

ANALISIS PERILAKU KONSUMSI CERDAS PADA LAYANAN FOOD DELIVERY (GOFOOD/GRABFOOD) DI KALANGAN MAHASISWA

¹Zahra Widia Aristantia, ²Saiful Almujab ³Veri Aryanto Sopiansah

Universitas Pasundan

¹ zahra.widiaa05@gmail.com, ² saifulalmujab@unpas.ac.id, ³ veriaryanto@unpas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine smart consumption behavior among university student utilizing online food delivery (OFD) service such as GoFood and GrabFood. This study employed a qualitative descriptive method, with data obtained through in depth interviews with student from Pasundan University. The findings indicate that smart consumption behavior is reflected in student ability to compare prices across various platforms, assess restaurant reviews, and set monthly budget limits to avoid rash purchases. While marketing strategies such as large discounts and free delivery often encourage consumer behavior, an understanding of economics and self control play a crucial role in helping students manage their finances wisely. This study concludes that despite high accessibility, digital and economic literacy remain key factors shaping rational consumption habits among generation Z.

Kata kunci : Smart Consumption, Online Food Delivery, Student Behavior, Economic Literacy, Self Control.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji perilaku konsumsi yang cerdas di kalangan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan pengantaran makanan online (OFD) seperti GoFood dan GrabFood. Dalam penelitian ini, digunakan metode deskriptif kualitatif, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa Universitas Pasundan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi yang bijaksana tercermin dari kemampuan mahasiswa dalam membandingkan harga di berbagai platform, menilai ulasan restoran, serta menetapkan Batasan anggaran bulanan agar dapat menghindari pembelian yang tergesa-gesa. Walaupun startegi pemasaran seperti diskon besar dan pengiriman gratis sering kali mendorong perilaku konsumtif, pemahaman tentang ekonomi dan pengendalian diri memiliki peranan penting dalam membantu mahasiswa mengatur keuangan mereka dengan bijak. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun aksesibilitasnya tinggi, pemahaman digital ekonomi tetap menjadi faktor utama yang membentuk kebiasaan konsumsi yang rasional di kalangan generasi Z.

Kata kunci : Konsumsi Cerdas, Pengiriman Makanan Online, Perilaku Mahasiswa, Literasi Ekonomi, Kontrol Diri.

PENDAHULUAN

Perkembangan cepat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam kebiasaan makan. Perubahan digital ini menciptakan munculnya layanan pengantaran makanan online seperti GoFood dan GrabFood yang kini menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat di kota-kota. Di Indonesia, layanan-layanan ini tidak hanya memberi efisiensi waktu dan kemudahan, tetapi juga telah menciptakan ekosistem ekonomi baru yang mengubah cara konsumen berhubungan dengan penyedia makanan. Bagi mahasiswa, yang dikenal sebagai kelompok dengan kemampuan teknologi yang tinggi dan kegiatan yang padat, hadirnya layanan pengantaran makanan secara digital ini menjadi solusi praktis untuk memenuhi kebutuhan makan sehari-hari di tengah kesibukan belajar yang menyita waktu.

Namun, di balik semua kemudahan itu, ada masalah serius yang berkaitan dengan pengendalian diri dan rasionalitas dalam berbelanja. Ini dibuktikan oleh penelitian (Meila

Anjani et al., 2024) yang menunjukkan bahwa layanan pengantaran makanan online sangat diminati oleh mahasiswa karena transaksi bisa dilakukan dengan mudah, tetapi ketenaran ini juga diikuti oleh meningkatnya perilaku belanja yang tidak terencana. Kemudahan akses yang ada sering kali menjadi masalah; di satu sisi membantu efisiensi, tetapi di sisi lain membuat batas antara kebutuhan dasar dan keinginan untuk bersenang-senang menjadi kabur. Mahasiswa sering kali dihadapkan pada strategi pemasaran digital yang sangat agresif, termasuk diskon besar-besaran, penjualan kilat di waktu tertentu, dan promosi pengiriman gratis yang dibuat dengan cara psikologis untuk meningkatkan jumlah transaksi. Selaras dengan ini, (Rodiyah & Pradikto, 2025) menyatakan bahwa pemahaman tentang ekonomi sangat penting untuk membantu mahasiswa mengelola uang mereka dengan bijak. Semakin baik pemahaman ekonomi yang mereka miliki, maka mahasiswa akan lebih mampu untuk merencanakan pengeluaran dan menghindari perilaku belanja yang tidak perlu di tengah tren digital yang selalu berubah.

Perubahan dalam cara orang berbelanja ini juga dipengaruhi oleh banyaknya penggunaan dompet digital yang terhubung dalam aplikasi OFD. Secara mental, transaksi tanpa uang tunai biasanya mengurangi rasa "sakit saat membayar" dibandingkan dengan menggunakan uang tunai, sehingga pengguna sering kali tidak menyadari berapa total pengeluaran mereka. Ini menciptakan tantangan baru dalam pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa yang umumnya memiliki pendapatan yang terbatas. Keterikatan pada algoritma aplikasi yang selalu memberi saran menu berdasarkan histori pencarian juga menciptakan "ruang gema" belanja yang mendorong mahasiswa untuk terus-menerus membeli barang. Fenomena ini menunjukkan bahwa teknologi lebih dari sekedar alat, tetapi juga merupakan cara yang bisa mengubah perilaku ekonomi individu melalui kenyamanan yang ditawarkan.

Permasalahan utama yang terjadi selanjutnya adalah adanya jarak antara kemudahan akses teknologi dengan tingkat pemahaman konsumen saat bertransaksi. Menjadi konsumen yang cerdas sangatlah penting karena jual-beli barang dan jasa sudah menjadi hal yang diperlukan dalam kehidupan modern. Menurut (Agra Nurulhuda Ali, 2022), penerapan konsep konsumen cerdas berfungsi untuk membantu individu agar lebih berhati-hati dan selektif dalam bertransaksi di era digital yang canggih ini. Tanpa kemampuan ini, mahasiswa yang merupakan kelompok yang rentan cenderung terjebak dalam pola konsumsi yang hanya didasarkan pada keinginan sementara, pengaruh sosial dari teman-teman, atau sekadar mengikuti tren di media sosial, bukan berdasarkan kebutuhan dasar yang rasional. Hal ini sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut, mengingat posisi mahasiswa yang berada pada fase penting menuju kemandirian finansial yang memerlukan keterampilan dalam manajemen risiko dan keuangan yang baik.

Analisis tentang perilaku konsumsi yang cerdas ini harus juga melihat faktor luar seperti lingkungan social di kampus dan dampak iklan di media social yang sangat kuat. Mahasiswa sering menggunakan layanan pengantaran makanan bukan hanya untuk kebutuhan makan, tetapi juga sebagai bagian dari identitas mereka di lingkaran social. Maka dari itu penelitian ini tidak hanya terfokus pada aspek ekonomi saja, tetapi juga sebagai bagian dari identitas mereka di lingkaran sosial. Maka dari itu, penelitian ini tidak hanya terfokus pada aspek ekonomi saja, tetapi juga mempertimbangkan literasi digital dan kemampuan mengontrol diri sebagai dasar penting dalam melakukan transaksi. Pentingnya penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk merumuskan cara bagi mahasiswa agar dapat memanfaatkan teknologi yang berkembang tanpa kehilangan kendali atas stabilitas keuangan mereka. Ini juga berhubungan dengan upaya untuk membangun ketahanan ekonomi negara yang dimulai dari perilaku cerdas individu.

Tujuan dari tulisan ilmiah ini adalah untuk memperhatikan cara mahasiswa dalam menerapkan kebiasaan berbelanja cerdas, mulai dari cara mereka mengelola pengeluaran sehari-hari, menilai seberapa efektif promo yang ada, hingga melakukan perbandingan harga yang logis melalui layanan pengantaran makanan. Harapan dari penelitian ini adalah dapat memberikan sumbangsih secara teoritis untuk pengembangan

ilmu ekonomi pendidikan, terutama berkaitan dengan peningkatan literasi konsumen di zaman ekonomi digital. Secara praktis, studi ini diharapkan bisa menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa agar lebih berpikir kritis, skeptis terhadap trik pemasaran, dan bijaksana dalam menggunakan teknologi. Hasil akhirnya adalah menciptakan generasi yang tidak hanya menjadi sasaran pasar atau korban dari kapitalisme digital, tetapi juga menjadi konsumen yang pintar, kritis, dan berdaya dalam ekosistem ekonomi digital yang terus berkembang dengan cepat.

LANDASAN TEORI

1. Perilaku Konsumsi Cerdas

Perilaku konsumsi cerdas adalah cara menunjukkan kemampuan seseorang dalam membuat keputusan ekonomi secara bijaksana dan bertanggung jawab. Ini melibatkan proses pemikiran yang mendalam tentang setiap transaksi barang atau jasa yang akan dilakukan. Seperti yang dijelaskan oleh (Agra Nurulhuda Ali, 2022) menjadi konsumen yang cerdas sangat penting di zaman sekarang, dimana belanja barang dan jasa telah menjadi kebutuhan dasar masyarakat. Penerapan konsep konsumen cerdas berfungsi sebagai langkah pencegahan agar individu lebih hati-hati dalam memutuskan dan memilih produk atau jasa yang akan digunakan. Dalam konteks mahasiswa, sikap ini terlihat dari kemampuan mereka untuk mengatur kebutuhan fungsional dengan sumber daya keuangan yang mereka miliki.

2. Literasi Ekonomi dan Perilaku Bijak

Dasar utama dari konsumsi yang bijaksana adalah seberapa tinggi tingkat literasi ekonomi yang dimiliki seseorang. Literasi ekonomi tidak hanya berarti memahami teori, tetapi juga keterampilan nyata dalam mengatur keuangan. (Rodiyah & Pradikto, 2025) menekankan bahwa literasi ekonomi memiliki peran penting dalam mendukung mahasiswa untuk mengelola keuangan mereka dengan bijaksana. Semakin tinggi literasi ekonomi yang dimiliki oleh seorang mahasiswa, makin baik kapasitasnya dalam merencanakan dan mengatur pengeluaran sehari-hari. Ini sangat penting untuk mencegah perilaku konsumtif atau kecenderungan untuk mengonsumsi secara berlebihan, sehingga mahasiswa dapat menempatkan kebutuhan di atas keinginan yang bersifat sementara.

3. Fenomena Online Food Delivery (OFD) dan Perilaku Impulsif

Layanan pengantaran makanan secara daring telah mengubah cara mahasiswa mendapatkan makanan. Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi sering kali menjadi pendorong untuk perilaku konsumsi yang tidak terencana. Penelitian yang dilakukan oleh (Meila Anjani et al., 2024) menunjukkan bahwa tingginya penggunaan aplikasi pengantaran makanan di kalangan mahasiswa sering kali disertai dengan perilaku konsumsi yang bersifat impulsif. Ini terjadi karena platform digital dirancang untuk memudahkan akses sekaligus memanjakan pengguna dengan berbagai fitur, yang bila tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang baik, akan mengakibatkan mahasiswa kehilangan akal sehatnya saat berbelanja. Oleh karena itu, mahasiswa perlu lebih berhati-hati dengan pemasaran digital yang agresif agar dapat berbelanja dengan bijak saat menggunakan layanan pengantaran makanan.

4. Teori Perilaku Konsumen di Era Digital

Perilaku konsumen dalam dunia digital dipengaruhi oleh elemen-elemen internal seperti pola hidup dan faktor eksternal seperti interaksi sosial. Mahasiswa yang merupakan generasi digital memiliki ciri khas dalam perilaku konsumsi yang sangat dipengaruhi oleh perubahan tren dan akses teknologi yang mudah. Akan tetapi, dari sudut pandang ekonomi pendidikan, tindakan tersebut seharusnya diarahkan pada pola konsumsi yang lebih hemat. Keterpaduan antara pemahaman ekonomi, kemampuan mengontrol diri, dan penguasaan nilai produk menjadi fondasi utama dalam membentuk karakter konsumen yang pintar. Oleh karena

itu, penting untuk melakukan analisis terhadap variabel-variabel ini demi memahami cara mahasiswa membuat keputusan di tengah kerumitan ekosistem pasar digital yang semakin rumit.

METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Sejalan dengan esensi penelitian kualitatif dalam edukasi, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan menyeluruh terkait konteks, arti, serta pengalaman individu dalam perilaku konsumsi. Menurut (Nababan et al., 2024), penelitian kualitatif memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menangkap keragaman pengalaman dan konteks pribadi yang sangat krusial dalam memahami kompleksitas pendidikan dan perilaku sosial. Pendekatan menyeluruh digunakan untuk menganalisis fenomena secara keseluruhan, dengan mengaitkan beragam aspek kehidupan mahasiswa ketika berinteraksi dengan layanan pengantaran makanan. Peneliti menempatkan diri sebagai instrumen utama yang memahami perannya dan sudut pandangnya selama proses pengumpulan data. Hal ini sangat penting karena dalam metode kualitatif, peneliti dituntut untuk menggabungkan pengetahuan akademis dengan pengalaman praktis di lapangan (Nababan et al., 2024).

Pengumpulan data dilakukan dengan metode yang mendalam untuk mendapatkan data yang detail dan bermakna. Teknik utama yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan memberikan pertanyaan terbuka untuk memperoleh jawaban yang kaya makna dari responden mengenai faktor perilaku konsumsi yang cerdas. Selain melakukan wawancara, dilakukanlah observasi terkait dinamika mahasiswa saat berinteraksi dengan aplikasi GoFood atau GrabFood. Langkah ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana mahasiswa merespons produk atau layanan yang akan mereka gunakan (Agra Nurulhuda Ali, 2022). Semua informasi yang dikumpulkan di lapangan dicatat secara teratur dalam bentuk catatan lapangan sebagai dokumentasi otentik dari setiap interaksi selama penelitian dilakukan.

Teknik analisis data dalam studi ini dilakukan dengan cara induktif, yaitu dengan mengidentifikasi pola, tema, atau kategori yang muncul secara alami dari data lapangan tanpa memaksakan data agar sesuai dengan teori tertentu. Proses analisis data mengikuti siklus yang terdiri dari tahap pengurangan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Secara khusus, peneliti menggunakan analisis tematik untuk menjelaskan bagaimana pemahaman ekonomi memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam merencanakan pengeluaran (Rodiyah & Pradikto, 2025). Untuk memastikan kualitas penelitian, validitas dan keandalan ditingkatkan melalui teknik triangulasi dan audit dokumen. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa penafsiran yang dihasilkan benar-benar mencerminkan perilaku nyata mahasiswa dalam menghindari konsumsi impulsif yang sering terjadi pada platform pengantaran makanan online (Meila Anjani et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan hasil analisis dari data yang diperoleh melalui wawancara dengan mahasiswa mengenai pola konsumsi cerdas dalam layanan pengantaran makanan online. Data tersebut dianalisis dengan metode deskriptif kalitatif untuk memahami lebih dalam setiap Tindakan ekonomi yang dilakukan oleh mahasiswa.

Hasil penelitian melalui pengumpulan data menggunakan wawancara, peneliti menemukan pola perilaku mahasiswa dalam lima aspek utama konsumsi cerdas. Secara umum, mahasiswa menunjukkan tingkat kesadaran yang tinggi terhadap hak-hak mereka sebagai konsumen, meskipun masih menghadapi kesulitan terkait pengendalian dorongan untuk berbelanja secara impulsive di dunia digital.

Tabel 1 Deskripsi Perilaku Konsumsi Cerdas Responden

No	Indikator Perilaku	Analisis Temuan Lapangan
1.	Perencanaan dan Prioritas	Beberapa responden tampak lebih suka memilih makanan terlebih dahulu, sementara yang lain cenderung melakukan pemesanan mendadak karena pengaruh iklan atau promo khusus.
2.	Manajemen Anggaran	Responden menunjukkan kemampuan untuk mengatur keuangan dengan menentukan batasan pengeluaran. Cara yang umum diterapkan adalah menyesuaikan pesanan dengan jumlah uang yang tersisa di M-Banking agar tidak mengganggu biaya Pendidikan.
3.	Komparasi Harga dan Kualitas	Semua responden memiliki kebiasaan untuk membandingkan total biaya (harga makanan ditambah ongkos kirim) antara aplikasi GoFood dan GrabFood. Mereka juga memeriksa ulasan untuk memastikan produk memiliki kualitas yang diharapkan.
4.	Literasi Promo	Promo dianggap sebagai sarana untuk menghemat pengeluaran makan sehari-hari, namun beberapa responden juga mengakui bahwa hal ini bisa menyebabkan pembelian barang-barang yang sebenarnya tidak perlu.
5.	Kontrol Diri (Self Control)	Sebagian responden pernah mengalami penyesalan setelah melakukan pembelian secara impulsive. Beberapa cara yang dilakukan untuk mengurangi hal tersebut termasuk menunda pembelian, memeriksa persediaan makanan di rumah, dan memperbandingkan antara kebutuhan dan keinginan.

Pembahasan temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung berperilaku rasional sebagai bentuk dari konsumen yang cerdas untuk menghindari kerugian finansial pribadi. Penerapan prinsip konsumen cerdas ini berfungsi sebagai Langkah pencegahan agar individu lebih selektif dan berhati-hati saat melaksanakan transaksi digital yang semakin agresif. Fenomena mahasiswa yang mengamati bahwa mereka memiliki pemahaman yang baik mengenai aktivitas konsumsi, termasuk analisis produk dan perbandingan nilai.

Walaupun layanan Online Food Delivery menjadi populer karena kemudahan yang ditawarkannya, resiko perilaku pembelian yang impulsive tetap ada karena adanya serbuan promosi digital. Namun, temuan penelitian ini memperkuat konsep bahwa literasi ekonomi yang baik dapat membantu mahasiswa dalam merencanakan pengeluaran dan menghindari pemborosan yang tidak perlu. Kemampuan mahasiswa dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan menunjukkan bahwa mereka mulai berdaya sebagai konsumen yang kritis di Tengah lingkungan industri yang modern.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan diskusi mengenai pola konsumsi cerdas pada layanan pengantaran makanan di kalangan mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa mulai mengadopsi prinsip-prinsip konsumen cerdas sebagai Tindakan preventif dalam dunia digital. Perilaku ini terlihat melalui kemampuan untuk membandingkan harga antara berbagai aplikasi, memeriksa ulasan restoran demi memastikan kualitas produk, serta menentukan batasan anggaran bulanan untuk menjaga kestabilan keuangan. Meskipun ada tantangan seperti perilaku belanja impulsif yang dipicu oleh strategi pemasaran yang agresif, pengendalian diri dan rasa penyesalan setelah pembelian mendorong mahasiswa untuk bersikap lebih rasional dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Secara keseluruhan, tingkat pemahaman ekonomi mahasiswa memiliki peranan penting dalam membentuk kebiasaan konsumsi yang bijaksana dan bertanggung jawab.

B. Saran

Diharapkan mahasiswa akan terus memperbaiki pemahaman mereka tentang keuangan dan ekonomi agar tidak mudah terjebak dalam manipulasi psikologis dari fitur-fitur promosi di aplikasi digital. Para akademis dan instansi terkait disarankan untuk lebih aktif dalam menyebarkan informasi mengenai hak dan kewajiban konsumen digital untuk menciptakan lingkungan belanja yang lebih sehat. Untuk peneliti selanjutnya, dianjurkan agar mengembangkan cakupan variable penelitian dengan melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap faktor latar belakang sosial ekonomi keluarga, guna memperoleh pemahaman perilaku konsumsi yang lebih menyeluruh.



DAFTAR PUSTAKA

- Agra Nurulhuda Ali, N. M. K. N. K. (2022). *Analisis Penerapan Konsumen Cerdas Dalam Industri Peer To Peer Lending di Indonesia Sebagai Wujud Upaya Preventif*. 4. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/10770/8190>
- Meila Anjani, S., Rahmawati, N., Zahra Oktiani, R., Hanina, S., Iestari Anggraeni, S., Arya Pangestu, T., Lasmi Wardiyah, M., Syari, A., & Sunan Gunung Djati Bandung, U. (2024). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Dalam Menggunakan Aplikasi Online Food Delivery (OFD) Secara Implusif*. 3(2), 2986–2507. <https://melatijournal.com/index.php/jisma/article/download/548/489/1282>
- Nababan, K., Pd, S., Pd Meida Esterlina Marpaung, M., & Pd, M. (2024). *METODE PENELITIAN KUALITATIF BIDANG PENDIDIKAN: KONSEP DAN APLIKASI* (S. Pd., Gr., M. Pd. Kartyka Nababan., Ed.). ENERBIT TAHTA MEDIA GROUP (Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP).
- Rodiyah, A., & Pradikto, S. (2025). *Ekonomi Muda, Konsumsi Bijak: Pengaruh Literasi Ekonomi, Lifestyle, dan Faktor Sosial Ekonomi terhadap Tren Consumptive Behavior*. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 86–91. <https://doi.org/10.62759/jser.v4i1.171>

