YN mengungkapkan bahwa dirinya senang melakukan kegiatan berbelanja terlebih lagi bersama teman-temannya. Pada masa pandemi saat ini YN masih senang melakukan kegiatan berbelanja bersama temannya. Partisipan ketiga berinisial CK usia 22 tahun. Partisipan ketiga ini merupakan mahasiswa di salah satu Universitas di Kota Yogyakarta. CK juga mengungkap senang melakukan kegiatan berbelanja terlebih saat dirinya sedang bosan, lelah, bosan, dan sedang merasaan perasaan yang tidak enak. Lebih lanjut pembahasan pada penelitian ini akan dibahas secara rinci dalam tabel *komprehensif* dibawah ini:

**Tabel Komprehensif Hasil Penelitian**

**Tabel 1. Komprehensif *Compulsive Buying* Mahasiswa Pada Masa Pandemi *Covid*-19**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Compulsive Buying di Masa Pandemi Covid** | **Subtema** | **Partisipan RS** | **Partisipan YN** | **Partisipan CK** |
| Latar Belakang Partisipan | Identitas Partisipan | 1. Partisipan pertama berinisial RS berusia 20 tahun, seorang mahasiswa di salah satu universitas di Yogyakarta.
2. RS berasal dari Yogyakarta, saat ini tinggal bersama simbahnya.
3. RS merupakan seorang mahasiswa yang senang dengan kegiatan berbelanja
 | 1. Partisipan kedua berinisial YN berusia 21 tahun, seorang mahasiswa farmasi di salah satu universitas di Yogyakarta.
2. YN merupakan warga asli Yogyakarta dan saat ini tinggal dengan orang tua serta adik-adiknya.
3. YN sangat senang sekali melakukan kegiatan berbelanja.
 | 1. Partisipan ketiga berinisial CK berusia 22 tahun, seorang mahasiswa di salah satu universitas di Yogyakarta.
2. CK berasal dari Banjarbaru, Kalimantan Selatan, saat ini tinggal di kontrakan bersama dengan teman-temannya.
3. CK sering melakukan kegiatan berbelanja.
 |
| Arti atau Makna Kegiatan Belanja | Kegiatan Belanja Partisipan Masa Pandemi | 1. Masih belanja walaupun berbeda dengan saat sebelum pandemi
2. Perasaan senang dan puas saat mendapat barang
3. Saat pandemi lebih ke *online* *shop*, sebelum pandemi sering datang ke toko langsung
 | 1. Perasaan senang dan puas saat mendapat barang
2. Membeli produk Korea dan aksesoris
 | 1. Masih belanja walaupun berbeda dengan saat sebelum pandemi
2. Perasaan senang dan puas saat mendapat barang
3. Membeli aksesoris
4. Saat pandemi lebih ke *online shop*. Sebelum pandemi sering datang ke toko langsung
 |
| Komponen-komponen | Unsur atau Komponen Partisipan Melakukan Kegiatan Belanja | 1. RS melakukan kegiatan belanja atas dasar unsur kebutuhan yang diperlukannya dan RS menyukai barang yang sifatnya tahan lama
 | 1. YN melakukan kegiatan berbelanja atas dasar unsur kesenangannya dan juga kebutuhan yang diinginkannya
 | 1. CK melakukan kegiatan belanja atas dasar unsur kebutuhannya dan juga terdorong rasa ingin membeli karena barang tersebut murah
 |
| Faktor-faktor yang Mempengaruhi | Faktor yang Mempengaruhi Partisipan Melakukan *Compulsive Buying* di Masa Pandemi (Keluarga, Psikologis, dan Lingkungan) | 1. Orang tua dan keluarga yang lain melakukan kegiatan belanja
2. Saat pandemi lebih sering belanja *online*
3. Bisa menghilangkan rasa sedih dan menjadikan *mood* lebih baik saat belanja
4. Iklan sangat berpengaruh untuk melakukan kegiatan belanja
 | 1. Orang tua dan keluarga yang lain melakukan kegiatan belanja
2. Saat pandemi lebih sering belanja *online*
3. Bisa menghilamgkan rasa sedih dan menjadikan *mood* lebih baik saat belanja
4. Iklan sangat berpengaruh untuk melakukan kegiatan belanja
 | 1. Saat pandemi lebih sering belanja *online*
2. Iklan sangat berpengaruh untuk melakukan kegiatan belanja
 |
| Tipe-tipe Perilaku | Tipe-tipe Perilaku *Compulsive Buying* Partisipan di Masa Pandemi *Covid*-19 | 1. Lebih tertarik dengan iklan di sosial media dibandingkan tayangan televisi
 | 1. Tidak pernah menyesal dalam membeli barang
2. Lebih tertarik dengan iklan di sosial media dibandingkan tayangan televisi
3. Lebih sering bekerja dari hasil kerja paruh waktunya sendiri
 | 1. Tidak pernah menyesal dalam membeli barang
2. Lebih sering bekerja dari hasil kerja paruh waktunya sendiri
 |

1. **Partisipan RS**
2. **Arti atau makna *Compulsive Buying* Menurut Partisipan Saat Masa *Pandemic***

Dalam kegiatan berbelanja, RS lebih senang dalam membeli barang secara *online*, karena dianggapnya berbelanja melalui online bisa lebih praktis walau kadang tidak sesuai dengan realitanya. Selanjutnya, RS menjelaskan bahwa dirinya puas setelah membeli suatu barang. Hal ini diungkap RS kepada peneliti sebagai berikut:

*“Tentunya puas, senang. Apalagi dengan barang yang dipakai jangka Panjang kayak gak rugi gitu lah mbak. Tapi kadang ada nyeselnya juga si pada saat barang tidak sesuai dengan kenyataannya gitu yang dibeli secara online.” (RS, 30-12-2020, 96- 103)*

Pada saat melakukan kegiatan berbelanja, RS mengungkapkan bahwa dirinya puas dan senang dalam melakukan kegiatan berbelanja karena dirinya bisa mendapatkan apa yang diinginkannya. RS juga mengungkapkan bahwa dirinya memiliki perasaan yang berbeda saat membeli barang pada masa *pandemic* saat ini dengan sebelum adanya *pandemic*. Hal ini seperti yang diungkapkan RS kepada peneliti:

*“sebelum pandemic lebih bisa memilih, jadi senang aja saat apa yang kita butuhin bisa dilihat secara langsung, bentuk barang dan dalam memilihnya jadi lebih selektif, sedangkan disaat pandemic kurang begitu seneng karna kan gak tau penularan covid itu kita bisa terkena lewat orang ke orang, jadi kalua banyak orang-orang kumpul gitu bikin saya jadi lebih was-was dan belanja jadi kurang puas.” (RS, 30-12-2020, 229-237)*

1. **Komponen – komponen *compulsive buying* yang dilakukan partisipan pada masa pandemi**

RS mengungkapkan bahwa kegiatan berbelanja yang dilakukannya karena terdapat unsur atau komponen dari tiap-tiap kebutuhan yang diperlukannya. Seperti kebutuhan primer dan sekunder, RS juga lebih menyukai barang yang sifatnya tahan lama. Hal ini seperti yang diungkapkan partisipan kepada peneliti:

*“banyak pertimbangannya ketika saya ingin belanja mbak, contohnya saya sering banget mempertimbangkan apakah barang yang saya beli cukup bermanfaat atau mungkin dapat digunakan setiap saat atau justru sebaliknya, kalo pandemic sekarang gak setiap hari belanja, tergantung dengan kebutuhan yang diperlukan kayak kebutuhan primer dan sekunder, saya lebih senang mengutamakan barang yang saya butuhkan dulu apalagi kalau barang itu bisa awet mbak” (RS, 30-12-2020, 49-62)*

1. **Faktor yang Mempengaruhi Partisipan Dalam Melakukan *Compulsive Buying***

RS mengungkap tergoda untuk melakukan kegiatan belanja melalui media sosial seperti Instagram, shopee, dijelaskan bahwa dirinya berawal dari hanya melihat-melihat kemudian setelah melihat lama kalau terdapat barang yang menurutnya menarik, maka akan dibelinya. RS juga mengatakan bahwa dirinya sering membeli melalui aplikasi, kalaupun ada toko secara offline, RS akan lebih senang untuk datang langsung ke toko. Hal ini sesuai dengan yang diungkap RS kepada peneliti:

*“pada masa pandemic sekarang si saya lebih berbelanja melalui aplikasi, shopee, Instagram dan whatsapp. Kalaupun ada toko store secara offline saya lebih suka datang karena bisa memilih barang yang saya inginkan.” (RS, 30-12-2020, 218-221).*

Saat merasakan sedih dan ingin menghilangkan penat, RS lebih memilih dengan melampiaskan kesedihannya itu dengan membeli suatu barang daripada harus melampiaskannya dengan air mata. RS mengungkap bahwa berbelanja secara terus-menerus adalah kegiatan yang tidak baik karena sebagai wanita harus bisa mengontrol pengeluaran. Saat mengalami perasaan cemas, RS memilih untuk *quality time* bersama teman-temannya dan terkadang juga melakukan kegiatan berbelanja. Hal ini seperti yang diungkap oleh RS kepada peneliti:

*“waktu lagi ngalamin cemas ya saya lebih ke quality time bareng temen. Ya kadang juga belanja mbak.” (RS, 30-12-2020, 328-329)*

1. **Tipe-tipe Perilaku *Compulsive Buying* Partisipan Pada Masa *Pandemic Covid*-19**

RS merupakan orang yang lebih sering mempertimbangkan terlebih dahulu ketika ingin membeli suatu barang, tidak asal membeli. Hal ini dilakukan karena sebelumnya, dirinya pernah menyesal saat membeli *skincare* yang ternyata tidak cocok dengan wajahnya. RS mengungkapkannya kepada peneliti sebagai berikut:

*“iya saya pernah menyesal dalam membeli produk skincare yang ternyata tidak cocok dengan muka saya, kepaksa ya harus dijual lagi walaupun rugi mbak.” (RS, 30-12-2020, 284-286)*

*“pernah saya rasanya seperti menyesal. Karena, saya tipe orang yang mudah bosan jadi harus banyak mempertimbangkan barang seperti apa yang saya inginkan” (RS, 30-12-2020, 294-297)*

1. **Partisipan YN**
2. **Arti atau makna *Compulsive Buying* Menurut Partisipan Saat Masa *Pandemic***

Pada masa *pandemic* saat ini YN mengaku bahwa aktivitas yang dilakukan dirinya adalah bekerja, memasak, dan tentunya tidak lupa untuk berbelanja *online*. Kegiatan berbelanja masih sering dilakukan oleh YN dalam masa *pandemic* saat ini. Hal ini dikatakan YN kepada peneliti sebagai berikut:

*“yang saya lakukan saat pandemic adalah bekerja, makan, masak, dan tentunya tidak lupa juga berbelanja online. Saat ada promo 11.11 atau 12.12 di shopee atau aplikasi online lainnya” (YN, 01- 01-2021, 53-57)*

*“kegiatan belanja saat pandemic ini masih sering tentunya dilakuin, karena kadang banyak promo dan kadang mata saya sering khilaf saat melihat barang atau produk yang bagus” (YN, 01-01-2021, 60- 63)*

Barang-barang yang biasa dibeli YN adalah barang yang penting menurutnya karena semua itu adalah kelangsungan hidupnya. Karena yang biasa dibelinya adalah barang-barang kebutuhan pokok, serta kebutuhan primernya yaitu aksesoris Korea. Pengeluaran yang biasa YN keluarkan untuk berbelanja berkisar 300 sampai 700 ribu dalam sebulan. YN juga mengungkap bahwa dirinya lebih senang berbelanja online. Hal ini seperti yang diungkap YN kepada peneliti:

*“pengeluaran yang saya keluarkan biasanya minimal 300-700ribu perbulan” (YN, 01-01-2021,, 192-193)*

1. **Komponen – komponen *compulsive buying* yang dilakukan partisipan pada masa pandemi**

YN mengungkapkan unsur atau komponen dari kegiatan berbelanja nya tersebut kepada peneliti yang menyatakan bahwa dirinya melakukan kegiatan berbelanja atas dasar kesenangan dan kebutuhannya, yang dilakukannya saat pandemi juga adalah bekerja, makan dan tentunya berbelanja *online*. Hal ini seperti yang diungkap partisipan kepada peneliti:

*“senang, karena saya sangat menyukai shopping baik secara online ataupun datang langsung ke toko. Dan yang saya lakukan saat pandemi ini adalah bekerja, makan, tentunya tidak lupa juga berbelanja online, apalagi saat ada promo 11.11/12.12 di shopee atau aplikasi online shop lainnya” (YN, 01-01-2021, 52-57)*

1. **Faktor yang Mempengaruhi Partisipan Dalam Melakukan *Compulsive Buying***

YN mengaku senang melihat dan membuka aplikasi belanja *online*, menurutnya juga sangat sederhana digunakan saat tidak sedang melakukan kegiatan melihat aplikasi tersebut YN merasa bosan. YN juga mengatakan bahwa dengan melakukan kegiatan berbelanja *online*, dirinya merasa senang dan ingin mempergunakan barang yang dibelinya. YN lebih menghabiskan waktunya berbelanja dengan teman dibandingkan berbelanja dengan orang tuanya. Hal ini seperti yang dikatakan YN kepada peneliti:

*“jadi saya tuh senang melihat dan membuka aplikasi belanja online, sangat simple menurut saya saat online, dan ketika saya tidak melakukan itu rasa bosan keluar” (YN, 01-01-2021, 81-84)*

*“perasaan senang sekali kalo dalam situasi pas butuh pas nemu dan pas ada uangnya. Saya seringnya sendiri atau sama temen sih kalo belanja untuk kebutuhan primer atau sekunder saya.” (YN, 01-01- 2021, 91-98)*

1. **Tipe-tipe Perilaku Compulsive Buying Partisipan Pada Masa Pandemi Covid-19**

Alasan YN dalam mengungkap bahwa kegiatan berbelanja adalah hal yang menyenangkan salah satunya, karena dengan berbelanja dapat menambah energi semakin positif dan menghilangkan energi *negative* yang terdapat di badannya. Kemudian YN mengungkap pernah membeli produk yang mahal karena menurutnya kalau produknya bagus kenapa tidak dibeli dan tidak ada perasaan menyesal saat ingin membeli karena dirinya sudah menetapkan pilihan tersebut. Selanjutnya, YN pernah meminjam uang kepada orang lain untuk membeli produk yang diinginkannya. Hal ini seperti yang diungkap YN kepada peneliti:

*“produk yang mahal pernah saya beli, jika barang atau produk itu bagus kenapa tidak dibeli dan tidak menyesal karena saat mau beli sudah memantapkan diri” (YN, 01-01-2021, 232-234)*

1. **Partisipan CK**
2. **Arti atau makna *Compulsive Buying* Menurut Partisipan Saat Masa *Pandemic***

Dalam melakukan kegiatan belanja, CK merasa kegiatan tersebut dapat memberikan kesenangan dan kepuasan bagi dirinya sendiri. CK biasa membeli bahan masak, aksesoris, dan pakaian. CK mengungkap bahwa pengaruh iklan tentang barang dan produk cukup berpengaruh, tapi CK juga mengungkap bahwa dirinya akan membeli apabila dirinya membutuhkan barang tersebut. Hal ini seperti yang diungkapkan CK kepada peneliti:

*“pengaruh iklan di sosial media itu bagi saya cukup berpengaruh. Namun tetap dilihat dari apakah barang tersebut memang benar saya butuhkan atau hanya sekedar tertarik” (CK, 03-01-2021, 151- 155)*

Dalam melakukan kegiatan berbelanja, CK mengungkap bahwa penghasilan yang didapat untuk berbelanja didapatkan dari hasil *job design grafis*, uang beasiswa prestasi dan dari uang jajan yang diberikan oleh orang tuanya. CK mengaku tidak pernah menyesal saat membeli barang karena barang tersebut memang berdasarkan kebutuhannya. Jika tidak ada uang CK lebih memilih menunda membeli suatu produk daripada harus meminjam uang kepada orang lain. Hal ini seperti yang diungkap CK kepada peneliti:

*“untuk berbelanja biasa saya dapat dari hasil job desain grafis, uang beasiswa prestasi dan dari uang jajan yang diberikan oleh orang tua” (CK, 03-01-2021, 232-234)*

1. **Komponen – komponen *compulsive buying* yang dilakukan partisipan pada masa pandemi**

Partisipan CK mengungkapkan kepada peneliti bahwa dirinya melakukan kegiatan berbelanja karena adanya unsur atau komponen kebutuhannya. Selanjutnya CK melakukan kegiatan berbelanja juga karena terdapat unsur barang yang murah terlebih lagi jika barang yang diinginkannya sedang promo. Hal ini seperti yang diungkapkan patisipan kepada peneliti:

*“saya berbelanja memang sesuai kebutuhan, apalagi saat terdapat barang yang sedang diskon saya akan lebih tertarik lagi untuk membelinya” (CK, 03-01-2021, 184-186)*

1. **Faktor yang Mempengaruhi Partisipan Dalam Melakukan *Compulsive Buying***

CK mengungkapkan saat perasaan terdesak untuk membeli sesuatu, dirinya akan pergi belanja. CK juga mengungkapkan bahwa perasaan saat melakukan kegiatan berbelanja bisa membuat dirinya terbebas dari rasa lelah. Hal ini diungkapkan CK kepada peneliti:

*“sebenernya lebih kepada menghilangkan rasa lelah si, jadi misalnya ketika saya telah melakukan sesuatu yang melelahkan, maka saya biasanya membeli sesuatu yang bisa menyenangkan hati saya. Sebagai suatu reward atas kerja keras saya” (CK, 03-01-2021,223-228).*

1. **Tipe-tipe Perilaku Compulsive Buying Partisipan Pada Masa Pandemi *Covid*-19**

CK mengungkapkan bahwa dirinya saat ini lebih sering berbelanja secara *online* melalui berbagai aplikasi *e-commerce*. Perasaan yang dirasakan CK saat melakukan kegiatan berbelanja adalah seru dan menyenangkan. CK menjelaskan perbedaan kegiatan berbelanja saat pandemic dan sebelum pandemic adalah sebagai berikut:

*“jika harus datang ke toko secara langsung saya merasa lebih ribet karna harus menerapkan berbagai protokol kesehatan. Oleh karena itu saya lebih sering melakukan kegiatan belanja secara online” (CK, 03-01-2021, 208-212)*

CK mengungkapkan bahwa saat hari-hari besar dirinya pernah menerima uang dari orangtuanya, dan biasanya uang tersebut digunakan untuk berbelanja serta membeli kebutuhan secukupnya. CK termasuk orang yang memiliki tingkat percaya diri yang cukup baik. Hal ini seperti yang diungkap CK kepada peneliti:

*“kalau ada hari raya biasa saya ya dikasih uang, dan saya gunakan untuk berbelanja serta membeli kebutuhan secukupnya si mbak” (CK, 03-01-2021, 105-106)*

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil penelitian yang telah di dapatkan dari ketiga partisipan yang berstatus sebagai mahasiswa. Ketiganya memiliki perilaku *compulsive buying* yang berbeda dalam hal kegiatan belanjanya di masa *pandemic covid*-19 saat ini. Selanjutnya, mengenai hasil penelitian yang disimpulkan dalam tabel komparasi antar ketiga partisipan, lebih lanjut akan diuraikan dalam pembahasan

Ketiga partisipan yakni RS,YN, dan CK masing-masing memiliki latar belakang yang berbeda namun memiliki kebiasaan melakukan kegiatan belanja yang sama. RS adalah mahasiswa berusia 20 tahun, berasal dari Yogyakarta yang tinggal bersama dengan simbahnya dan saat ini sedang menempuh pendidikan di salah satu Universitas yang berada di Kota Yogyakarta. RS memiliki rasa senang pada saat melakukan kegiatan berbelanja dan kegiatan tersebut masih sering dilakukannya di masa pandemi *covid*-19 saat ini

Selanjutnya, sama halnya dengan partisipan YN yang berusia 21 tahun, seorang mahasiswa di salah satu Universitas di Kota Yogyakarta, yang merupakan warga asli Yogyakarta dan saat ini masih tinggal bersama kedua orang tua serta adik-adiknya. YN masih melakukan kegiatan berbelanja di masa pandemi covid-19 dan merasakan kesenangan serta kepuasan pada saat melakukan kegiatan berbelanja tersebut. Penelitian ini sesuai dengan teori yang telah diungkapkan oleh Abramowitz (2005), bahwa compulsive buying diartikan sebagai perilaku pembelian berulang-ulang (belanja) yang terjadi sebagai respon dan peristiwa atau perasaan yang tidak menyenangkan.

Berbeda dengan RS dan YN, partisipan CK yang berusia 22 tahun berasal dari Banjarbaru, Kalimantan Selatan merupakan mahasiswa di salah satu Universitas di Kota Yogyakarta, yang saat ini tinggal bersama dengan temannya mengungkapkan bahwa dirinya lebih sering melakukan kegiatan berbelanja saat sebelum adanya pandemi, pada saat pandemi *covid*-19 tidak terlalu sering dan hanya membeli barang-barang sesuai kebutuhannya saja.

Dapat disimpulkan bahwa ketiga partisipan termasuk kedalam kelompok dewasa awal yang menyukai kegiatan berbelanja. Hal ini menjadi relevan dengan teori yang diungkapkan Rahajeng (2014), *bahwa compulsive* buying dapat terjadi pada masa dewasa awal antara 19-24 tahun.

Hal lain yang dirasakan oleh ketiga partisipan saat melakukan kegiatan berbelanja adalah rasa senang dan kepuasan setelah mendapatkan barang yang diinginkannya. Demikian halnya seperti yang telah dijelaskan oleh Workman (2010), yang mengungkapkan bahwa pelaku *compulsive buying* ini tidak semata-mata melakukan pembelian hanya karena untuk mendapatkan suatu produk tertentu saja, tetapi lebih menekankan pada keinginan untuk mencapai kepuasan dan kesenangan pribadi.

Dari pernyataan di atas, kesimpulan terkait kegiatan belanja partisipan pada saat masa pandemi *covid*-19, ketiga partisipan melakukan kegiatan berbelanja tersebut tidak menutup kemungkinan kegiatan berbelanja tersebut masih tetap dilakukan pada masa pandemi saat ini. Selanjutnya, ketiga partisipan juga mengalami perasaan yang senang dan kepuasan tersendiri saat sedang melakukan kegiatan berbelanja terlebih lagi jika telah mendapatkan barang sesuai dnegan yang diinginkan oleh ketiga partisipan.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat tipe-tipe pelaku *compulsive buying* menurut Edwards (2008), dan tipe tersebut tidak semua dimiliki oleh ketiga partisipan dalam penelitian ini. Pada masa *pandemic* saat ini kegiatan berbelanja masih sering dilakukan oleh para mahasiswa karena bisa lebih membuat perasaan senang, membuat perasaan lebih baik, dan kepuasan tersendiri bagi yang melakukannya, walaupun terdapat mahasiswa yang melakukan *compulsive buying*, akan tetapi beberapa diantaranya menganggap bahwa kegiatan belanja yang berlebihan itu bukan perilaku yang baik dan hanya menghabiskan uang saja. Berdasarkan pada teori *compulsive buying* di masa *pandemic covid*-19 ini, hasil *compulsive buying* mahasiswa pada masa *pandemic covid*-19 dapat dilihat melalui gambar di bawah ini:

**Gambar 1. Bagan Compulsive Buying Mahasiswa**

Arti Kegiatan Belanja Partisipan

Keluarga

Psikologis

Faktor Pengaruh

Compulsive Buying

Mahasiswa **- - - -**

Lingkungan

Tipe-tipe

**KESIMPULAN**

Sebagai akhir dari pembahasan yang telah dilakukan dalam bab sebelumnya, maka peneliti akan menyajikan hasil dari penelitian atau yang disebut dengan kesimpulan, yang diperoleh dari penelitian yang berjudul “*compulsive buying* mahasiswa pada masa pandemi *covid*-19”. Disimpulkan bahwa ketiga partisipan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang senang dalam melakukan kegiatan berbelanja dan kegiatan tersebut biasa dilakukan secara berulang tergantung dengan perasaan yang sedang dirasakan oleh ketiga partisipan, sama halnya dengan kondisi di masa pandemi *covid*-19 saat ini.

Dalam makna *compulsive buying* pada masa pandemi *covid-*19 saat ini bagi partisipan. Pada saat melakukan kegiatan berbelanja, ketiga partisipan mengungkapkan bahwa belanja dapat menghilangkan perasaan yang tidak baik yang sedang dirasakan, dengan kata lain dengan adanya kegiatan berbelanja partisipan dapat merasakan rasa puas dan senang saat mendapat barang yang dinginkannya. Selanjutnya faktor yang mempengaruhi partisipan dalam melakukan *compulsive buying* di masa pandemi *covid-*19 ini dapat disimpulkan, *Pertama;* adanya faktor keluarga, yaitu kecenderungan orang tua atau keluarga yang lain yang suka berbelanja, *Kedua;* adanya faktor psikologis dari dalam diri sendiri, yaitu adanya rasa puas dan kesenangan serta adanya keinginan untuk mendapatkan barang yang disukainya, selanjutnya *Ketiga;* faktor lingkungan, yaitu tertariknya dengan iklan yang ditayangkan di sosial media yang dapat mempengaruhi individu untuk melakukan kegiatan berbelanja dan dapat menyebabkan *compulsive buying* jika tidak terkontrol pembeliannya.

Lebih lanjut pada kesimpulan terakhir yaitu tipe-tipe pelaku *compulsive buying* partisipan di masa pandemi *covid-*19 ini. Berdasarkan teori Edwards (2008), yang mengungkapkan terdapatnya tingkatan tipe-tipe pelaku *compulsive buying* pada seseorang. Kedua partisipan yaitu RS dan CK merupakan tipe *Recreational Spending Level,* yang artinya pembeli yang berbelanja pada waktu tertentu saja untuk menghilangkan stres atau untuk merayakan sesuatu. Sedangkan pada partisipan YN memiliki tipe *Medium (compulsive) level,* yang artinya pembeli dalam tingkatan ini sebagian besar perilaku belanjanya digunakan untuk menghilangkan kecemasan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Buana, R.D. (2020). Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *Jurnal Sosial dan Budaya*. 7(3).

Elnino, R.S., Lesawengen, L & Lasut, J.J. (2020). Tindakan Konsumtif Dalam Aktivitas Belanja Online Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Holistik*, 13(3).

Gwin, C.F; Roberts, J.A; Martinez, C.R. (2005). Nature vs Nurture: The Role of Family in Compulsive Buying. *Marketing management Journal*. 15(1).

Hutauruk, R.M. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Faktor yang Menentukan Perilaku Konsumen untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok di Samarinda. *Jurnal Riset Inossa.* 2(1).

Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive Buying. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse.* 36(5).

Modjo, I.M. (2020). Memetakan Jalan Penguatan Ekonomi Pasca Pandemi. *Journal of Development Planning*. 4(2).

Park, H.J. and Burns, L.D. (2005). Fashion Orientation, Credit Card Use, and Compulsive Buying. *Journal of Consumer Marketing. 22(3).*

Piero, M., Wibawa, B.M & Persada, S.F. (2018). Identifikasi Perilaku *Compulsive Buying* pada Mahasiswa di Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS*. 7(1).

Raymond, T. (2001). Remaja dan Perilaku Konsumtif 2(3).

Sari, K.R. (2016). Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying pada Masa Remaja Akhir di Samarinda. *Psikoborneo.* 4(1).

Solomon, M.R. (2011). *Consumer behavior: buying, having, and being*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall

Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Titin, E. (2009). Compulsive Buying: Tinjauan Pemasar dan Psikolog. *Jurnal manajemen dan bisnis*

Yurchisin, J. & Johnson, K.K. (2004). Compulsive Buying Behavior and Its Relationship to Perceived Social Status Associated with Buying, Materialisme, Self-Esteem, and Apparel-Product Involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal,* 32(3).