

## DAMPAK PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA YOGYAKARTA

*Nadia Magdalena Margaretha Sihombing<sup>1</sup>, Nikolaus Edi Suryanto<sup>2</sup>, Michael Mahameru<sup>3</sup>, Muhamad Rafli Setiawan<sup>4</sup>, Elisabeth Marsella, S. S., M. Li<sup>5</sup>*

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

e-mail: [1nadyamargaretha15@gmail.com](mailto:nadyamargaretha15@gmail.com), [2nikolausedi.s@gmail.com](mailto:nikolausedi.s@gmail.com), [3mikhaelis39@gmail.com](mailto:mikhaelis39@gmail.com),  
[4muhammadraflisetiawan3@gmail.com](mailto:muhammadraflisetiawan3@gmail.com), [5elisabeth.marsella@uajy.ac.id](mailto:elisabeth.marsella@uajy.ac.id).

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penggunaan aplikasi Cicil terhadap tingkah laku atau perilaku konsumtif mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner dan wawancara kepada mahasiswa yang menggunakan aplikasi Cicil. Cicil merupakan aplikasi pinjaman dana secara online atau pembayaran secara cicilan tanpa menggunakan kartu kredit yang diberikan kepada mahasiswa. Aplikasi ini memudahkan setiap mahasiswa yang ingin meminjam dana untuk kegiatan perkuliahannya atau ingin membeli barang secara online tetapi tidak memiliki cukup dana sehingga melakukan pembayaran dengan cara menyicil dengan jumlah bunga dana tertentu, tergantung lama periode mahasiswa tersebut memilih waktunya. Dikarenakan penggunaan Cicil yang menarik minat mahasiswa, tentu berefek pada tingkah/perilaku dari mahasiswa tersebut, baik itu secara positif maupun negatif. Maka, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan aplikasi Cicil dapat berdampak bagi kebiasaan hidup konsumtif.*

**Kata Kunci:** Mahasiswa, Pinjaman Online, Konsumtif.

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh bagi banyak aspek seperti dalam bidang komunikasi, medis, dan lain sebagainya. Salah satu perkembangannya yaitu dalam bidang keuangan yang dapat digunakan menggunakan *gadget*. Perkembangan ini membawa dampak sendiri bagi perekonomian dan gaya hidup masyarakat. *Financial Technology (fintech)* merupakan istilah dari hasil perkembangan tersebut, *fintech* dapat diartikan sebagai sebuah inovasi di sektor keuangan dengan mempermudah penggunaannya dalam melakukan transaksi keuangan menurut The National Digital Research Centre (NDRRC). Proses dalam *fintech* ini meliputi proses jual beli saham, pembayaran, peminjaman uang (*lending*) secara *peer to peer*, transfer dana, investasi ritel, perencanaan keuangan (*personal finance*) [6].

Aplikasi atau *website* pinjaman *online* sudah kian tersebar, bukan hanya kalangan dewasa atau karyawan namun bagi kalangan pelajar khususnya mahasiswa pun kini dapat melakukan pinjaman *online* salah satunya dengan menggunakan Cicil. Pinjaman *online* ini memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk membeli barang yang menjadi kebutuhan atau keinginan dari mahasiswa. Barang-barang tersebut dapat berupa elektronik, *furniture*, *fashion*, dan yang lainnya. Pinjaman *online* berarti fasilitas berupa pinjaman dana oleh penyedia jasa keuangan yang dilakukan secara *online* [1]. Dengan persyaratan yang mudah, pinjaman *online* ini merupakan “kartu kredit” bagi mahasiswa, karena pada umumnya mahasiswa belum mempunyai pekerjaan dan slip gaji, sehingga persyaratan inilah yang membuat mahasiswa jarang memiliki kartu kredit.

Mahasiswa yang memiliki latar belakang ekonomi yang kurang stabil, tentu senang dengan adanya pinjaman *online* ini. Disamping itu, Mahasiswa tidak harus bertemu dengan pemilik dana secara langsung, tetapi dapat dilakukan secara *online* dengan memenuhi persyaratan yang ada yaitu menggunakan KTP serta KTM sebagai jaminannya, sehingga tidak perlu melampirkan slip gaji.

Cicil sudah banyak digunakan kalangan mahasiswa di kota-kota besar khususnya. Dengan kemudahan serta limit peminjaman dana yang sangat besar yaitu hingga Rp. 5.000.000, menjadikan Cicil digemari mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Namun, dengan faktor tersebut dapat memberikan dampak konsumtif bagi mahasiswa, karena mahasiswa bebas membeli barang yang mereka inginkan dengan dukungan dana yang besar dan persyaratan yang mudah juga. Bukan hanya itu, bunga yang diberikan tergolong sangat kecil dengan tenor pembayaran hingga dua tahun. Cicil membebaskan penggunaannya untuk membeli barang sesuai limit di *merchant* mereka salah satunya yaitu Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada serta yang lainnya.

Cicil berhasil memberikan kepuasan bagi mahasiswa untuk berbelanja apapun yang mereka inginkan dengan pinjaman dana yang cukup besar, bunga yang sangat rendah, tenor cicilan yang cukup lama, serta dapat mencicil walaupun cicilan sebelumnya belum lunas. Faktor tersebut memberikan dampak tersendiri khususnya menjadikan ketagihan dalam berbelanja barang yang lebih mahal atau *branded*. Faktor konsumerisme dapat dikatakan apabila seseorang membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan sebenarnya, melainkan dengan kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme [3]. Maka hadirnya pinjaman *online* inilah yang dapat berdampak bagi gaya hidup konsumtif mahasiswa sendiri.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Responden Penelitian

Pada penelitian ini, responden merupakan mahasiswa dari kampus yang ada di Yogyakarta yakni, Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma, Universitas Veteran Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan Universitas Islam Indonesia. Target yang kami tentukan yaitu sebanyak 100 mahasiswa yang menggunakan Cicil dari setiap fakultas dan program studi yang ada. Pada penelitian ini kami mendapat responden 93 mahasiswa pengguna Cicil.

### 2.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun ajaran 2018/2019 pada bulan September 2019 hingga November 2019. Penelitian ini dilaksanakan di setiap perguruan tinggi yang tersebar di wilayah Yogyakarta.

### 2.3 Alat Bantu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner berupa link dari Google *Form*. Kuesioner ini berisikan segala pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan pinjaman *online* yang berdampak pada pola hidup konsumtif mahasiswa.

### 2.4 Metode Penggalan Data

Sampel didapatkan menggunakan metode dimana kami menetapkan kriteria khusus yakni mahasiswa aktif dari semua perguruan tinggi yang ada di Yogyakarta serta pengguna Cicil. Metode yang kami gunakan berupa *purposive sampling* dimana secara teknis pengambilan responden tidak diambil secara *random*.

### 2.5 Metode Analisa Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif dimana menggunakan kuesioner sebagai teknik dalam menganalisis data. Data yang akan dianalisis merupakan hasil pertanyaan yang bersangkutan dengan variabel independen (penggunaan pinjaman *online*) dan variabel dependen (pola hidup konsumtif) apakah terdapat pengaruh.

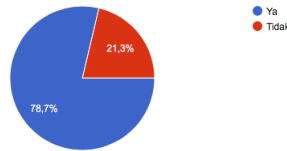
### 2.6 Tahapan Penelitian

Pada Penelitian ini akan dilakukan beberapa tahap untuk mendapatkan hasil yang diharapkan dari penelitian ini, diantaranya yaitu :

1. Melakukan analisa permasalahan  
Pada tahapan ini yaitu menentukan permasalahan yang terjadi dan ingin diteliti, menentukan hipotesa awal dari permasalahan, dan menjabarkan permasalahan yang ada.
2. Menentukan rumusan masalah  
Pada tahapan ini akan menentukan rumusan masalah apa saja yang akan dimuat dalam penelitian ini dari analisa permasalahan dan hipotesa yang sudah dijabarkan terlebih dulu.
3. Menentukan metode pengumpulan data  
Pada tahapan ini, akan menentukan metode baik secara kualitatif maupun kuantitatif atau cara yang digunakan untuk mendapatkan data yang mendukung penelitian ini.
4. Mengumpulkan data  
Pada tahapan ini yaitu proses pengumpulan data dari populasi yang sudah ditentukan dan metode yang digunakan.
5. Menganalisa data  
Pada tahapan ini, setiap data yang telah dikumpulkan akan dianalisa dan dikelompokkan sesuai kategori, untuk mendapatkan sebuah hasil dari rumusan masalah yang ada.
6. Analisa hasil  
Pada tahap ini, hasil dari data yang dikumpulkan dan dianalisa akan mendapatkan sebuah hasil berupa informasi terkait permasalahan yang ada dalam penelitian ini.
7. Kesimpulan dan Saran  
Pada tahap ini yaitu, dapat menarik sebuah kesimpulan atas informasi dan hipotesa yang ada, sehingga dapat memberikan sebuah saran untuk perbaikan serta informasi bagi pembaca penelitian ini.

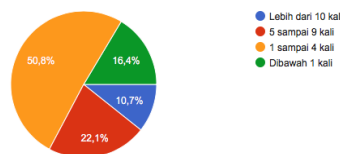
## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil data yang kami dapatkan dari responden yaitu sebesar 93 mahasiswa dari perguruan tinggi yang ada di Yogyakarta. Data yang didapatkan merupakan data yang *valid* dan terisi secara penuh sehingga dapat digunakan dan dianalisis untuk acuan penelitian ini.



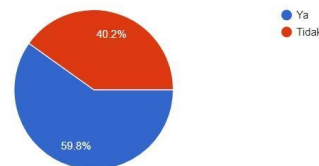
Gambar 1. Menyukai Kegiatan Belanja *Online*

Pada data diatas diketahui bahwa sebesar 78,7% mahasiswa menyukai kegiatan berbelanja *online* dan sekitar 21,3% mahasiswa tidak menyukai kegiatan berbelanja *online*. Kegiatan berbelanja *online* merupakan kegiatan yang sudah tidak asing lagi dan tentunya digemari seluruh kalangan karena kemudahan, kenyamanan serta keamanannya. Data ini juga didukung oleh data dimana pada tahun 2018 sebesar 11,9% dari populasi di Indonesia merupakan *online shopper* [12]. Sehingga dapat disimpulkan mayoritas mahasiswa di Yogyakarta pernah melakukan belanja *online*.



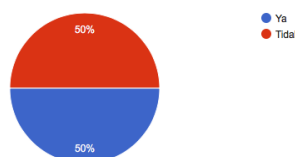
Gambar 2. Intensitas Belanja *Online*

Selanjutnya, pada data diatas menunjukkan bahwa sebesar 50,8% mahasiswa di Yogyakarta melakukan kegiatan belanja 1 hingga 4 kali, lalu di posisi kedua yaitu sebesar 22,1% mahasiswa di Yogyakarta melakukan belanja *online* yaitu 5 hingga 9 kali. Kegiatan ini dilakukan dalam kurun waktu 6 bulan. Dari hasil ini disimpulkan bahwa, kegiatan belanja mahasiswa di Yogyakarta terbilang cukup sering dalam kurun waktu 6 bulan namun tidak begitu intensif dikarenakan kalangan mahasiswa yang rata-rata belum memiliki penghasilan tetap. Data ini juga didukung dengan hasil data yang mengatakan bahwa Indonesia merupakan negara pertama dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat, data juga mengatakan bahwa setiap orang dapat menghabiskan uang untuk berbelanja *online* sebesar 3,19 juta. (databooks.katadata.co.id, 2018).



Gambar 3. Pengguna Cicil Aktif di Yogyakarta

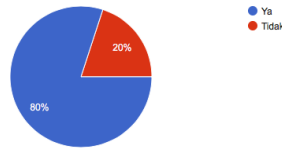
Selanjutnya, dari data diatas didapati bahwa sebesar 59,8% mahasiswa di Yogyakarta menggunakan Cicil dan sebesar 40,2% mahasiswa bukan pengguna aktif namun mengetahui adanya Cicil. Untuk penggunaan Cicil sendiri belum terlalu banyak dikarenakan Cicil sendiri baru dibuat pada tahun 2016 lalu. Namun, promosi yang dilakukan cukuplah baik sehingga informasi keberadaan Cicil cukup diketahui oleh banyak mahasiswa khususnya di Yogyakarta. Dari data tersebut diketahui bahwa, mayoritas penggunaan Cicil cukup banyak dan setara dengan kegiatan berbelanja *online*. Karena Cicil sendiri merupakan pinjaman dana yang bagi mahasiswa yang terintegrasikan dengan beberapa *e-commerce*. Hal ini mendorong mahasiswa untuk belanja *online* karena tersedianya solusi pembayaran merupakan peminjaman dana *online*.



Gambar 4. Mahasiswa Membeli Barang Karena Tertarik

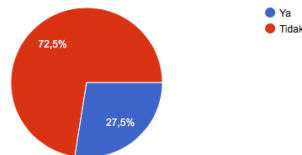
Data diatas menunjukkan pola konsumerisme mahasiswa sebelum dipengaruhi adanya Cicil. Teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengatakan seseorang membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan

sebenarnya, melainkan dengan kebutuhan dilakukan semata- mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme [3]. Dari teori tersebut dapat menjadi arahan seseorang dikatakan konsumerisme, maka sebesar 50% mahasiswa dapat dikatakan konsumtif dan sebesar 50% mahasiswa lainnya tidak. Dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya sebelum adanya Cicil tidak semua mahasiswa konsumtif melainkan setara.



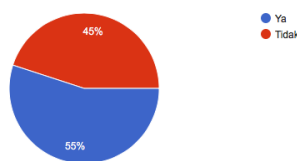
Gambar 5. Faktor Keuangan Menentukan Tingkat Konsumtif

Mahasiswa mayoritas tidak bekerja sehingga belum memiliki penghasilan tetap. Dari data diatas sebesar 80% mahasiswa tidak melakukan kegiatan berbelanja *online* saat keuangan mereka terbatas. Dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumerisme mahasiswa di Yogyakarta pada umumnya sangatlah rendah karena bergantung pada keadaan keuangan yang belum stabil. Keuangan yang belum stabil ini dapat disebabkan karena mayoritas mahasiswa tidak bekerja dan mayoritas mahasiswa di Yogyakarta merupakan pendatang yang dimana keuangan mereka masih dikendalikan oleh orang tua setiap mingguan, bulanan, atau tahunan.



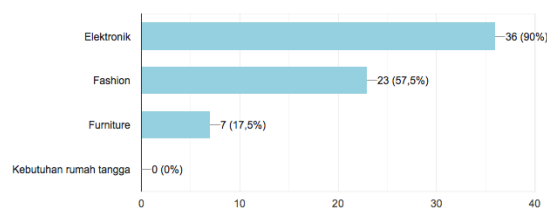
Gambar 6. Intensitas Belanja *Online* Barang yang Tidak Dibutuhkan

Dari faktor keuangan mahasiswa yang tidak stabil menjadikan mahasiswa lebih mengendalikan pola belanjanya. Dari data diatas didapatkan bahwa sebesar 72,5% mahasiswa berbelanja barang yang hanya dibutuhkan saat itu dan enggan melakukan belanja apabila barang yang dibeli tidak terlalu dibutuhkan. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan teori yang menjadi acuan penelitian ini bahwa mahasiswa di Yogyakarta tidak konsumtif karena melakukan belanja *online* sesuai barang yang mereka butuhkan. Namun, disamping itu keinginan untuk membeli suatu barang yang bermerk atau cenderung susah menahan untuk membeli barang untuk menaikkan status sosial sangatlah tinggi, ditunjukkan dari data dibawah ini yakni sebesar 55% mahasiswa mempunyai keinginan untuk berbelanja barang demi menaikkan status sosial mereka dan mengikuti tren yang terus berubah.



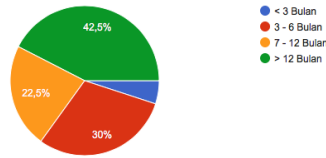
Gambar 7. Keinginan Belanja Menaikan Status Sosial

Faktor yang terdapat dari data diatas menunjukkan pola konsumerisme mahasiswa di Yogyakarta sebelum adanya solusi pembiayaan yaitu Cicil. Dimana sebagian besar mahasiswa masih menggunakan uang mereka pribadi untuk membeli barang-barang yang mereka butuhkan dan enggan untuk belanja apabila kondisi keuangan mereka sulit, namun keinginan untuk berbelanja barang bermerk demi menaikkan status sosial atau gaya mereka sangatlah tinggi.



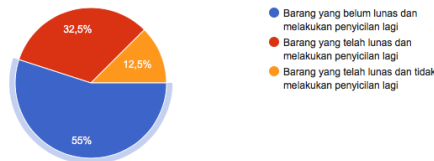
Gambar 8. Jenis Barang yang Dibeli

Dari data diatas, didapati bahwa mahasiswa mayoritas menggunakan Cicil untuk berbelanja barang elektronik yakni sebesar 90% mahasiswa. Dan di posisi kedua yakni sebesar 57,5% mahasiswa memilih fashion sebagai jenis barang yang sering dibeli menggunakan Cicil. Dari data ini disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa lebih memilih berbelanja barang elektronik seperti laptop, pc, atau *handphone* untuk mendukung perkuliahan ataupun gaya hidup. Data ini juga didukung atas perkembangan *gadget* yang terus-menerus sehingga keinginan untuk memperbaharui *gadget* sangatlah tinggi.



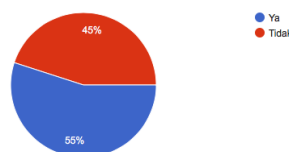
Gambar 9. Lama Penggunaan Cicil

Lalu, penggunaan Cicil untuk mahasiswa di Yogyakarta sendiri terbilang cukup lama dimana mayoritas penggunaan lebih dari satu tahun. Ditunjukkan dari data yaitu sebesar 42,5% mahasiswa pengguna lama Cicil. Cicil sendiri akan terus bisa digunakan apabila status mahasiswa masih aktif apabila sudah tidak aktif maka otomatis tidak bisa menggunakan Cicil, ini dikarenakan KTM yang masih berlaku menjadi persyaratan utama saat mendaftarkan Cicil.



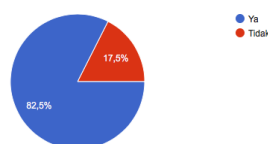
Gambar 10. Pembayaran dengan Cicil

Selanjutnya, untuk penggunaan Cicil tidak dibatasi dengan satu barang. Mahasiswa dapat berbelanja sesuai limit yang sudah ditentukan dan dapat membeli lebih dari 3 barang sesuai harga dan limitnya. Maka, banyak dari mahasiswa membeli barang menggunakan Cicil saat masih ada tanggungan pembayaran yang belum lunas. Pernyataan ini ditunjukkan dari hasil yakni sebesar 55% mahasiswa membeli barang saat barang yang sebelumnya dibeli belum lunas atau masih melakukan penyicilan. Dari data ini dapat disimpulkan dimana mahasiswa membeli barang tidak bergantung lagi dengan kondisi keuangan mereka melainkan karena adanya uang pinjaman sehingga mahasiswa cenderung berbelanja bisa melebihi dari dua atau 3 barang. Cicil memberikan limit yang cukup besar untuk kalangan mahasiswa yakni sebesar Rp. 5.000.000, maka hal inilah salah satu yang menyebabkan mahasiswa berbelanja banyak barang.



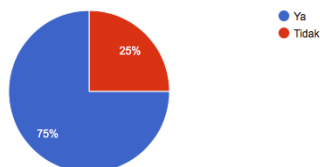
Gambar 11. Belanja Barang yang Tidak Dibutuhkan

Lalu, atas kemudahan yang ditawarkan untuk mahasiswa dalam berbelanja *online*. Cicil berhasil membuat para mahasiswa berbelanja segala yang mereka inginkan dan belum tentu dibutuhkan pada saat itu juga. Pernyataan ini didukung dengan data yakni sebesar 55% mahasiswa menggunakan Cicil untuk membeli barang yang pada dasarnya tidak mereka butuhkan melainkan mereka inginkan. Dari hasil data ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa bisa dikatakan konsumtif karena membeli barang yang kebanyakan belum atau tidak dibutuhkan melainkan mereka inginkan.



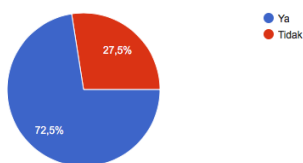
Gambar 12. Membeli Barang Sesuai Keinginan

Mengacu pada data sebelumnya, mayoritas mahasiswa menggunakan Cicil untuk membeli barang yang pada dasarnya tidak mereka butuhkan atau belum dibutuhkan, melainkan memenuhi keinginan dan kemauan mereka. Dari hasil diatas, sekitar 82,5% mahasiswa menyatakan bahwa mereka menggunakan Cicil membuat mereka membeli segala barang yang mereka inginkan. Ini dapat diartikan bahwa kemudahan dan ketersediaan pinjaman dana yang cukup besar dapat menjadikan mahasiswa membeli barang-barang yang diinginkan tanpa melihat keterbatasan keuangan mereka lagi.



Gambar 13. Menggunakan Cicil Saat Ekonomi Terbatas

Sebelumnya, data yang mengungkapkan bahwa mayoritas mahasiswa enggan memenuhi kebutuhan mereka yakni membeli barang-barang yang sangat mereka butuhkan karena faktor ekonomi yang sulit. Namun, dari data diatas menunjukan bahwa sejak adanya solusi pembayaran bagi mahasiswa yakni Cicil menjadikan mahasiswa secara mudah membeli segala barang yang mereka inginkan. Sebesar 75% mahasiswa menggunakan Cicil saat kondisi keuangan mereka terbatas. Disimpulkan bahwa Cicil dinilai berhasil karena memberi solusi bagi mahasiswa khususnya dalam pemenuhan keuangan mereka. Data ini didukung dengan pengguna Cicil yang kini kian banyak hingga 5 ribu mahasiswa di Indonesia [12].



Gambar 14. Berbelanja Barang Bermerk

Penggunaan Cicil bagi mahasiswa merupakan solusi yang berhasil khususnya untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan mahasiswa. Namun, penggunaan Cicil sendiri berdampak bagi pola konsumtif mahasiswa dimana banyak dari mereka yang menggunakan Cicil demi memenuhi keinginan atau gaya hidup. Disamping itu, mahasiswa sering pula menggunakan Cicil demi memenuhi gaya hidup atau mengikuti *tren* dengan barang-barang yang bermerk. Data ini didukung dengan hasil yang menyatakan bahwa sebesar 72,5% mahasiswa mayoritas menggunakan Cicil untuk membeli barang-barang bermerk. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan Cicil mayoritas dapat membuat mahasiswa menjadi konsumtif, pernyataan ini juga didukung dengan adanya teori seorang peneliti yang menyatakan bahwa pola hidup konsumtif dapat dilihat apabila seseorang membeli suatu barang bukan karena telah habis melainkan karena barang tersebut sedang trend [13]. Secara keseluruhan, data yang telah dikumpulkan membuktikan bahwa banyak dari mahasiswa di Yogyakarta tergolong konsumtif karena kemudahan pembayaran atau pendanaan menggunakan Cicil, dimana mahasiswa tidak perlu mencari pekerjaan atau bersusah payah dalam mengumpulkan uang demi barang-barang yang mereka inginkan dan memenuhi trend atau gaya hidup mereka.

## 5. KESIMPULAN

Kuesioner yang sudah tersebar yakni sebesar 122 dengan responden pengguna aktif Cicil sebesar 93. Responden merupakan mahasiswa aktif di perguruan tinggi di Yogyakarta, yakni Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma, Universitas Veteran Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan Universitas Islam Indonesia. Responden berasal dari semua fakultas atau program studi yang tersebar di perguruan tinggi tersebut. Data yang didapat merupakan hasil pengelompokan menjadi 3 bagian yang berbeda dimana bagian pertama merupakan data responden secara umum, bagian kedua merupakan pola konsumerisme pengguna tanpa menggunakan Cicil, dan bagian ketiga merupakan pola konsumerisme menggunakan Cicil. Hasil analisa data merupakan bentukan dari ketiga pola tersebut dan diurutkan secara sistematis sesuai dengan pola untuk mengetahui pengaruh penggunaan Cicil bagi pola konsumtif mahasiswa.

Dari hasil analisa data didapatkan bahwa sebagian besar mahasiswa sering melakukan kegiatan belanja *online* dan mayoritas adalah perempuan. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam berbelanja serta lebih banyaknya kebutuhan perempuan lebih kompleks dibandingkan dengan laki-laki, hal ini dibuktikan dari data



yang kami lihat bahwa sebesar 65% konsumen belanja *online* adalah perempuan [11]. Hadirnya Cicil merupakan solusi bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhannya seperti kebutuhan untuk perkuliahan yaitu laptop atau PC. Bukan hanya itu, Cicil juga dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup seorang mahasiswa karena Cicil kini sudah dapat digunakan diberbagai *e-commerce* seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Blibli.com.

*E-commerce* tentu tidak hanya menjual satu jenis barang namun barang elektronik, pakaian, hingga peralatan rumah tangga dan furniture juga tersedia disini. Mahasiswa lebih cenderung membeli barang karena tertarik dan ingin menaikkan status sosial mereka dengan menggunakan barang yang bermerk salah satunya, tetapi keuangan yang terbatas dan belum memiliki penghasilan tetap menjadikan mahasiswa enggan untuk berbelanja suatu barang walaupun sudah sangat dibutuhkan. Maka, disinilah peran Cicil bagi mahasiswa memberikan pinjaman dana dengan limit yang cukup besar yakni hingga Rp. 5.000.000.

Dengan limit yang terbilang cukup besar bagi seorang mahasiswa, menjadikan Cicil sudah banyak digunakan. Proses pendaftaran dan penggunaan yang cukup mudah ditambah dengan syarat yang tidak mewajibkan memiliki pekerjaan tetap menjadikan Cicil solusi pembiayaan bagi mahasiswa. Namun, hadirnya Cicil membawa dampak konsumtif bagi mahasiswa, dimana barang yang dibeli merupakan pemenuhan keinginan dan tidak dibutuhkan saat itu. Disamping itu, dengan adanya Cicil menjadikan mahasiswa belanja barang bermerk demi pemenuhan gaya hidup dan meningkatkan status sosial mereka. Mahasiswa dengan mudahnya berbelanja semua barang yang tersedia hingga batas limit, ini menjadikan mahasiswa berbelanja apa yang mereka sukai ataupun tertarik tanpa memikirkan sisi fungsionalitas dari barang itu apakah benar-benar dibutuhkan. Faktor pendorong sifat konsumtif mahasiswa pengguna Cicil ini adalah kemudahan pembayaran dengan limit yang besar serta bunga cicilan terbilang kecil.

## 6. SARAN

Dengan melihat kondisi pengguna Cicil yakni mahasiswa di Yogyakarta yang berdampak pada tingkat atau pola konsumerisme, maka perlu dilakukan tindakan khusus seperti:

Memberikan sosialisasi untuk mahasiswa guna memberikan arahan mengenai penggunaan pinjaman *online* sehingga diharapkan mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan pinjaman *online* dan belajar untuk membeli barang berdasarkan barang yang sebenarnya mereka butuhkan, agar kelak saat tidak menggunakan Cicil mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan uang mereka dalam berbelanja.

Mahasiswa juga perlu dibimbing oleh orang tua untuk belajar membeli barang sesuai dengan kemampuan mereka, disamping itu perlunya bimbingan agar mahasiswa belajar untuk menabung sehingga saat membeli suatu barang mereka benar-benar memilih sesuai kebutuhannya dan kemampuannya karena mereka merasakan susahnyanya dalam mengumpulkan uang demi membeli suatu barang.

Dari pihak Cicil sendiri tentu harus memberikan batasan, seperti pembayaran lunas terlebih dahulu agar mahasiswa tidak membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, dan lebih bijak dalam membeli barang karena hanya bisa membeli barang setelah selesai melakukan cicilan, ini juga dapat mencegah mahasiswa sulit atau menunda pembayaran yang sudah jatuh tempo.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian mengenai Dampak Penggunaan Pinjaman *Online* terhadap Pola Hidup Konsumtif tentu berhasil atas dukungan dari para pihak yang terkait. Kami ucapkan terima kasih atas bantuan dan tanggapan dari beberapa pihak, seperti para *ambassador* Cicil untuk wilayah Yogyakarta serta para mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Yogyakarta. Kami ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing kami dari Prodi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian ini tentunya dibiayai secara penuh oleh Prodi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Onlinepajak, 2018, *Definisi dan Latar Belakang Pinjaman Online*, <https://www.online-pajak.com/pinjaman-online#targetText=Pinjaman%20online%20adalah%20fasilitas%20pinjaman,biasa%20dikenal%20dengan%20sebutan%20fintech.&targetText=Masyarakat%20tak%20perlu%20lagi%20mendatangi,secara%20langsung%20untuk%20mendapatkan%20pinjaman>.
- [2]. Warsito, H., 1992, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta, Gramedia.
- [3]. Wahyudi, 2013, Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza, *eJournal Sosiologi*, 1, 4, 26 – 36.
- [4]. Rahmat Syah, Deni., 2011, *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru*, (Studi Kasus: Uang Elektronik Kartu Flazz BCA), Universitas Indonesia.
- [5]. Ferry, Setyo., Rosmauli, Dede., Wibowo, dan Sahud, Asep., 2015, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur layanan & Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money card* (Studi pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta), JRMSI, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol. 6. No.1 hal: 440-456.
- [6]. Finansialku, 2018., *Definisi Fintech Adalah*, <http://www.finansialku.com/definisi-fintech-adalah/>.

- [7]. Kim, Yonghee, dkk., 2016, *The Adoption of Mobile Payment Services for “Fintech”*, <https://pdfs.semanticscholar.org/2c96/8789b918883f6f189943f325b44aa69c9b9c.pdf>.
- [8]. Anggraini, Ranti Tri., dan Santhoso, Fauzan Heru., 2017, *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*, Gadjah Mada Journal of Psychology: Yogyakarta, Volume. 3, Nomor. 3, 131-140, ISSN: 2407-7798, <https://jurnal.ugm.ac.id/gamajop/article/view/44104/23971>.
- [9]. Widowati, Hari., 2019, *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>.
- [10]. Kompas.com, 2018, *Jumlah Pembeli “Online” Indonesia Capai 11,9 Persen dari Populasi*, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>.
- [11]. Kompas.com, 2018, *80 Persen Konusmen Belanja Online Orang Muda dan Wanita*, <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>.
- [12]. Sinaga, Natalin., 2018, *Cicil, Akses Cicilan Ringan Untuk Mahasiswa*, Tribun Medan: Sumatra Utara, <https://medan.tribunnews.com/2018/04/26/cicil-akses-cicilan-ringan-untuk-mahasiswa-indonesia>
- [13]. Sumartono, 2002, *Terperangkap dalam iklan*, Bandung: Alfabeta.