

Dampak Tiktok Shop Terhadap Prilaku Konsumtif Muslim

Siti Nurhaliza Azzahra¹, Syahrul Aryanto²

^{1,2}Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru, Program Studi Ekonomi Syariah,
Universitas Djuanda.

email: ¹azzahrahaliza58@gmail.com, ²syahrularyanto02@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat. Teknologi informasi hanya digunakan sebagai alat komunikasi saat dahulu, kini telah berkembang menjadi alat periklanan, pemasaran, hiburan, dan sarana untuk berbelanja. Contohnya adalah media sosial yang belakangan populer yaitu Tik Tok di kalangan anak muda, dimana dalam aplikasi Tiktok terdapat fitur belanja online atau yang sering di sebut dengan Tiktok Shop, Berbelanja jadi lebih mudah karena tidak perlu bertemu langsung saat prosesnya. Dengan adanya kemudahan dalam berbelanja seperti sekarang ini, beberapa orang melakukannya dengan baik, dan ada juga yang konsumtif atau berlebihan dalam berbelanja, dalam artian selain untuk memenuhi kebutuhan dalam bentuk tersier, komplementer dan memenuhi kebutuhan dalam bentuk primer ke sekunder. Perubahan kebiasaan konsumsi masyarakat bahkan memunculkan kecenderungan ke arah perilaku konsumtif. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, melalui google form dengan menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada Mahasiswa Universitas Djuanda yang berada di Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat, dalam sampel pada penelitian ini sebanyak 74 mahasiswa Universitas Djuanda. Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang timbul dari fitur belanja dalam aplikasi Tiktok atau yang sering kita sebut dengan Tiktok shop terhadap prilaku konsumtif mahasiswa Universitas Djuanda.

kata kunci: Media sosial, Tiktok Shop, prilaku konsumtif, Mahasiswa

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat, teknologi informasi hanya digunakan sebagai alat komunikasi saat dahulu, kini telah berkembang menjadi alat periklanan, pemasaran, dan hiburan, media sosial merupakan salah satu teknologi hiburan sekaligus untuk sarana informasi. Penelitian ini berfokus pada media sosial yang belakangan populer yaitu Tik Tok di kalangan anak muda. Tiktok merupakan aplikasi asal Tiongkok yang didirikan oleh Zhang

Yiming, dan perusahaan induknya bernama ByteDance. Media sosial Tiktok menjadi salah satu aplikasi yang banyak di gemari oleh pengguna internet diseluruh dunia salah satunya oleh negara Indonesia, dalam bulan April 2023 pengguna aplikasi Tiktok di seluruh dunia terdapat 1,09 miliar pengguna. Dilansir dari laporan We Are Social, Indonesai berada di peringkat kedua dengan 112,97 juta yang menggunakan aplikasi Tiktok, jumlah pengguna Tiktok di Indonesai dengan Amerika Serikat yang merupakan pengguna Tiktok yang paling terbanyak di seluruh dunia hanya selisih 3,52 juta pengguna.

Kini dalam aplikasi tiktok memiliki fitur belanja online atau yang sering di sebut dengan Tiktok Shop, Belanja online jadi mudah karena tidak perlu bertemu langsung saat prosesnya. Itu dapat dibeli secara online hampir dari rumah. Teknologi memudahkan konsumen dalam menjalankan promosi dan meningkatkan penjualan. Dari sudut pandang konsumen, belanja online menghemat waktu, uang dan tenaga. Keberadaan toko online telah mengalami perubahan sosial dan budaya. Setiap orang mempunyai cara tersendiri untuk memenuhi kebutuhannya. Beberapa orang melakukannya dengan baik, dan ada juga yang konsumtif atau berlebihan dalam berbelanja, dalam artian selain untuk memenuhi kebutuhan dalam bentuk tersier, komplementer dan memenuhi kebutuhan dalam bentuk primer ke sekunder. Perubahan kebiasaan konsumsi masyarakat bahkan memunculkan kecenderungan ke arah perilaku konsumtif.

Agama juga mengharamkan hal-hal yang berlebihan karena jika berlebihan tidak baik. Ada baiknya bagi individu untuk mengetahui bahwa mereka mengonsumsi dan menggunakan barang dan jasa sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya, serta memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya secara maksimal (Islamy, 2015). Hal ini tertera pada Al-Qur'an surat 25: 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Dalam ayat di atas dapat dilihat maknanya dalam tafsir Ibnu Katsir sebagai berikut. "Dan orang-orang yang dalam membelanjakan (hartanya) tidak berlebihan dan tidak juga pelit" dalam ayat ini, maksudnya adalah dalam mengeluarkan infaq mereka tidak terlalu boros, mereka mengelolanya sesuai dengan kebutuhannya, kelurganya tidak dibiarkan, mengurangi hak-hak keluarga mereka, mereka adil dan baik dalam bersikap, dan pertengahan adalah sebaik-baik perkara, tidak kikir dan tidak juga boros. "Dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah tengah antara yang demikian." Al-Hasan al-Bashri berkata: "Tidak ada istilah berinfaq yang berlebihan di jalan Allah." Iyas bin Mu'awiyah berkata: "Berlebihan yang boleh dilaksanakan oleh Allah ta'ala adalah berlebihan (dalam berinfaq).

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Tiktok Shop mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Djuanda di Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang timbul dari fitur belanja dalam aplikasi Tiktok atau yang sering kita sebut dengan Tiktok shop terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Djuanda.

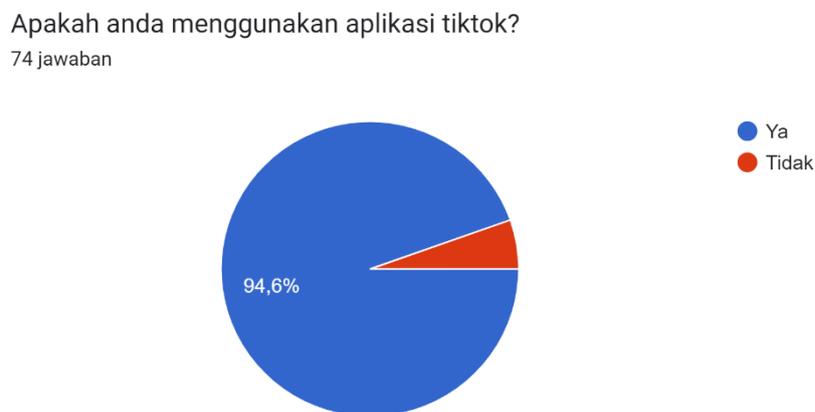
METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menurut (Musianto, 2002) Dalam metode kuantitatif, arah dan fokus penelitian melalui deskripsi statistik, pengujian teori, konstruksi atau kompilasi fakta dan data, kejelasan hubungan dan prediksi. melalui google form dengan menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada Mahasiswa Universitas Djuanda yang berada di Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat, sampel pada penelitian ini sebanyak 74 mahasiswa Universitas Djuanda. Dan dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan dan bersifat literatur. Penelitian kepustakaan merupakan suatu penelitian yang melakukan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan informasi dari berbagai sumber. Materi yang dipelajari tidak terbatas pada buku saja, namun bisa juga berupa artikel, majalah,

dan surat kabar. Dalam penelitian kepustakaan tujuan utamanya adalah untuk menemukan hukum, berbagai konsep, prinsip, hipotesis, dan lain-lain, yang dapat digunakan untuk menganalisis dan memecahkan masalah yang dipelajari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data mahasiswa Universitas Djuanda yang berada Kabupaten Bogor kecamatan Ciawi Provinsi Jawa Barat, maka sampel pada penelitian ini sebanyak 74 mahasiswa Universitas Djuanda, seperti yang ada di dalam Gambar 1.

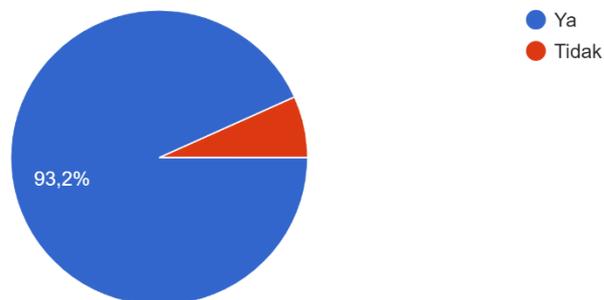


Gambar 1- Pengguna aplikasi tiktok.

Berdasarkan hasil dari gambar di atas bahwasannya 94,6% atau sekitar 70 mahasiswa menggunakan aplikasi tiktok dan 5,4% atau sekitar 4 mahasiswa tidak menggunakan aplikasi Tiktok. Dalam hasil kuesioner di atas terlihat lebih banyak mahasiswa yang menggunakan aplikasi tiktok di bandingkan dengan yang tidak menggunakan aplikasi tiktok. Tiktok merupakan media sosial yang berkecimpung dalam media baru, tiktok merupakan aplikasi yang bisa mengunggah video pendek menjadikan penggunaanya bebas berimajinasi dan menuangkan ide dalam bentuk video pendek Media sosial Tiktok menjadi salah satu aplikasi yang banyak di gemari oleh pengguna internet diseluruh dunia salah satunya oleh negara Indonesia, dalam

bulan April 2023 pengguna aplikasi Tiktok di seluruh dunia terdapat 1,09 miliar pengguna. Dilansir dari laporan We Are Social, Indonesai berada di peringkat kedua dengan 112,97 juta yang menggunakan aplikasi Tiktok, jumlah pengguna Tiktok di Indonesai dengan Amerika Serikat yang merupakan pengguna Tiktok yang paling terbanyak di seluruh dunia hanya selisih 3,52 juta pengguna.

Apakah anda mengetahui fitur belanja di aplikasi tiktok?
74 jawaban



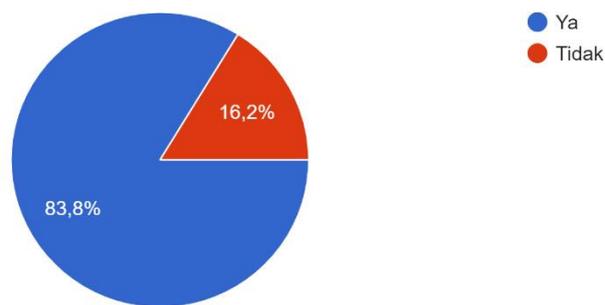
Gambar 2. Mahasiswa yang mengetahui aplikasi Tiktok.

Berdasarkan hasil gambar diatas bahwasannya 93,2% atau sekitar 69 mahasiswa mengetahui fitur belanja di aplikasi tiktok dan 6.8 % atau sekitar 5 mahasiswa tidak mengetahui fitur belanja di aplikasi Tiktok shop. Dengan ini dapat disimpulkan bahwasannya banyak mahasiwa yang mengetahui fitur belanja di aplikasi tiktok shop. Perpaduan antara teknologi informasi dan aktivitas manusia merupakan Sistem informasi yang di memanfaatkan untuk menunjang kepentingan perusahaan dalam kelangsungan bisnis. Menurut (Reza Handika Supriatna, 2017) sistem yang terdiri dari kumpulan komponen-komponen seperti perangkat keras, perangkat lunak, sistem merupakan sistem informasi. dan program otak yang mengolah informasi dalam organisasi menjadi keluaran untuk mencapai tujuan tertentu.

Bagi yang menggunakan sistem informasi bisnis maka bisa mengakses informasi yang di butuhkan karna sudah di sediakan oleh sistem informasi bisnis. Toko online merupakan salah satu contoh dari perdagangan secara elektronik atau sama saja dengan adanya perdagangan antara pembeli dan penjual,serta mengandalkan sistem informasi untuk pemasaran secara elektronik dengan mengandalkan internet. TikTok Shop merupakan sebuah toko online, dan merupakan sistem informasi bisnis,serta penjualan secara elektronik yang dapat menyediakan, menawarkan dan mengenai jual beli atau bisnis nya sudah dapat tersimpan informasi khususnya.

Apakah anda pernah berbelanja di aplikasi tiktok shop?

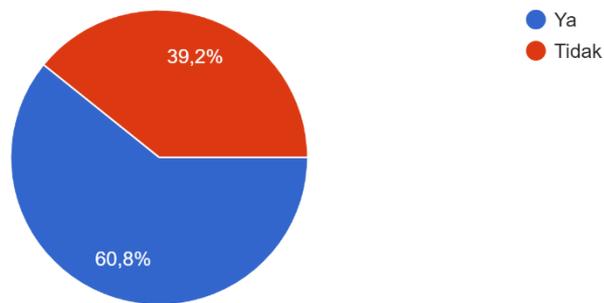
74 jawaban



Gambar 3-Mahasiswa yang pernah berbelanja di Aplikasi Tiktok

Berdasarkan hasil gambar diatas bahwasannya 83,8% atau sekitar 62 mahasiswa mengetahui fitur belanja di aplikasi tiktok dan 16,2% atau sekitar 12 mahasiswa mengetahui fitur belanja di aplikasi Tiktok shop. Dengan ini dapat disimpulkan bahwasannya banyak mahasiwa yang mengetahui fitur belanja di aplikasi tiktok shop.TikTok Shop merupakan fitur yang dirancang untuk membangkitkan minat dan memfasilitasi penggunaanya. Mengutip laman resminya, pengguna dan kreator dapat mempromosikan, membeli, dan menjual produknya menggunakan TikTok Shop yang merupakan fitur social commerce.

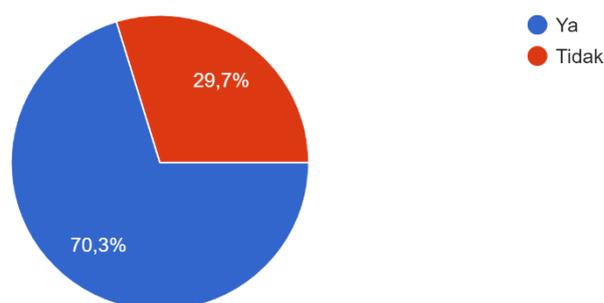
Apakah Anda berbelanja di tiktok shop untuk memenuhi kebutuhan?
74 jawaban



Gambar 4- Mahasiswa yang berbelanja sesuai kebutuhan.

Berdasarkan hasil gambar diatas bahwasannya 60,8% atau sekitar 45 mahasiswa mengetahui fitur belanja di aplikasi tiktok dan 39,2% atau sekitar 29 mahasiswa berbelanja di Tiktok Shop untuk memenuhi kebutuhan. Dengan ini dapat di simpulkan bahwasannya mahasiswa Universitas Djuanda berbelanja sesuai dengan dengan kebutuhan. Hal ini sejalan dengan penelitian. (Ade Ayu Oktavian, 2022) Secara umum masyarakat mempunyai kebutuhan yang harus dipenuhi dalam kebutuhan hidup, kebutuhan tersebut terbagi menjadi tiga kebutuhan diantaranya adalah: kebutuhan sekunder, kebutuhan primer, dan kebutuhan tersier. Fitur yang ada pada aplikasi TikTok mampu meningkatkan efisiensi pencarian barang dan pembelian secara online, terbukti dengan banyaknya produk yang ditawarkan dengan live streaming untuk membujuk konsumen agar membelinya, atau terdapat keranjang kuning dalam iklan berbetuk video.

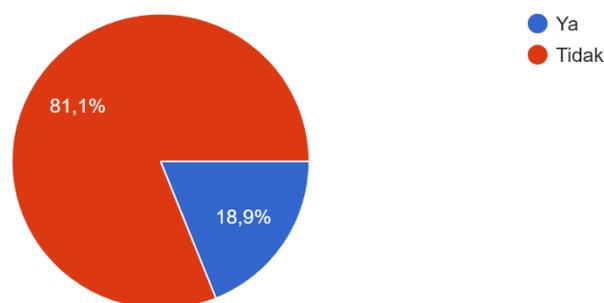
Apakah Anda berbelanja di tiktok shop untuk memenuhi keinginan?
74 jawaban



Gambar 5- Mahasiswa yang berbelanja sesuai keinginan.

Berdasarkan hasil gambar diatas bahwasannya 70,3% atau sekitar 45 mahasiswa mengetahui fitur belanja di aplikasi tiktok dan 29,7% atau sekitar 29 mahasiswa berbelanja di Tiktok Shop untuk memenuhi keinginan. Dapat di simpulkan bahwa dari mahasiswa Universitas Djuanda banyak juga yang berbelanja sesuai dengan keinginan, dalam berbelanja di online shop sesuai keinginan dapat memberikan kemudahan dan kesenangan dimana dengan adanya aplikasi Tiktok shop sangat membantu para konsumen untuk memilih barang yang diinginkan dengan mudah dan banyak pilihan. Dalam hal ini sesuai dengan penelitian (Nuning Kristiani, 2022) bahwa Aplikasi TikTok ini dapat membuat penggunanya senang dan terbukti memiliki manfaat yang diketahui oleh penggunanya.

Apakah dengan adanya tiktok shop menyebabkan anda berbelibahan dalam berbelanja?
74 jawaban



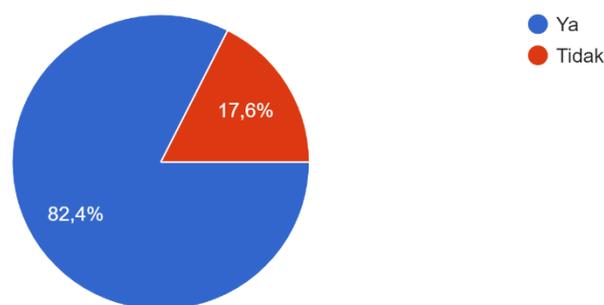
Gambar 6- Apakah Tiktok shop menyebabkan berlebihan dalam berbelanja

Berdasarkan hasil gambar diatas bahwasannya 81.1% atau sekitar 60 mahasiswa mengatakan tidak, dan 18.9% atau sekitar 14 mahasiswa menjawab ya. Dapat di simpulkan bahwa mahasiwa Universitas Djuanda dengan adanya Tiktok Shop tidak menyebabkan berlebihan dalam berbelanja atau yang biasa disebut Implusive buying, Pembelian impulsif merupakan tindakan berbelanja yang tidak mempertimbangkan antara kebutuhan dan keinginan sehingga tidak melakukan penelitian lebih lanjut terhadap barang yang ingin dibelinya, pembelian tersebut dilakukan tanpa disadari. pembelian impulsif dapat terjadi pada semua kelompok, biasanya terjadi pada masa

remaja akhir dan dewasa. Pembelian secara impulsive biasanya di sebabkan dengan hal-hal sepele seperti pemasaran afiliasi, diskon yang dapat menurunkan harga pasar, serta promosi pengiriman gratis. Situasi ini mengundang minat masyarakat untuk melakukan pembelian, terutama ketika dihadapkan pada pernyataan seperti "diskon hanya berlaku hari ini." Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya tiktok shop tidak menyebabkan mahasiswa Universitas Djuanda berperilaku konsumtif.

Apakah anda berpikir bahwa tiktok shop memiliki dampak positif atau negatif terhadap perilaku belanja online anda?

74 jawaban



Gambar 7- Dampak Tiktok Shop terhadap mahasiswa

Berdasarkan hasil gambar diatas bahwasannya 82.4% atau sekitar 60 mahasiswa mengatakan ya, dan 18.9% atau sekitar 14 mahasiswa menjawab tidak, dapat disimpulkan bahwasannya banyak mahasiswa Universitas Djuanda yang mendapatkan dampak dari Tiktok Shop terhadap prilaku belanja online yang dilakukan. dampak positive yang di dapatkan diantaranya adalah berbelanja lebih mudah kadang mendapatkan harga yang cenderung lebih murah, dapat membeli barang yang tidak bisa ditemukan di pasar/slawayan, terdapat banyak promo, dan pembelian Ketika live bisa mengetahui spesifikasi pada suatu barang yang akan dibeli.

KESIMPULAN

Jadi dari penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa dampak Tiktok shop tidak banyak yang menjadikan Mahasiswa Universitas Djuanda berperilaku konsumtif, karna dari 74 responden 81.1% atau sebanyak 60 mahasiswa menjawab tidak berlebihan dalam berbelanja di platform Tiktok Shop, justru sebagian mahasiswa mendapatkan dampak yang positif terhadap adanya platform Tiktok Shop contohnya seperti berbelanja lebih mudah kadang mendapatkan harga yang cenderung lebih murah, dapat membeli barang yang tidak bisa ditemukan di pasar/slawayan, terdapat banyak promo, dan pembelian Ketika live bisa mengetahui spesifikasi pada suatu barang yang akan dibeli. Dan Mahasiswa Universitas Djuanda juga berbelanja sesuai dengan yang dibutuhkan dan sesuai dengan kegunaannya dalam kehidupan sehari-hari, adapun yang berbelanja sesuai keinginan namun tidak berlebihan ketika berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Ayu Oktavian, S. K. (2022). Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA Vol 6 No 1* , 100-107.
- Ai Nur Sa'adah, A. R. (2022). PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK. *Akuntansi, Bisnis dan Keuangan Vol. 2, No, 5*, 131-140.
- Galuh Putri Riyanto, W. K. (2023, Juli 11). *Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia*. Retrieved from tekno.kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067>
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian. *Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Vol. 4, No. 2*, 123-126.
- Nuning Kristiani, S. W. (2022). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PLAYFULNESS TERHADAP INTENTION TO USE PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI MASA PANDEMI COVID 19. *urnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 5, No. 2*, 162-177.
- Reza Handika Supriatna, S. K. (2017). MEMBANGUN SISTEM INFORMASI PERMINTAAN KANTONG DARAH UTD PMI SUMBAWA BERBASIS WEB. *JURNAL TAMBORA Vol. 2, No. 2*, 1-11.
- Vivi Juli Pratiwi, F. E. (2023). Pengaruh Voucher Diskon Belanja Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dikalangan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang. *Student Scientific Creativity Journal Vol.1, No. 1*, 391-400.