ANTARADHIN
Jurnal Ekonomi Syariah Kontemporer

Vol. 5. No. 1 (2024) 1-9		E-ISSN: 2774-6992 P-ISSN: 2774-6720
Published online on the journal's website: http://jurnal.iailm.ac.id/index.php/antaradhin		

Analisis Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif untuk Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Perspktif Ekonomi Islam

Nopiyanti; Jamaludin; Lilis D. Hadaliah
Institut Agama Islam Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya, Indonesia
Email: nopnopiy15@gmail.com

Abstract

This research discusses lifestyle and consumptive behavior for purchasing decisions in the shopee marketplace in an Islamic economic perspective. In this digital age, life will always be side by side with the internet. In general, the average Cileunyi community already has a gadget. Moreover, the position of Cileunyi District is close to an urban area where people have a contemporary lifestyle. The lifestyle lived by the people of Cileunyi forms different lifestyle patterns. This study aims to determine how the lifestyle patterns and consumptive behavior of the people of Cileunyi District to make decisions in the shopee marketplace and see how they fit into an Islamic economic perspective. The purpose of this research is to find out what lifestyle and consumptive behavior are, to find out the lifestyle patterns and consumptive behavior of the Cileunyi District community for purchasing decisions in the shopee marketplace, and reviewed in an Islamic Perspective. This type of research is qualitative research using a descriptive approach. Data collection techniques in this study by direct and indirect interviews to respondents. This data collection technique by taking Majelis Taklim from one village, namely Cinunuk Village. Based on the results of the study, it shows that respondents like to shop at the shopee marketplace. Have different lifestyles, such as a frugal lifestyle, hedonistic lifestyle, and so on. Considerations before buying a product such as looking at the price also encourage in determining purchasing decisions. Lifestyle and consumptive behavior in the mothers of Majelis Taklim Cinunuk Village, Cileunyi sub-district, seen from the results of interviews, there are some that are not in accordance with Islamic teachings. Because it can be seen from the answers of respondents, who try to buy several products not for their needs first. This is not in accordance with the lifestyle and consumptive behavior according to Islamic teachings.

Keywords: Lifestyle, Consumptive Behavior, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang gaya hidup dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee dalam perspektif ekonomi Islam. Di era digital ini, kehidupan akan selalu berdampingan dengan internet. Pada umumnya masyarakat Cileunyi rata-rata sudah memiliki gadget. Terlebih lagi posisi Kecamatan Cileunyi yang dekat dengan wilayah perkotaan yang mana masyarakatnya memiliki gaya hidup yang kekinian. Gaya hidup yang dijalani oleh masyarakat Cileunyi membentuk pola gaya hidup yang berbeda-beda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola gaya hidup dan perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Cileunyi dalam mengambil keputusan di marketplace shopee dan melihat kesesuaiannya dalam perspektif ekonomi Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa itu gaya hidup dan perilaku konsumtif, untuk mengetahui pola gaya hidup dan perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Cileunyi terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee, dan ditinjau dalam Perspektif Islam. Jenis penelitian ini adalah

penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara wawancara langsung dan tidak langsung kepada responden. Teknik pengumpulan data ini dengan mengambil Majelis Taklim dari satu desa yaitu Desa Cinunuk. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden gemar berbelanja di marketplace shopee. Memiliki gaya hidup yang berbeda-beda, seperti gaya hidup hemat, gaya hidup hedon, dan lain sebagainya. Pertimbangan sebelum membeli suatu produk seperti melihat harga juga mendorong dalam menentukan keputusan pembelian. Gaya hidup dan perilaku konsumtif pada ibu-ibu Majelis Taklim Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi, dilihat dari hasil wawancara ada beberapa yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Karena dapat dilihat dari jawaban responden, yang berusaha membeli beberapa produk bukan untuk kebutuhannya terlebih dahulu. Hal tersebut tidak sesuai dengan gaya hidup dan perilaku konsumtif menurut ajaran Islam.
Kata Kunci: Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman yang semakin modern ini, ilmu pengetahuan dan teknologi pun mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat dalam hal teknologi internet. Media internet berfungsi sebagai salah satu cara menjangkau relasi tanpa dibatasi ruang dan waktu, serta menjadi populer di dunia komunikasi bisnis saat ini. Banyak hal baru yang ditimbulkan dari perkembangan internet tersebut, banyak juga perusahaan dan organisasi yang menggerakkan proses bisnis mereka ke bisnis *online* dan menyadari betapa pentingnya hubungan pelanggan dengan sarana bantuan sarana teknologi informasi dan komunikasi yang mengacu kepada bentuk bisnis *online*.[1]

Perkembangan teknologi ini memberikan kemudahan bagi penggunanya, dari kemudahan itulah yang membuat seseorang dapat menjangkau apapun yang mereka inginkan agar dapat mengikuti perkembangan zaman. Keadaan ini tentunya akan membuat seseorang untuk berprilaku konsumtif atau berbelanja membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya atau hanya untuk keinginannya semata. Perilaku konsumtif merupakan suatu keadaan dimana seseorang mempunyai keinginan untuk memiliki atau mengkonsumsi produk yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan guna mencapai kepuasan semata.[2]

Gaya hidup seseorang adalah cara mereka menjalani kehidupan sehari-hari, mencakup kegiatan, minat, pendapatan, serta interaksi dengan lingkungan sekitarnya. Gaya hidup seseorang tercermin dari apa yang disenangi dan kesukaannya, serta dari perilaku yang diadopsi oleh sekelompok orang atau masyarakat yang menganut nilai-nilai hidup serupa. Perubahan gaya hidup yang semakin modern dari tahun ke tahun memiliki dampak besar terhadap perilaku konsumtif seseorang.[3] Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang digambarkan melalui kegiatan, minat, dan opininya dalam berinteraksi di lingkungan sekitarnya. Hawkins mengungkapkan bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang akan berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli.[4]

[1] Budi, Sri Lestari, "Shopping Online Sebagai Gaya Hidup", *Jurnal Ilmu Sosial* Vol.14 No.2, 2015, 24.

[2] Wardhani, *Riset Sumber Daya Manusia*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), 17.

[3] Tri Fabella Nurhaliza, Devi Yulistia, Kurniati Erlin, "Pengaruh Merek Lokal dan Gaya Hidup Terhadao Minat Beli Konsumen Pakaian di Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Konsumen Pakaian The Executif Kota Bandar Lampung)", *Jurnal Manajemen bisnis Islam* Vol.4 No.1, 2023, 35.

[4] Yuniarti, V. S, *Perilaku Konsumen – Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015),20.

Islam telah mengajarkan kepada umatnya agar dalam usaha memenuhi kebutuhan hidupnya harus lebih mengutamakan kebutuhannya terlebih dahulu bukan sekedar keinginannya saja. Selain itu, sebagai orang muslim ketika berbelanja hendaklah bersikap adil, yaitu tidak berlebihan dan tidak pula kurang dari semestinya, serta tidak boros dan tidak pula kikir. Seorang muslim dalam membelanjakan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya hendaklah sesuai dengan tingkat kewajaran.[5] Sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Isra surat ke-17 ayat 26:

وَءَاتِ ذَا ٱلْقُرْبَىٰ حَقَّهُۥ وَٱلْمِسْكِينَ وَٱبْنَ ٱلسَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

"Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros." [6]

Di zaman yang serba digital ini, di dalam kehidupan akan selalu berdampingan dengan internet dan teknologi. Pada umumnya rata-rata masyarakat Cileunyi sudah memiliki gadget. Terlebih posisi Kecamatan Cileunyi dekat dengan perkotaan yang notabene masyarakatnya memiliki gaya hidup yang kekinian. Hal ini menjadikan pola gaya hidup masyarakat terus mengikuti tren, baik dari pakaian, kendaran, bahkan makanan dan minuman pun sudah banyak variasinya. Dalam berbelanja pun kini sudah tersedia media online dan tinggal mengunduh aplikasinya saja. Dengan adanya belanja online ini tentu akan sangat memudahkan bagi seseorang, tinggal diam saja di rumah dan memilih produk yang hendak dibeli. Tidak harus pergi keluar dan perlu mengunjungi beberapa toko sampai menemukan produk yang sesuai dengan yang diinginkan. Dari kemudahan itulah akan berdampak pada perilaku konsumtif pada masyarakat Cileunyi. Gaya hidup yang dijalani oleh masyarakat Cileunyi dapat berdampak pada seberapa banyak yang mereka konsumsi dalam satu hari, yang mengarah pada pembentukan pola hidup yang berbeda-beda.

Di zaman sekarang yang semakin berkembang, pola hidup juga berubah-ubah mengikuti zaman yang dilalui dan cenderung mengikuti tren. Selain berdampak negatif pada keuangan, perilaku konsumtif dapat menjauhkan pembeli dari tindakan yang sesuai dengan ajaran Islam. Apakah pola gaya hidup dan perilaku konsumtif masyarakat Cileunyi sudah sesuai dengan ajaran Islam atau belum. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengamati permasalahan tersebut, terlebih di kalangan masyarakat Cileunyi. Maka penulis memberikan judul "Analisis Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Untuk Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Majelis Taklim Kecamatan Cileunyi)".

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa itu gaya hidup dan perilaku konsumtif, untuk mengetahui pola gaya hidup dan perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Cileunyi untuk keputusan pembelian di *marketplace* shopee, serta melihat dari perspektif Islam.

[5] Ratih Iin Ningcahya dan Rahmawati Lilik, "Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)", *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah* Vol.6 No.1, (2022), 57.

[6] QS. Al-Isra: 26.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian di mana peneliti menginvestigasi peristiwa dan fenomena kehidupan seseorang atau kelompok, dan mengumpulkan cerita atau narasi dari mereka tentang kehidupannya. Peneliti kemudian menyusun kembali informasi tersebut dalam bentuk deskripsi kronologis.[7]

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah dengan menggunakan metode pendekatatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan cara menggambarkan secara menyeluruh dan kompleks menggunakan kata-kata, mengungkapkan pandangan mendalam yang diperoleh dari informan, dan dilakukan dalam konteks setting yang alami.[8]

Gambaran yang didapat dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana pola gaya hidup dan perilaku konsumtif pada Ibu-ibu Majelis Taklim Kecamatan Cileunyi untuk keputusan pembelian pada media *marketplace* shopee. Data yang diperoleh dengan cara observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data pimer merujuk kepada data internal yang diperoleh langsung melalui observasi, wawancara, dan lainnya.[9] Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari responden yang diperoleh langsung dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada Ibu-ibu Majelis Taklim di Kecamatan Cileunyi. Data sekunder adalah data yang berasal dari sumber eksternal, diperoleh melalui referensi dari luar seperti artikel, jurnal, buku, arsip, dan lainnya.[10] Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dengan cara mencari referensi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal dan semua informasi yang berkaitan tentang gaya hidup dan perilaku konsumtif Ibu-ibu Majelis Taklim Kecamatan Cilenyi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu wawancara, Dengan teknik wawancara ini peneliti dapat berinteraksi langsung dengan subjek yang akan diwawancara mengenai pola gaya hidup dan perilaku konsumtif pada Ibu-ibu Majelis Taklim Kecamatan Cileunyi. Observasi, Dengan teknik penelitian ini, peneliti dapat mengetahui langsung ke lapangan yang ada di sekitar Kecamatan Cileunyi. Wawancara bersama Informan yang berjumlah 10 orang serta dokumentasi. Dokumentasi melengkapi metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. Studi dokumen melibatkan pengumpulan data kualitatif

[7]Adhi, Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiro, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019), 9.

[8] Warul Walidin, Saifullah, dan Tabrani, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*, (Aceh: FTK Ar-Raniry Press, 2015), 77.

[9] Sukriah Yani Siregar, Darwis Muhammad, Baroroh Riski, dan Andriyani Wulan, "Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan", *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar JIKM*, 2022, 72.

[10] *Ibid*, 72.

dari berbagai fakta yang tersimpan dalam bentuk dokumen, seperti surat, catatan harian, arsip foto, dan lain sebagainya.[11]

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara administratif Desa Cinunuk berlokasi di Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung, serta berbatasan dengan:

a) Sebelah Utara : Desa Cibiru Wetan dan Desa Cimekar
b) Sebelah Timur : Desa Cimekar
c) Sebelah Selatan : Desa Cimekar dan Cibiru Hilir
d) Sebelah Barat : Desa Cibiru Wetan

Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)
Laki-laki	26.933
Perempuan	26.813

Tabel 1

Jumlah penduduk Desa Cinunuk berdasarkan data pada tahun 2023:

2. Deskripsi Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan, maka penulis menemukan beberapa temuan mengenai data yang penulis lakukan. Berdasarkan tujuan yang telah penulis kemukakan pada BAB I, yaitu untuk mengetahui bagaimana pola gaya hidup dan perilaku konsumtif pada Majelis Taklim Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi. Penulis mengambil teknik sampel dengan mengambil satu desa yaitu Desa Cinunuk dan pada Majelis Taklim Al-Hasan yang terdiri dari 10 orang. Oleh karena itu, telah dibuat panduan untuk memperoleh data penelitian yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam melakukan wawancara.

1. Pedoman Wawancara:
   - Jenis wawancara: Wawancara terstruktur
   - Jenis pertanyaan: Pertanyaan kualitatif, terdiri dari pertanyaan tentang gaya hidup, perilaku konsumtif, dan pembelian di *marketplace* shopee.
   - Teknik wawancara: Wawancara langsung dan wawancara melalui digital.
   - Langkah-langkah pelaksanaan wawancara:
   - Membuat pedoman wawancara;
   - Menentukan teknik wawancara;
   - Melaksanakan wawancara;
   - Mencatat saat sedang wawancara, menyusun hasil laporan wawancara.
   - Menyusun hasil laporan wawancara.

[11] Wiratna, V. Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), 33.

2. Hasil Wawancara

a. Wawancara kepada Ibu Tintin

Pekerjaan Ibu Tintin sebagai ibu rumah tangga. Diketahui bahwa Ibu Tintin suka berbelanja di *marketplace* shopee, dikarenakan mudah dengan menggunakan *handphone* saja dan tidak usah pergi ke luar mengunjungi beberapa toko untuk mencari produk yang diinginkan. Produk yang biasanya dibeli itu berupa kerudung. Untuk pembelian produk biasanya dalam satu bulan Ibu Tintin berbelanja setidaknya satu kali. Dasar keinginan untuk membeli produk itu dipengaruhi oleh iklan yang sering bermunculan.[12]

b. Wawancara kepada Ibu Milah

Pekerjaan suami dari Ibu Milah adalah menjadi kurir, sedangkan Ibu Milah sebagai ibu rumah tangga. Diketahui bahwa Ibu Milah suka berbelanja di *marketplace* shopee. Produk yang biasanya dibeli oleh Ibu Milah berupa pakaian. Sebelum membeli produk, Ibu Milah akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Melihat dari ulasan yang ada di toko tersebut apakah ulasan dari konsumen yang sudah membeli bagus atau tidak. Untuk pembelian produk biasanya dalam satu bulan Ibu Milah berbelanja lima kali. Lalu dasar keinginan untuk membeli produk itu dipengaruhi oleh keinginan sendiri.[13]

c. Wawancara kepada Ibu Siti

Pekerjaan suami dari Ibu Siti adalah menjadi pegawai swasta, sedangkan Ibu Siti sebagai ibu rumah tangga. Diketahui bahwa Ibu Siti suka berbelanja di *marketplace* shopee. Produk yang biasanya dibeli oleh Ibu Siti berupa kebutuhan untuk anak. Sebelum membeli produk, Ibu Siti akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Melihat dari harganya apakah terjangkau atau tidak, dan apakah harga tersebut sesuai dengan kualitasnya atau tidak, serta akan membandingkan dengan toko yang lain. Untuk pembelian produk biasanya dalam satu bulan Ibu Siti berbelanja dua atau tiga kali. Dasar keinginan untuk membeli produk tersebut yaitu karena gaya hidup yang sudah memiliki anak.[14]

d. Wawancara kepada Ibu Yanti

Pekerjaan Ibu Yanti sebagai ibu rumah tangga. Diketahui bahwa Ibu Yanti suka berbelanja di *marketplace* shopee. Produk yang biasanya dibeli oleh Ibu Yanti yaitu makanan, baik dari fitur shopee food maupun toko yang menjual berbagai macam makanan. Sebelum membeli produk, Ibu Yanti akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Melihat dari harganya apakah terjangkau atau tidak, dan apakah harga tersebut sesuai dengan kualitasnya atau tidak. Untuk pembelian produk biasanya dalam satu bulan Ibu Yanti berbelanja dua atau tiga kali. Dasar keinginan untuk membeli produk tersebut yaitu dipengaruhi oleh keinginan sendiri.[15]

e. Wawancara kepada Ibu Deka

Pekerjaan Ibu Deka sebagai ibu rumah tangga, sedangkan pekerjaan dari suami Ibu Deka adalah buruh harian lepas. Diketahui bahwa Ibu Deka suka berbelanja di *marketplace shopee*. Produk yang biasanya dibeli oleh Ibu Deka yaitu berbagai macam produk baik itu pakaian, peralatan rumah tangga, make up dan lain sebagainya. Sebelum memebeli produk, Ibu

[12] Wawancara dengan Ibu Tintin, 31 Januari 2024.
[13] Wawancara dengan Ibu Milah, 31 Januari 2024.
[14] Wawancara dengan Ibu Siti, 31 Januari 2024.
[15] Wawancara dengan Ibu Yanti, 31 Januari 2024.

Deka akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Melihat dari harganya yang realtif lebih murah antara *online store* dibandingkan dengan *offline store*. Untuk pembelian produk biasanya dalam satu bulan Ibu Deka berbelanja relatif sering. Dasar keinginan untuk membeli produk tersebut yaitu dipengaruhi oleh keinginan sendiri.[16]

f. Wawancara kepada Ibu Titin

Pekerjaan Ibu Titin sebagai ibu rumah tangga, sedangkan pekerjaan suami dari Ibu Titin adalah kuli bangunan. Diketahui bahwa Ibu Titin suka berbelanja di *marketplace shopee*. Produk yang biasanya dibeli oleh Ibu Titin yaitu berbagai macam produk pakaian. Sebelum membeli produk, Ibu Titin akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Melihat dari kualitas produk dan ongkos kirim yang dikenakan untuk produk tersebut. Untuk pembelian produk biasanya dalam satu bulan ibu Titin berbelanja setidaknya satu kali. Dasar keinginan untuk membeli produk tersebut yaitu dipengarhui keinginan sendiri.[17]

g. Wawancara Kepada Ibu Karmila

Pekerjaan Ibu Karmila sebagai ibu rumah tangga. Diketahu bahwa Ibu Karmila suka berbelanja di *marketplace shopee*. Produk yang biasanya dibeli oleh Ibu Karmila yaitu berbagai macam produk perawatan kulit, produk kecantikan dan pakaian. Sebelum membeli produk, Ibu Karmila akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Melihat dari harga yang relatif terjangkau atau tidak serta dari kualitas produk yang akan dibeli. Untuk pembelian produk biasanya dalam satu bulan Ibu Karmila berbelanja setidaknya dua sampai tiga kali. Dasar keinginan untuk membeli produk tersebut yaitu dipengaruhi keinginan sendiri, serta terkadang mendapat rekomendasi dari teman.[18]

h. Wawancara kepada Ibu Soni

Pekerjaan Ibu Soni sebagai ibu rumah tangga, sedangkan pekerjaan dari suami Ibu Soni adalah di Kemenag. Diketahui bahwa Ibu Soni suka berbelanja di *marketplace* shopee. Produk yang biasanya dibeli oleh Ibu Soni yaitu berbagai macam produk pakaian, juga peralatan untuk memasak. Sebelum membeli produk, Ibu Soni akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Melihat dari harga yang terjangkau serta dari kualitas produk yang akan dibeli. Untuk pembelian produk dalam satu bulan Ibu Soni berbelanja setidaknya tiga sampai lima kali dalam sebulan. Dasar keinginan untuk membeli produk tersebut yaitu dipengaruhi keinginan sendiri.[19]

i. Wawancara kepada Ibu Ade

Pekerjaan Ibu Ade sebagai ibu rumah tangga. Diketahui bahwa Ibu Ade suka berbelanja di *marketplace* shopee. Produk yang biasanya dibeli oleh ibu Ade berupa produk kecantikan. Sebelum membeli produk, Ibu Ade akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Melihat dari harga apakah sesuai dan fungsi dari produk tersebut. Untuk pembelian produk dalam satu bulan Ibu Ade berbelanja setidaknya satu sampai dua kali dalam satu bulan. Dasar keinginan untuk membeli produk tersebut yaitu dipengaruhi oleh keinginan sendiri, serta rekomendasi dari orang lain.[20]

[16] Wawancara dengan Ibu Deka, 31 Januari 2024.
[17] Wawancara dengan Ibu Titin, 4 Januari 2024.
[18] Wawancara dengan Ibu Karmila, 4 Januari 2024.
[19]Wawancara dengan Ibu Soni, 4 Februari 2024.
[20] Wawancara dengan Ibu Ade, 4 Februari 2024.

j. Wawancara kepada Ibu Hani

Pekerjaan Ibu Hani sebagai ibu rumah tangga, sedangkan pekerjaan suami dari Ibu Hani adalah pegawai swasta. Diketahui bahwa Ibu Hani suka berbelanja di *marketplace* shopee. Produk yang biasanya dibeli oleh Ibu Hani berupa berbagai macam pakaian, berbagai macam hiasan seperti pin bros. Sebelum membeli produk, Ibu Hani akan mempertimbangkannya terlebih dahulu. Melihat dari reputasi dan ulasan dari produk tersebut apakah bagus atau tidak, serta melihat dari harga. Untuk pembelian produk dalam satu bulan Ibu Hani berbelanja setidaknya bisa sampai tiga sampai lima kali dalam satu bulan. Dasar keinginan untuk membeli produk tersebut yaitu dipengaruhi oleh keinginan sendiri.[21]

Pembahasan

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, dalam bagian ini akan dibahas bagaimana pola gaya hidup dan perilaku konsumtif untuk keputusan pembelian di *marketplace* shopee kepada Ibu-ibu Majelis Taklim Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi.

Setiap responden memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. seperti gaya hidup hemat yang dilakukan Ibu Tintin, Ibu Ade dan Ibu Titin karena untuk berbelanja dalam satu bulan itu setidaknya hanya satu atau dua kali saja dalam sebulan. Ada juga yang memiliki gaya hidup hedonis, seperti Ibu Deka, Ibu Milah, Ibu Hani, dan Ibu Soni yang dalam satu bulan bisa berbelanja setidaknya tiga sampai lima kali bahkan sampai relatif sering untuk membeli produk seperti pakaian. Gaya hidup juga dapat mendorong responden dalam menentukan keputusan dalam pembelian. seperti Ibu Siti yang mempunyai anak masih kecil akan memprioritaskan membeli kebutuhan untuk anaknya.

SIMPULAN

Gaya hidup merupakan kebutuhan manusia yang bisa berubah sesuai zaman yang dilalui, serta bagaimana seseorang membelanjakan dan memanfaatkan ungnya untuk mendapatkan suatu barang yang dibutuhkan atau diinginkannya. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku seseorang yang memiliki kecenderungan untuk berbelanja dengan berlebihan, atau untuk hanya keinginan semata. Ibu-ibu Manjelis Taklim Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi terlihat memiliki gaya hidup yang berbagai macam, seperti gaya hidup hemat, gaya hidup hedonis, dan lainnya. Terdapat beberapa dari responden yang memiliki ciri-ciri untuk berperilaku konsumtif, salah satu contohnya dari membeli barang dikarenakan tergiur dengan promosi iklan. Dalam hal tersebut, keadaan ekonomi menjadi salah satu faktor dari perilaku konsumtif. Seperti orang yang memiliki ekonomi yang kurang akan menggunakan uangnya lebih hati-hati, daripada orang yang memiliki ekonomi di atasnya. Jika dihubungkan dengan gaya hidup secara teoritik, maka Ibu-ibu pada Majelis Taklim Desa Cinunuk termasuk kepada kelompok masyarakat yang memiliki gaya hidup hedonis. Dalam keputusan pembelian terjadi banyak pertimbangan yang dialami. Seperti dari gaya hidup yang dijalani responden, hal itu akan mendorong untuk membeli beberapa produk sesuai dengan pola gaya hidup yang dialaminya. Dari sebagian responden, hampir mendekati perilaku konsumtif seperti berbelanja dalam satu bulan bisa sampai lima kali, bahkan bisa sampai sering. Ada juga pertimbangan

[21] Wawancara dengan Ibu Hani, 4 Februari 2024.

dalam pengambilan keputusan pembelian, seperti melakukan perbandingan harga dan ulasan dari tiap toko, serta ada atau tidaknya gratis ongkos kirim. Gaya hidup dan perilaku konsumtif pada Ibu-ibu Majelis Taklim Desa Cinunuk kecamatan Cileunyi yang dilihat dari hasil wawancara, ada beberapa yang kurang sesuai dengan ajaran Islam. Karena terlihat dari jawaban responden, yang mencoba untuk membeli beberapa produk tidak untuk kebutuhannya terlebih dahulu. Hal itu tidak sesuai dengan gaya hidup dan perilaku konsumtif menurut ajaran Islam, seperti untuk mengkonsumsi makanan yang halal, bermanfaat, serta layak dikonsumsi. Selain itu juga melibatkan aspek lain seperti pakaian yang sesuai dengan syariat Islam, serta mengelola harta dengan bijak.

DAFTAR PUSTAKA

Adhi, Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiro, *Metode Penelitian Kualitatif*, Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.

Wardhani. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2009.

Warul Walidin, Saifullah, dan Tabrani. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. Aceh: FTK Ar-Raniry Press. 2015.

Wiratna, V. Sujarweni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020.

Yuniarti, V. S. *Perilaku Konsumen-Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia. 2015.

Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah Vol.6 No.1. 2022

Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar JIKM. 2022

Jurnal Ilmu Sosial Vol.14 No.2. 2015

Jurnal Manajemen bisnis Islam Vol.4 No.1. 2023.

Wawancara dengan Ibu Ade, 2024.

Wawancara dengan Ibu Deka, 2024.

Wawancara dengan Ibu Hani, 2024.

Wawancara dengan Ibu Karmila, 2024.

Wawancara dengan Ibu Milah, 2024.

Wawancara dengan Ibu Siti, 2024.

Wawancara dengan Ibu Soni, 2024.

Wawancara dengan Ibu Tintin, 2024.

Wawancara dengan Ibu Yanti, 2024.