

BAB II

LANDASAN TEORI

A. E-commerce

1. Pengertian E-commerce

E-commerce juga selain sebagai aktivitas menggunakan berita dan teknologi komunikasi pemrosesan digital namun juga dalam melakukan transaksi bisnis antara penjual dan pembeli.¹⁴ *E-commerce* menekankan hal yang bisa dijadikan obyek transaksi bisnis yaitu berupa barang. Ecommerce merupakan bentuk pembelian dan penjualan secara terkomputerisasi, baik oleh konsumen juga dari perusahaan yang memudahkan dalam menentukan barang yang akan dipesan, dikirim, menggunakan dukungan purnajual dan metode pembayaran yang diberikan. Jadi *E-commerce* adalah sebuah perangkat lunak yang memproses transaksi baik bagi perusahaan, konsumen dan kelompok tertentu melalui elektronik atau online.¹⁵

Pertumbuhan *E-commerce* di Indonesia disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi khususnya internet. Pada *E-commerce* perusahaan atau kelompok dapat menjangkau seluruh dunia untuk memasarkan dan komunikasi produk atau jasanya tanpa harus dibatasi oleh batas-batas wilayah. Adanya *E-commerce* menjawab tuntutan gaya hidup manusia modern sesuai dengan kemudahan dan kecepatan di segala bidang. Sehingga keberadaan

¹⁴ Hening Widi Oetomo, *E-commerce Aplikasi PHP dan MySQL pada Bidang Manajemen: Program Studi S-1 Manajemen Tahun Ajaran 2019/2020*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020),

¹⁵ S. Saiful Abdullah Hukum Bisnis: Penerapan Hukum Asuransi Kerugian Terhadap Perlindungan Resiko E - Commerce Berbasis Portal. N.p., CreateSpace Independent Publishing Platform, 2018, hlm 31-32

E-commerce secara langsung dapat membentuk pasar dunia maya tanpa adanya pertemuan.¹⁶

Maka bisa disimpulkan bahwa perdagangan elektronika (*E-commerce*) adalah proses transaksi tanpa bertemunya pembeli dan penjual dalam batas wilayah melainkan dilakukan secara online.

2. Manfaat *E-commerce*

Manfaat *E-commerce* bisa dirasakan seluruh yang terlibat didalamnya, Adapun manfaat *E-commerce* sebagai berikut¹⁷:

a. Manfaat bagi perusahaan

- 1) Memperluas jangkauan pelaku usaha
- 2) Mengurangi biaya operasional

b. Manfaat bagi konsumen

- 1) Memungkinkan pelanggan buat berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam.
- 2) Lebih praktis menentukan dan memilih produk sejenis yang diinginkan karena banyak sekali toko yang menjual produk yang sama tanpa tiba pribadi ke toko.

c. Manfaat bagi warga

- 1) Memungkinkan orang buat bekerja dari tempat tinggal serta tidak wajib keluar rumah buat berbelanja.

¹⁶ Rintho Rante Rerung, *E-commerce*, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi, (Yogyakarta: Deepublish, 2018) hlm.18-19

¹⁷ Edi Haerullah, Sri Ismiyatih, “Aplikasi *E-commerce* Penjualan Souvenir Pernikahan pada Toko “XYZ””, Jurnal PROSISKO Vol 4 No.1 (maret 2017), hlm.44

- 2) Memungkinkan mencari sejumlah barang dengan mendapatkan harga lebih murah sehingga orang yang kurang bisa membeli, menjadi dapat membeli lebih murah dengan menyesuaikan pendapatan mereka dan mendapat lebih banyak sehingga dapat meningkatkan taraf hidup mereka.

B. TikTok Shop

1. Definisi TikTok Shop

TikTok Shop adalah suatu wadah jual beli terbaru yang dirilis oleh aplikasi TikTok yang melibatkan penjual, pembeli dan creator didalamnya. TikTok Shop merupakan alat belanja online baru yang mana penjual dan pembeli dapat bertransaksi di dalamnya. Kelebihan TikTok Shop, pengguna dapat langsung berbelanja melalui aplikasi TikTok tanpa harus berpindah ke aplikasi lain untuk menyelesaikan transaksi pembelian produk yang diinginkan. Toko TikTok dibandingkan dengan Toko YouTube, Toko Instagram atau Toko Facebook, fitur Toko TikTok ini tidak mengarahkan pengguna ke situs web toko yang dimaksud. Dalam artian, semua transaksi pembelian, chat dengan penjual, hingga proses pembayaran dilakukan di software TikTok itu sendiri.¹⁸

2. Sejarah TikTok Shop

TikTok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, diluncurkan ke Indonesia pada September 2016 oleh Zhang Yiming.¹⁹ Masa pandemi Tik Tok semakin meroket dan menghasilkan banyak orang lebih kreatif, banyak munculnya hal-hal konten baru seperti

¹⁸ Conney Stephanie, "Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya", <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/15/13260037/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>, diakses pada 21 Desember 2021, pada pukul 11.19

¹⁹ Anonim, "TikTok", <https://id.wikipedia.org/>, Diakses pada 21 Desember 2021, pada pukul 12.15

(memasak, tutorial membuat hiasan tempat tinggal, pembelajaran sekolah atau kampus, keilmuan medis dan sebagainya) salah satunya berfashion atau yang tak jarang kita kenal dengan kata OOTD (Outfit Of The Day), banyak asal pengguna software TikTok yg memakai tema fashion dalam kontennya yang tujuannya memasarkan apa yang pengguna pakai dalam berpakaian, dengan menarik perhatian pengguna lain maka yang mereka promosikan akan lebih banyak dikenal dan menarik minat pembeli. Sekarang ini, banyak akun online shop yang jua memakai aplikasi TikTok sebagai wadah buat mempromosikan barang dagangannya. tidak diragukan lagi, pengguna aplikasi ini sangat banyak berasal aneka macam kalangan baik profesi juga usia, dari anak-anak sampai dewasa.²⁰

Dari latar belakang tersebut TikTok shop hadir di TikTok sebagai respon terhadap meningkatnya penjualan berbagai produk setelah *brand* melakukan promosi melalui platform media sosial tersebut.²¹ Oleh karena itu, TikTok resmi merilis fitur baru yaitu TikTok shop tepat pada april 2021.

3. Produk

Produk yang ditawarkan TikTok shop yaitu, produk yang diperlukan oleh wanita dan laki-laki dengan menyesuaikan dengan gaya hidup pada saat ini. Dan meskipun TikTok shop dalam menunjukkan produk belum selengkap shoope atau *E-commerce* lain sebab baru rilis, namun yang menarik dari TikTok shop ialah memberikan produk-produk yang menjadi musim di saat ini dan direview secara

²⁰*Ibid. hlm 41-42*

²¹ Alifia Seftin Oktriwina, TikTok Shop, Fitur Terbaru yang Bantu Kreator Menjual Produknya, <https://glints.com/id/lowongan/tiktok-shop-adalah/#.YcKkTWjMLIU>, diakses pada 22 desember 2021, pada pukul 11.45

langsung oleh penjual melalui Live Streaming TikTok sehingga TikTok shop dapat memperlihatkan produknya dengan mengikuti kebutuhan wanita dan laki-laki yang terkini atau kekinian.

Produk yang ditawarkan oleh TikTok shop terdapat beberapa kategori, yaitu seperti pakaian wanita, pakaian laki-laki, kecantikan, perlengkapan tempat tinggal, sepatu wanita, tas perempuan, fashion muslim, fashion terkini, aksesoris, makanan serta minuman, handphone serta aksesoris, komputer, sepatu pria, tas laki-laki, jam tangan, elektronika, kesehatan, fotografi, serta dan serba-serbi. Pada TikTok Shop jua terdapat istilah racun Tik Tok, yaitu produk-produk yang viral serta banyak peminatnya. Harga produk yg ditawarkan oleh TikTok shop pun tidak mengecewakan.²²

4. Promo

TikTok shop dalam mempromosikan fitur jual belinya memberikan beberapa macam program promo untuk menarik konsumen agar bisa ikut bersaing dengan *E-commerce* lain yang sudah lama. Program promo yang diberikan oleh TikTok yaitu sebagai berikut:

a. Gratis Ongkir

Gratis ongkir merupakan program promo yang bisa dimanfaatkan oleh pengguna TikTok untuk berbelanja di TikTok shop.²³ Gratis ongkir yang diberikan oleh TikTok shop dengan menggunakan batasan pada saat tertentu.

²²Gine, Kumpulan Produk Viral di TikTok Shop 2021, Minat Beli?, <https://ginee.com/id/insights/produk-viral-tiktok-shop-2021/>, diakses pada 22 Desember 2021, pada pukul 10.22

²³Rimna Sari Bangun, Artikel ini telah tayang di TribunBatam.id dengan judul Cara Praktis Belanja Online di Aplikasi TikTok Shop, Ada Fasilitas Gratis Ongkir, <https://batam.tribunnews.com/2021/09/14/cara-praktis-belanja-online-di-aplikasi-tiktok-shop-ada-fasilitas-gratis-ongkir>. Diakses pada 22 desember 2021, pukul 12.04

Promo gratis ongkir ini secara otomatis langsung bisa digunakan dalam melakukan transaksi tanpa harus mengklaim atau memproses sendiri. pada saat tertentu TikTok shop ada batasan dalam Gratis ongkirnya bisa dengan minimal belanja Rp. 30.000, tetapi pada saat tertentu juga terdapat gratis ongkir Rp. 0 tanpa minimal pembelian. bahkan gratis ongkir tersebut berlaku pada seluruh jawa. Dalam TikTok shop gratis ongkir bisa digunakan tidak terpatok dengan harus memilih metode pembayaran tertentu. dalam artian semua tipe pembayaran pun bisa mendapatkan gratis ongkir dan langsung bisa digunakan tanpa memproses sendiri.²⁴

b. Flash Sale

Promo Flash Sale merupakan bonus atau potongan harga produk super murah yang diberikan TikTok shop pada saat waktu tertentu yang mana waktunya ditentukan oleh TikTok shop seperti pada tanggal atau bulan unik contohnya 10.10. Periode penawaran produk Flash Sale artinya pada waktu yang ditentukan dan sampai dengan waktu yang ditentukan pula akan banyak penawaran yang diberikan TikTok shop mulai dari harga produk yang tidak normal sampai gratis ongkir tanpa minimal pembelian.²⁵

c. Kupon Diskon

Dalam program ini, TikTok shop memberikan penawaran kepada pembeli dengan pemberian kupon diskon bagi pengguna TikTok yang belum pernah belanja diTikTok shop dan tergantung toko atau penjual, nominaldiskon yang diberikan dan nominal minimal pembelian jika diskon dari toko

²⁴ Hasil observasi atau pengamatan peneliti

²⁵ Imaliya, cara belanja TikTok shop dan fitur order gratis ongkir, <https://ayobelajarbareng.com/cara-belanja-tiktok-shop-fitur-order-gratis-ongkir/>, diakses pada 22 desember 2021, pukul 14.19

atau penjual. Seperti contoh dari pengamatan peneliti terdapat kupon diskon sebesar Rp. 15.000 bagi pengguna TikTok shop yang baru pertama belanja dan kupon 18.000 kepada pembeli yang mencapai kriteria yaitu dengan pembelian produk ditoko lebih dari Rp.88.000.²⁶

d. Live Streaming

Live Streaming Tik Tok Shop merupakan proses yang dilakukan dengan konsep kerja seperti siaran eksklusif di TikTok shop.²⁷ Hal ini tentu tidak sama dengan Prerecord Streaming karena Live Streaming dilakukan secara langsung dengan menawarkan produk secara langsung di live TikTok. Host dalam live streaming tersebut akan menjelaskan secara detail produk dan direview secara langsung demi menarik konsumen agar tertarik untuk berbelanja. Dan biasanya dalam Live Streaming ini host nya atau pihak penjual memberikan give a way atau potongan harga atau bonus tertentu jika mencapai kriteria yang diberikan penjual. Selain itu, demi menarik konsumen penjual diTikTok shop menggunakan konten creator yang banyak dikenal oleh pengguna TikTok sebagai Host di Live Streaming demi meningkatkan ketertarikan konsumen. Melalui Live Streaming tersebut penjual atau creator yang melakukan live bisa saja mendapat koin tiktok jika penonntonnya memberikan tanda suka dengan mengtap-tap layar hp mereka atau memberikan give lainnya kepada creator selama live berlangsung.

5. Layanan

²⁶ Hasil observasi peneliti

²⁷ Bima Ilham Abrar, Tips Live Streaming di TikTok Shop, Naikan Traffic Jadi Lebih Mudah, <https://zonasurabayaraya.pikiran-rakyat.com/metrolife/pr-1852707403/tips-live-streaming-di-tiktok-shop-naikan-traffic-jadi-lebih-mudah>, diakses pada 22 desember 2021, pukul 15.21

Pelayanan yang diberikan oleh TikTok shop tentu berbeda dengan *E-commerce* lain. Kualitas pelayanan yang disediakan oleh perusahaan Tiktok shop dapat mempengaruhi terhadap sikap konsumtif yangmana TikTok shop telah berusaha memberikan layanan yang baik dan mudah bagi para penjual dan pelanggan atau pengguna dengan menampilkan berbagai macam kemudahan, yaitu sebagai berikut:

a. Penggunaanya Efektif

Kemudahan TikTok shop dan kecepatan dalam mengakses aplikasinya atau dalam penggunaanya, tampilan aplikasi TikTok yang mudah dan mudah dipahami serta dalam proses transaksi yang dilakukan pengguna TikTok akan diatur oleh TikTok shop secara langsung tanpa dialihkan keaplikasi lain. Selain itu, tersedia fasilitas pencarian buat memudahkan konsumen untuk mencari produk yg diperlukan sehingga muncul ada beberapa pilihan yaitu teratas, pengguna, vidio, belanja, LIVE, dan tagar. Teratas yaitu yang berupa review prerecord vidio yang dibuat oleh pengguna lain yang banyak dikunjungi. Pengguna yaitu, munculnya dengan nama akun atau produk yang dicari. Belanja yaitu munculnya beberapa produk yang dicari ketoko penjual langsung yang berada di TikTok shop. Live yaitu munculnya siaran langsung yang berkaitan atau sedang trend sesuai dengan yang kita cari. Tagar yaitu munculnya yang berisi tagar yang sesuai dengan yang dicari sehingga muncullah vidio yang berkaitan. TikTok shop juga memberikan pilihan pembayaran yang relatif banyak untuk memudahkan konsumen dalam bertransaksi serta TikTok shop juga mendukung pembelian

barang baik melalui unggahan produk maupun siaran pribadi dari toko terkait.²⁸

b. Pemenuhan

TikTok shop menjadi sosial commere yang baru tentu sejauh ini dalam menangani delivery order (gratis ongkir pada minimal biaya atau pun tanpa minimal biaya), dalam pemenuhan pesanan dan ketersediaan produk serta pengiriman produk akan diproses melalui TikTok dan pengguna akan bisa secara pribadi mengetahui perihal barang atau produknya. Selain itu, TikTok shop juga memberikan kemudahan bagi pelanggan pada jasa pengiriman barang meskipun ekspedisi pengiriman asal TikTok tidak terdapat pilihantetapi justru pelanggan tidak perlu gundah lagi buat memilih ekspedisinya sebab TikTok shop eksklusif yang memproses denan metode pembayaran yang disukai termasuk juga cod. menggunakan kemudahan tadi, pelanggan bisa memantau proses barang dibeli mulai berasal proses pembelian, proses pembayaran, serta proses pengiriman.

c. Reabilitas

Kepercayaan konsumen dalam menggunakan TikTok shop. Layanan TikTok shop memberikan kemudahan bagi pelanggan dengan penjual dan belanja secara langsung dengan ada nya Live Streaming yang dilakukan penjual diTikTok shop²⁹ dan TikTok shop juga menyediakan kolom chat serta

²⁸Sukindar, Cara Berbelanja di TikTok Shop Buat Langsung Beli Produk Menarik, <https://gadgetren.com/2021/09/01/cara-berbelanja-di-tiktok-shop-147095/>, diakses pada 23 desember 2021, pukul 11.08

²⁹ ConneyStephanie, "Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya", <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/15/13260037/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>, diakses pada 23 desember 2021, pukul 11.55

keranjang belanja untuk mengobrol langsung dengan penjual dan mengetahui produk apa saja yang dijual penjual sehingga pelanggan bisa mengomentari atau meminta review produk tersebut secara langsung.

d. Privasi

TikTok shop melindungi privasi pelanggan secara aman, data pribadi milik pelanggan atau pengguna akan terlindungi karena TikTok shop secara eksklusif yang memantau dan memproses belanja secara langsung termasuk pembayaran dan pengiriman produk.

e. Responsiveness

Kemampuan *E-commerce* TikTok shop buat menunjukkan informasi yang tepat kepada pelanggan mengenai Live Streaming yang dilakukan penjual yang sudah diikuti dan menginformasikan barang atau produk yang sedang dipesan jika sudah sampai atau dikirim.

f. Kompensasi, meliputi pengembalian barang yang tidak cocok, penukaran barang, dan menyediakan garansi online menggunakan cara pengembalian dana. Bila barang tadi tidak sesuai atau rusak.

g. Kontak

Apabila pelanggan mengalami beberapa kendala seperti kebingungan dalam melakukan jual beli di TikTok shop, mempunyai pertanyaan tentang jual beli di TikTok shop, atau mempunyai masalah dalam melakukan jual beli di TikTok shop, maka pelanggan dapat menghubungi layanan pusat bantuan pada aplikasi TikTok.³⁰

C. Perilaku Konsumtif

³⁰ TikTok, pusat bantuan, dalam <https://support.tiktok.com/id/>, diakses pada 23 desember 2021, pukul 12.33

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang lebih mementingkan gaya hidup dan kepuasan semata daripada kebutuhan. Manusia cenderung memiliki sikap atau perilaku seperti itu baik karena suatu produk belum pernah digunakan, seseorang telah menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain atau membeli suatu produk karena diskon yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut. Sedangkan menurut Lubis, perilaku konsumtif adalah suatu sikap yang tidak perlu pertimbangan melainkan hanya keinginan yang harus terpenuhi dan secara tidak sadar menyebabkan pemborosan dan menghabiskan banyak biaya.³¹

Menurut Albarry (1994), dalam mengartikan perilaku konsumtif adalah sikap boros atau perilaku boros, yaitu dalam menggunakan barang atau jasa secara berlebihan. Ia juga melanjutkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumsi yang boros dan berlebihan yang mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dan tidak ada skala prioritas atau dapat juga diartikan sebagai gaya hidup mewah.³²

Konsumerisme adalah paham dimana seseorang atau kelompok melakukan dan melakukan proses penggunaan barang yang diproduksi secara hiperbola, tidak disadari dan berkelanjutan. Jika seseorang menjadikan konsumsi sebagai gaya hidup, sudah pasti ia menganut konsumerisme karena gaya hidup

³¹ Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ritia Anggadita, KONSEP DIRI DAN KONFORMITAS PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA. N.p., Penerbit NEM, 2021, hlm 6

³² Siswa SMP Islam Al Azhar 13 Surabaya Angkatan 16 , Parade Karya Ilmiah: Antologi Artikel Ilmiah, (Gresik: Caremedia Communication, 2020), hlm 382-383

merupakan gaya hidup yang menentukan bagaimana seseorang memilih untuk menghabiskan waktu, uang, dan tenaga, serta mencerminkan nilai, selera, dan selera. Gaya hidup yang diinginkan seseorang mempengaruhi perilaku pembelian yang ada pada dirinya, dan pada gilirannya akan mempengaruhi atau bahkan mengubah gaya hidupnya.³³

Jadi perilaku konsumtif berarti suatu sikap yang berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang atau jasa sebenarnya kurang dibutuhkan dan lebih mengutamakan keinginan.

2. Sudut pandang perilaku konsumtif

Mengutip dari (Verina Halim dan Shasti Ayuda, 2017), dalam jurnal mereka bahwa dalam hal ini terdapat unsur pemborosan. Erich Fromm (1995, dalam Zebua A, 2001) bahwa perilaku konsumtif bisa terjadi dari beberapa sudut pandang yang mempengaruhi, yaitu:³⁴ :

1) Pemenuhan keinginan

Manusia identik dengan tidak pernah merasa puas sehingga kepuasan pada manusia tidak akan berhenti pada satu keinginan saja, tetapi juga cenderung lebih tinggi. Oleh karena itu, perilaku konsumtif bisa saja terjadi.

2) Selalu merasa seperti tidak memiliki apa pun di luar jangkauan

Manusia yang memiliki perilaku konsumtif, maka tindakan konsumsinya selalu merasa “tidak lengkap atau kurang” dan mencari kepuasan akhir dengan mendapatkan hal-hal baru.

³³ Nufian Febriani, Wayan Weda Asmara Dewi, Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus, (malang:Universitas Brawijaya Press, 2019), hlm 38-39

³⁴ Verina Halim Dan Shasti Ayudya, “Perilaku Konsumtif *Generation Y* Untuk Produk Fashion”, Jurnal Bisnis Indonesia, Vol. 4 No. 3, (2017), h.376

3) Barang yang dimiliki tidak produktif

Jika penggunaan barang tersebut menjadi hiperbola, maka penggunaan konsumsi menjadi tidak jelas, sehingga menyebabkan barang atau produk menjadi tidak produktif dan hanya koleksi tanpa manfaat.

4) Status

Perilaku individu dapat digolongkan konsumtif jika ia memiliki lebih banyak barang karena pertimbangan status. Manusia menerima sesuatu untuk dimiliki. Tindakan konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalaman yang bermakna, manusiawi dan produktif, karena hanya merupakan pengalaman memuaskan keinginan atau keinginan untuk mencapai suatu status melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhannya.

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Dikutip dari (Vebriyani, Tiara 2021) menurut Sumartono (2002) secara tindakan perilaku konsumtif terdapat 8 indikator, yaitu:

a. Membeli produk karena iming-iming memberi

Seorang konsumen yang membeli suatu barang karena ada hadiah yang ditawarkan jika ia membeli barang tersebut lebih awal. Maka hal itu bisa menimbulkan sikap konsumtif.

b. Beli produk karena kemasannya menarik

Konsumen pada zaman modern ini, mudah sekali terbujuk dan penasaran oleh hal –hal yang unik dalam membeli produk. Seperti produk dengan kemasan yang menarik.

- c. Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi

Pada saat ini gengsi dan penampilan merupakan hal yang sangat diperhatikan mulai dari berpakaian, berdandan, dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu terlihat menarik di mata orang lain.

- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau fungsi).

Konsumen cenderung berperilaku yang ditunjukkan dengan adanya kehidupan yang glamor sehingga cenderung menggunakan segala sesuatu yang disebut glamor.

- e. Membeli produk hanya menyimpan simbol dan status

Konsumen memiliki daya beli yang tinggi, baik dalam hal berpakaian, berpakaian, dan sebagainya, sehingga dapat mendukung karakteristik tertentu dengan barang mahal yang memberikan kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi. Dalam hal ini, konsumen membeli produk hanya karena dapat menyampaikan simbol status agar terlihat lebih keren di mata orang lain.

- f. Menggunakan produk karena unsur kesesuaian dengan contoh yang diiklankan.

Konsumen akan cenderung mengikuti sikap karakter yang diidolakannya ketika menggunakan segala sesuatu yang digunakan idolanya. Konsumen juga cenderung menggunakan dan mencoba produk yang ditawarkan jika mengidolakan tokoh masyarakat produk tersebut. penilaian bahwa membeli produk dengan harga tinggi akan menghasilkan kepercayaan diri yang tinggi, konsumen sangat termotivasi untuk mencoba suatu produk karena percaya apa yang dikatakan iklan dapat meningkatkan kepercayaan diri.

- g. Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek tidak sama)

Konsumen cenderung menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain dari produk yang digunakannya sebelumnya meskipun produk tersebut belum habis.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Sikap atau perilaku konsumtif dapat dipengaruhi baik secara internal maupun eksternal antara lain:

- a) Faktor internal, yang terdiri dari:

1. Motivasi

Motivasi adalah suatu tindakan ajakan yang digunakan untuk menggambarkan kekuatan-kekuatan yang terdapat dalam organisme untuk membangkitkan dan mengarahkan perilakunya.

2. Proses dan pengalaman belajar

Konsumen melihat dan mempelajari sesuatu berupa berita yang mereka dapatkan. Akibatnya, proses observasi dan pembelajaran tergantung pada subjek yang diamati. Jika akibat subjek membeli barang yang tidak perlu, maka hal ini dapat diikuti oleh konsumen.

3. Kepribadian

Kepribadian adalah perilaku yang sudah ada pada diri seseorang yang telah menjadi kebiasaan dan tetap ada pada diri seseorang.

4. Konsep diri

Konsep diri diartikan sebagai pedoman atau cara melihat diri sendiri dan pada waktu tertentu menjadi gambaran dari apa yang kita

pikirkan.

5. Keadaan ekonomi

Memilih dan membeli suatu produk sangat ditentukan oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya lebih hati-hati daripada orang yang memiliki ekonomi tinggi.

6. Gaya Hidup

Gaya hidup berarti suatu konsep konsumsi yang menerapkan pilihan bagaimana individu menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup happy shopping merupakan salah satu konsep atau model gaya hidup yang dianut oleh remaja saat ini, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

b) Faktor eksternal terdiri atas:

1. Faktor budaya

Kebudayaan merupakan suatu bentuk sikap yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam suatu kelompok, baik dalam kelompok besar maupun kelompok kecil.

2. Faktor kelas sosial

Kelas sosial ialah kelompok yang adil dan bertahan lama dalam masyarakat yang terstruktur dalam hierarki dan yang keanggotaannya memiliki sistem nilai, minat, dan sikap yang serupa. Jika kelas sosial terdiri dari anggota yang memiliki kasta-kasta dari yang tinggi sampai bawah, dan biasanya kasta tinggi akan terbentuk sikap konsumtif dalam

kelompok tersebut.

3. Faktor keluarga

Keluarga adalah kelompok kecil yang menyediakan model fundamental utama bagi perkembangan remaja. Keluarga memegang peranan terbesar dan terutama dalam pembentukan individu, termasuk sikap konsumtif.

4. Grup/grup referensi

Sekelompok orang dapat mempengaruhi perilaku, pendapat, kebiasaan dan perilaku konsumen. Kelompok atau kelompok referensi membuat seseorang beradaptasi dengan perilaku dan gaya baru dan memengaruhi perilaku seseorang, dan konsep pribadi dan membentuk tekanan untuk mencari tahu apa yang mungkin memengaruhi pilihan produk dan merek.

D. Perilaku Konsumtif Perspektif Ekonomi Islam

Perilaku konsumtif merupakan sebuah reaksi yang dilakukan untuk mengonsumsi barang atau jasa yang sebenarnya tidak diperlukan hanya berdasarkan keinginan untuk mendapatkan kepuasan sesaat. Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja apalagi pada zaman modern ini yang banyak adanya barang atau jasa baru yang diciptakan dan diredarkan sehingga keinginan masyarakat meningkat dan mulainya hilang kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku konsumtif secara ekonomis akan menimbulkan pemborosan dan tidak dapat memajemen keuangan dengan baik dan tidak memaksimalkan pemanfaatan. Sedangkan secara psikologis akan menimbulkan rasa kurang puas dan kecanduan, serta menimbulkan rasa tidak aman

pemenuhan tersebut tidak menimbulkan kemudharatan, manusia diperintahkan untuk

³⁵ Arbanur Rasyid, "Perilaku Konsumtif dalam Perspektif agama Islam", *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi*, Vol. 5 No. 2 Desember 2019

mengonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik secara wajar serta tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan dibolehkan selama hal itu mampu menambah masalah dan tidak mendatangkan kemudharatan.³⁶

³⁶ Eddy Rohayedi , Maulina, “Konsumerisme Dalam Perspektif Islam”, JURNAL TRANSFORMATIF, Vol. 4, No. 1 April 2020