

Dampak Penggunaan Pinjaman Online terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Parepare

Nuraziza¹, Riza Amalia Rifani², Hamida Hasan³

¹²³Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada Parepare

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan Pinjaman Online terhadap perilaku ekonomi atau perilaku konsumtif mahasiswa di Parepare. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan instrumen kuesioner dan wawancara kepada mahasiswa yang menggunakan layanan Pinjaman Online. Pinjaman Online adalah fitur pinjaman dana secara online atau metode pembayaran yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi dan membayarnya di kemudian hari. Fitur ini sangat menguntungkan bagi mahasiswa yang ingin membeli barang secara online tetapi tidak memiliki cukup dana saat itu. Dengan menggunakan Pinjaman Online, mereka dapat melakukan pembayaran nanti dengan tambahan bunga tertentu, tergantung pada lama periode yang dipilih. Karena fitur ini menarik minat mahasiswa, penelitian ini ingin mengevaluasi pengaruhnya terhadap kebiasaan hidup konsumtif mereka, baik dampak positif maupun negatif. Dalam hal ini, 'konsumtif' merujuk pada perilaku belanja yang berlebihan dan kurangnya kontrol dalam pengeluaran. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang penggunaan Pinjaman Online dan potensial dampaknya bagi keuangan dan pola belanja mahasiswa di Parepare. Dengan demikian, diharapkan bisa memberikan panduan bagi institusi keuangan dan pihak terkait dalam mengatur dan mengontrol penggunaan layanan Pinjaman Online agar tidak menimbulkan masalah finansial di kalangan mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi para mahasiswa untuk lebih bijaksana dalam mengelola keuangan mereka dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Kata Kunci: *Pinjaman; Online; Perilaku; Konsumtif.*

Abstract

This research aims to analyze the impact of Online Loans on the economic behavior or consumptive behavior of students in Parepare. The method used in this research is qualitative, employing questionnaires and interviews with students who use Online Loan services. Online Loans are a feature that allows users to borrow money online or make payments that can be settled at a later date. This feature is particularly beneficial for students who want to make online purchases but do not have enough funds at that moment. By using Online Loans, they can make deferred payments with certain interest added, depending on the selected period. As this feature attracts students' interest, the research seeks to evaluate its influence on their consumptive lifestyle, both positive and negative impacts. In this context, 'consumptive' refers to excessive shopping behavior and a lack of control in spending. The results of this research are expected to provide a deeper understanding of the use of Online Loans and their potential impact on the financial and spending patterns of students in Parepare. Thus, it is hoped that the findings can serve as a guide for financial institutions and relevant parties in regulating and controlling the use of Online Loan services.

to avoid financial issues among students. Additionally, the results of this research can also serve as a reference for students to manage their finances wisely and avoid excessive consumptive behavior.

Keywords: *Online; Loans; Consumptive; Behavior.*

Copyright (c) 2024 Nuraziza, Riza Amalia Rifani, Hamida Hasan

✉ Corresponding author :

Email Address : nurazizasyah1303@gmail.com, rizaamaliarifani@gmail.com,
0911029001hamida@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam era teknologi informasi yang semakin maju dengan cepat, belanja online melalui E-commerce semakin populer. Terdapat inovasi dalam bidang keuangan atau *financial technology* (fintech) yang membantu mempermudah proses transaksi keuangan menjadi lebih praktis dan aman. Metode pembayaran ini tentu menjadi pilihan menarik bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan anggaran. Konsep Pinjaman Online pada dasarnya sama dengan kartu kredit yang dikemas lebih menarik. Keunggulan Pinjaman Online tidak hanya menjadi salah satu metode pembayaran di e-commerce tetapi juga dapat digunakan untuk berbelanja di *merchant* online maupun offline.

Menurut Lesmawan PA, Gege Agus PY (Lesmawan, 2022) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat khususnya pelaku usaha UMKM dalam keputusannya melakukan pinjaman *online* yakni karena termotivasi, pengalaman dalam melakukan pinjaman, unsur kredit yang terdapat dalam pinjaman yang ditawarkan, dan program marketing yang dilakukan oleh platform pinjaman *online* menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam memutuskan keputusan untuk melakukan pinjaman online.

Lain halnya dengan penelitian Wijayanti S dan Hartiningrum (Wijayanti, 2022) , dengan buruh pabrik (sudah bekerja) sebagai objek penelitian yang menyatakan bahwa aplikasi pinjaman online seperti Pinjaman Online memiliki pengaruh terhadap kebutuhan dan gaya hidup konsumtif pada buruh pabrik. Pinjaman *online* ibarat sebuah senjata yang tajam bagi para konsumen yang tidak dapat membayar tagihannya karena suku bunga terus naik dan bertambah tinggi. Namun, akan menjadi peluang emas bagi konsumen yang dapat memanfaatkannya dengan cara memutar pinjaman menjadi peluang bisnis yang menjanjikan.

Sedangkan menurut penelitian Sihombing dkk (Sihombing dkk., 2019) Pinjaman Online yaitu Cicil sudah banyak digunakan di kalangan mahasiswa di kota-kota besar khususnya. Dengan kemudahan dan serta limit peminjaman dana yang besar yakni 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 jadi bebas membeli barang yang mereka inginkan dengan dukungan dana yang besar dan persyaratan yang mudah juga. Selain itu, bunga yang diberikan tergolong kecil dengan tenor pembayaran hingga dua tahun. Cicil membebaskan penggunaanya untuk membeli barang sesuai limit di *merchant* antara lain Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada serta yang lainnya. Cicil berhasil memberikan kepuasan bagi mahasiswa untuk berbelanja apapun yang mereka inginkan dengan pinjaman dana yang besar, bunga 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 inilah yang menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme.

Penggunaan aplikasi atau situs web pinjaman online semakin meluas di lapisan masyarakat, tidak hanya di kalangan dewasa atau karyawan, namun juga di kalangan pelajar khususnya mahasiswa. Pinjaman Online menjadi salah satu opsi pinjaman online yang dapat diakses oleh mahasiswa. Pinjaman online ini memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk membeli barang-barang yang menjadi kebutuhan atau keinginan mereka. Jenis barang yang dibeli dapat berupa elektronik, perabotan, produk fashion, dan lain sebagainya. 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 sebagai jaminannya, sehingga tidak perlu melampirkan slip gaji.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan kuisisioner dan wawancara sebagai teknik dalam menganalisis data. Data yang dianalisis merupakan hasil pertanyaan yang bersangkutan dengan variabel independen (penggunaan pinjaman *online*) dan variabel dependen (pola hidup konsumtif). Sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Kuesioner sebanyak 120 kuesioner yang merupakan mahasiswa dari kampus yang ada di kota Parepare yaitu Institut Agama Islam Negeri Parepare, Universitas Muhammadiyah Parepare dan Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada dengan kriteria yakni mahasiswa aktif, pernah atau gemar belanja online dan tahu perkembangan keuangan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

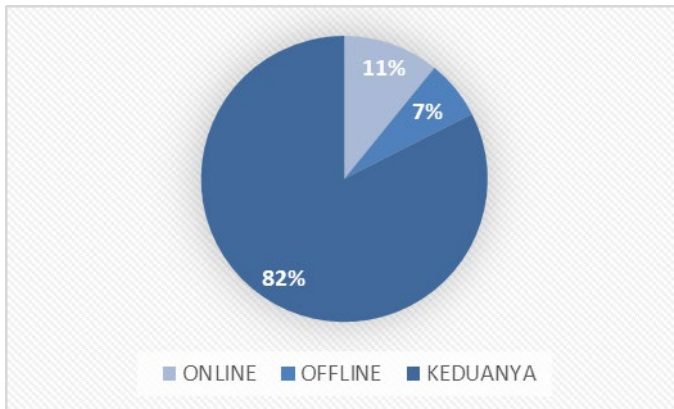
Hasil data yang kami dapatkan dari responden yaitu sebesar 120 mahasiswa dari perguruan tinggi yang ada di Parepare dengan jumlah penggolongan jenis kelamin dan kategori responden yang berbeda.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Perempuan	Laki-laki
Kuesioner Tersebar	80	40
Pengguna Pinjaman Online	32	7
Bukan Pengguna Pinjaman Online	48	33

Dari data responden tersebut ditemukan bahwa pengguna pinjaman *online* sudah menyasar pelajar dalam hal ini adalah mahasiswa. Kemudahan atas penggunaannya menjadi keuntungan bagi pengguna pinjaman *online* tersebut. Terlihat dari data yang tersebar, sebanyak 32 perempuan dan 7 laki-laki yang pernah/sedang menggunakan pinjaman *online* sedangkan 48 perempuan dan 33 laki-laki responden mahasiswa bukan pengguna pinjaman online.

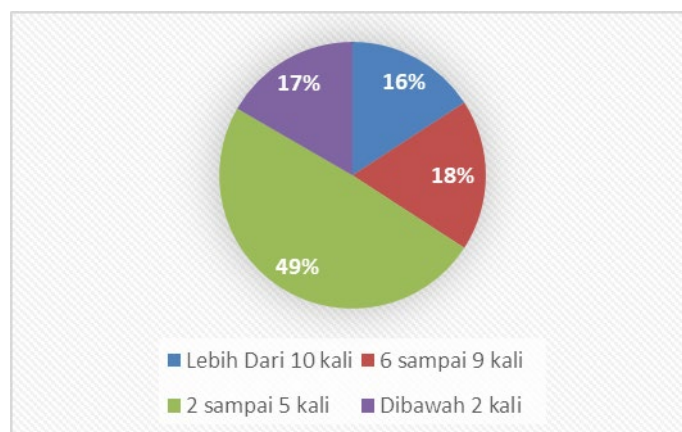
Data yang didapat hasil dari pengelompokkan menjadi 3 bagian yang berbeda dimana bagian pertama merupakan data responden secara umum, bagian kedua merupakan pola konsumerisme responden tanpa menggunakan pinjaman *online*, dan bagian ketiga merupakan pola konsumerisme responden menggunakan pinjaman *online*.



Gambar 1. Kegiatan belanja

Sumber: Data diolah

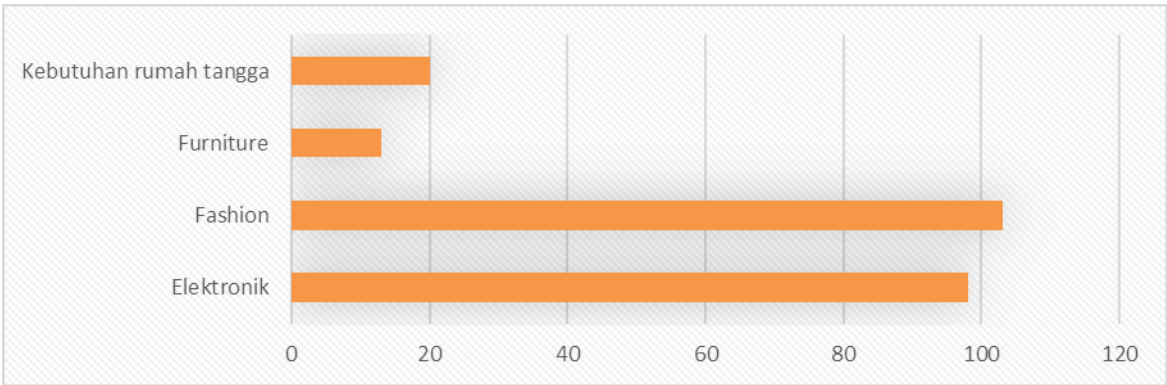
Dari jawaban responden di ketahui bahwa cara berbelanja bagi responden mahasiswa memiliki dua opsi yaitu secara online dan offline atau berbelanja ke toko secara langsung. Dari data yang sudah diolah, terlihat bahwa responden mahasiswa berbelanja dengan kategori 82% responden memilih berbelanja secara *online* dan *offline*. Sedangkan 11% memilih berbelanja *online* atau 7% memilih berbelanja *offline*. Ini menunjukkan bahwa responden mahasiswa pengambil keputusan sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.



Gambar 2. Intensitas belanja barang Konsumtif

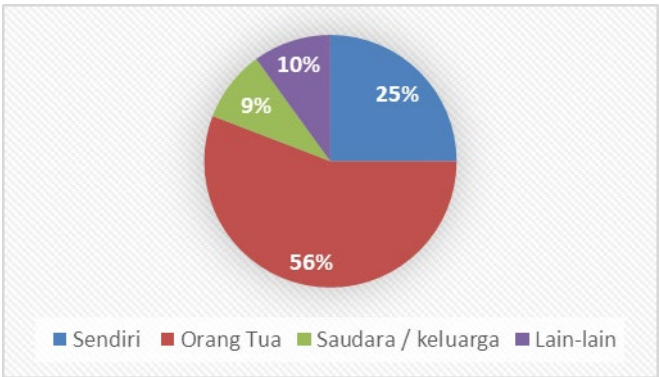
Sumber: Data diolah

Data diatas menunjukkan bahwa sebesar 49% responden mahasiswa di kota Parepare melakukan kegiatan belanja 2 hingga 5 kali, lalu di posisi kedua yaitu sebesar 18% responden mahasiswa di kota Parepare melakukan belanja *online* 6 hingga 9 kali. Kegiatan ini dilakukan dalam kurun waktu 6 bulan. Dari hasil ini disimpulkan bahwa, kegiatan belanja responden mahasiswa di kota Parepare terbilang cukup sering dalam kurun waktu 6 bulan dikarenakan kalangan mahasiswa rata-rata belum memiliki penghasilan tetap. Sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden mahasiswa di kota Parepare pernah melakukan belanja barang sendiri.



Gambar 3. Jenis Barang yang dibeli
Sumber: Data diolah

Data sebelumnya sudah terlihat bahwa responden mahasiswa pernah melakukan belanja barang konsumtif. Sedangkan dari data diatas, diketahui bahwa responden (mahasiswa) mayoritas membeli barang untuk berbelanja fashion kemudian diikuti barang elektronik. Fashion sendiri didominasi oleh responden wanita alasannya adalah ingin tampil dengan ‘gaya’ dan mengikuti *tren* fashion terkini sedangkan barang elektronik didominasi oleh responden pria didukung atas perkembangan *gadget* yang terus-menerus berkembang sehingga ada keinginan untuk memperbaharui *gadget*. Dan sisanya adalah furniture seperti *organizer box*, rak sedangkan kebutuhan rumah tangga seperti alat makan, kompor dan sejenisnya.



Gambar 4. Sumber Penghasilan
Sumber: Data diolah

Responden mahasiswa memilih orangtua sebanyak 56% sebagai sumber penghasilan terbanyak dalam memenuhi keinginan/kebutuhan dalam membeli barang, 25% dari gaji sendiri (responden yang sudah bekerja), 10% dari sumber lainnya dan 9% dari kerabat/saudara/keluarga.

Tabel 2. Pola konsumerisme responden mahasiswa bukan pengguna pinjaman online

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Persepsi belanja menaikkan status sosial	59%	41%
Keinginan belanja untuk barang bermerk/brand terkenal	20%	80%
Belanja Online	100%	0%

Belanja di E-Commerce	98%	2%
Belanja Online karena tertarik	94%	6%
Belanja online barang yang diinginkan (belum dibutuhkan)	67%	33%

Berkembangnya teknologi keinginan untuk berbelanja barang bermerk demi menaikkan standar penggunaan produk *brand* tertentu mulai terjadi. Ini ditunjukkan dari data diatas yakni sebesar 52% mahasiswa mempunyai keinginan untuk berbelanja barang demi menaikkan status sosial mereka dan mengikuti tren yang terus berubah, namun 48% menjawab tidak terpengaruh dengan anggapan dengan belanja menaikkan status sosial. Untuk barang bermerek sendiri, responden mahasiswa memilih enggan untuk menjadikan prioritas pembelian dengan alasan keuangan yang terbatas hanya kepada hal-hal yang penting, terlihat pada data 20% menjawab iya untuk pembelian barang bermerek, dan 80% menjawab tidak untuk membeli barang bermerek/*brand* terkenal. Pada data diatas diketahui bahwa sebesar 100% kuesioner yang tersebar, responden mahasiswa menyukai kegiatan belanja *online*, belanja e-commerce sebesar 94% dan tidak sebesar 2%. Alasan responden gemar berbelanja *online* diantaranya adalah harga murah, praktis, produk yang bervariasi dan tersedia, dan canggih dibanding bila responden membeli secara offline. Sedangkan responden mahasiswa yang tidak menyukai kegiatan belanja di *e-commerce* diantaranya adalah pengiriman yang lama dan barang yang akhirnya tidak sesuai ekspektasi (tidak sesuai foto produk).

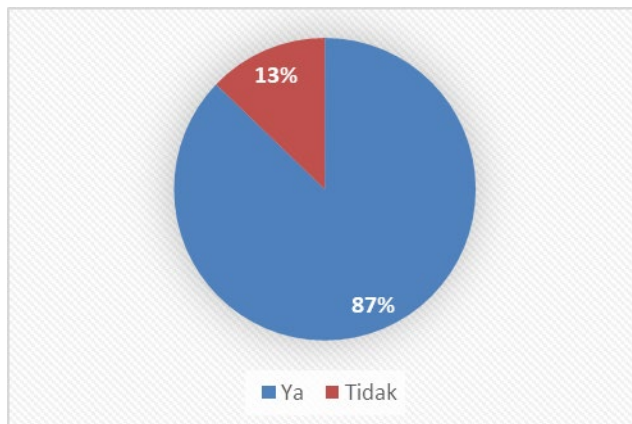
Mudahnya pembelian barang tanpa harus mendatangi toko atau tanpa tatap muka membuat responden mahasiswa dalam berbelanja *online* berhasil membuat para mahasiswa berbelanja segala yang mereka inginkan dan belum tentu dibutuhkan pada saat itu juga. Pernyataan ini didukung dengan data yaitu 94% responden mahasiswa membeli barang karena tertarik karena beberapa hal antara lain foto produk, spesifikasi produk dan stok produk. Dari hasil data ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa bisa dikatakan konsumtif karena membeli barang yang kebanyakan belum atau tidak dibutuhkan melainkan mereka inginkan karena tertarik.

Tabel 3. Pola konsumerisme responden mahasiswa pengguna pinjaman *online*

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Persepsi belanja dengan pinjaman <i>online</i> menaikkan status sosial	64%	36%
Keinginan belanja untuk barang bermerk/<i>brand</i> terkenal	86%	14%
Belanja Online dengan pinjaman <i>online</i>	100%	0%
Belanja di E-Commerce dengan pinjaman <i>online</i>	97%	3%
Belanja Online karena tertarik dengan pinjaman <i>online</i>	77%	23%
Belanja <i>online</i> barang yang diinginkan (belum dibutuhkan) dengan pinjaman <i>online</i>	56%	44%

Sebelum adanya atau pengetahuan mahasiswa tentang pinjaman *online*, sebagian besar mahasiswa menggunakan uang pribadi mereka untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan dan enggan untuk belanja apabila kondisi keuangan mereka sulit, namun bergantinya generasi dan teknologi keinginan untuk berbelanja barang bermerk demi menaikkan standar penggunaan produk *brand* tertentu mulai terjadi. Ini ditunjukkan dari data diatas yakni sebesar 64% mahasiswa mempunyai keinginan untuk berbelanja barang demi menaikkan status sosial mereka dan mengikuti tren yang terus berubah, namun 36% menjawab tidak mempengaruhi status sosial dengan berbelanja *online*. Penggunaan pinjaman *online* juga menjadikan responden mahasiswa menjadi konsumtif untuk pembelian barang bermerek atau *brand* terkenal dengan persentase 86% responden menjawab ya dan 14% responden menjawab tidak. Alasan penggunaan pinjaman *online* karena limit yang diberikan dan opsi pembayaran pinjol yang bervariasi dengan metode cicilan.

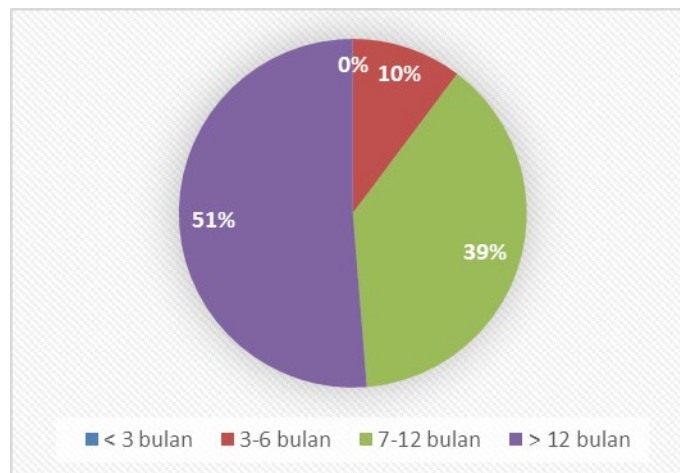
Belanja *online* dengan pinjaman *online* menjadi pilihan yang juga banyak digunakan mahasiswa pengguna pinjaman *online*, banyaknya barang yang tersedia secara *online* seperti di *e-commerce* yang tidak tersedia secara offline membuat mahasiswa termudahkan untuk memenuhi hasrat belanjanya. Mayoritas responden (mahasiswa) menggunakan pinjaman *online* untuk membeli barang yang pada dasarnya belum mereka butuhkan, melainkan memenuhi keinginan dan kemauan mereka. Sejak ada solusi pembayaran bagi mahasiswa yaitu pinjaman *online* menjadikan mahasiswa secara mudah membeli segala barang yang mereka inginkan. Mengacu pada data sebelumnya, mayoritas mahasiswa membeli barang karena tertarik. Dari hasil diatas, 56% responden mahasiswa membeli barang secara *online* dapat membuat mereka membeli barang yang mereka inginkan sedangkan 44% memilih tidak. Ini dapat diartikan bahwa kemudahan dan ketersediaan dana yang cukup besar dapat menjadikan mahasiswa membeli barang-barang yang diinginkan tanpa melihat kegunaan jangka panjang untuk barang tersebut.



Gambar 6. Belanja saat keuangan terbatas dengan pinjaman *online*

Sumber: Data diolah

Sebesar 87% mahasiswa menggunakan pinjaman *online* saat kondisi keuangan mereka terbatas sedangkan 13% lainnya menjawab tidak melakukan belanja *online* dengan pinjaman *online* dengan alasan pembayaran pinjaman *online* nantinya yang akan dihadapi setelah waktu jatuh tempo pembayarannya tiba.



Gambar 6. Lama penggunaan pinjaman *online*

Sumber: Data diolah

Lalu, penggunaan pinjaman online untuk responden ternyata sudah lama atau lebih dari setahun. Ditunjukkan dari data yaitu sebesar 51% responden menjadi pengguna pinjaman *online* dari berbagai merek kisaran waktu lebih dari setahun, diikuti 39% kisaran 7 hingga 12 bulan, dan 10% antara 3 hingga 6 bulan. Mahasiswa sudah banyak berinteraksi dengan teman-temannya setelah pandemi, pertukaran informasi dan pergaulan yang sudah dapat dilakukan secara offline membuat mahasiswa bisa tahu mengenai banyak informasi salah satunya adalah pinjaman *online*. Mahasiswa cenderung sudah bisa mengakses layanan keuangan digital, namun mereka belum bisa membedakan entitas yang legal dengan yang tidak. Tidak mengenal siapapun korban pinjol. Selagi ada kemauan dan kebutuhan akan keuangan pastinya akan tergiur dengan tawaran dan janji sesaat.

Data ini juga didukung dengan hasil data dari OJK tahun 2022 dimana kelompok usia 19 hingga 34 tahun merupakan pengguna aktif terbanyak di Indonesia untuk pinjaman online yang didominasi pada produk bernama *paylater*. Begitu pun halnya dengan pinjaman dengan status tidak lancar dan macet didominasi oleh usia 19 hingga 34 tahun (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Desember-2022.aspx> diakses tanggal 22 Juli 2023)

Penggunaan pinjaman *online* bagi mahasiswa merupakan solusi khusus untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan mahasiswa. Kemudahan inilah yang dapat pula berdampak bagi pola konsumtif mahasiswa Parepare dimana banyak dari mereka yang menggunakan pinjaman *online*. Seperti pada penelitian Sihombing (Sihombing dkk., 2019) yang meneliti penggunaan pinjaman *online* kepada mahasiswa Yogyakarta dimana cicil (platform pinjaman *online*) memberikan kemudahan mahasiswa untuk meminjam yang mempengaruhi pola konsumtif mahasiswa.

Secara keseluruhan, data yang telah dikumpulkan membuktikan bahwa banyak dari mahasiswa di Parepare tergolong konsumtif karena kemudahan pembayaran atau pendanaan menggunakan pinjaman *online*, tanpa perlu menyertakan slip gaji atau bersusah payah dalam mengumpulkan uang demi barang-barang yang mereka inginkan dan memenuhi trend atau gaya hidup mereka.

Sebagai mahasiswa tentu pemasukan utama kita berasal dari orang tua dengan latar belakang berbeda, ada yang berasal dari keluarga berlebih, berkecukupan, dan berkekurangan. Merasa tidak adil tentu perasaan yang wajar, tapi perlu diingat bahwa setiap orang memiliki tantangan yang berbeda. Ada banyak hal yang bisa membantu kita merdeka secara finansial sejak masih di bangku kuliah. Melalui hal ini kita mungkin bisa membantu meringankan beban orangtua serta membentuk diri menjadi pribadi yang mandiri dan berkarakter. Menurut Yunita dkk (Nisa dkk., 2022), kesalahan finansial yang banyak dilakukan mahasiswa antara lain:

- a. Tidak membuat *budgeting*
- b. Tidak menyiapkan dana darurat
- c. *Konsumtif* dan FOMO

SIMPULAN

Kuesioner yang disebar sebesar 120 kemudian didapatkan sebesar 39 mahasiswa (responden) aktif dan menggunakan pinjaman *online*. Mahasiswa (responden) merupakan mahasiswa dari tiga perguruan tinggi di Kota Parepare yaitu Universitas Islam Negeri Parepare, Universitas Muhammadiyah Parepare, dan Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada. Data yang digunakan adalah hasil koesioner yang dikelompokkan dalam 3 bagian, yakni data responden secara umum, pola konsumtif mahasiswa (responden) yang tidak menggunakan pinjaman *online* dan pola konsumtif mahasiswa (responden) yang menggunakan pinjaman *online*. hasil analisa data didapatkan bahwa baik pengguna maupun buka pengguna pinjaman *online* gemar berbelanja dan sebagian besar mahasiswa sering melakukan kegiatan belanja *online* adalah mayoritas perempuan. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam berbelanja serta lebih banyaknya kebutuhan perempuan lebih kompleks dibandingkan dengan laki-laki. Responden perempuan menempati 75% dari total kuesioner yang diolah, dan 25% laki-laki dimana kategori pembelian barang menempati kebutuhan utama adalah fashion, kemudian elektronik diikuti oleh furniture dan kebutuhan rumah tangga.

Referensi :

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
 Lesmawan, P. A. (2022). *Determinan Keputusan Pelaku Umkm Dalam Memilih Pinjaman Online Sebagai Alternatif Pendanaan* [PhD Thesis]. Universitas Pendidikan Ganesha.
 Nisa, Y. F., Dewi, M. S., Amalia, I., Muchtar, D. Y., Fadhilah, M. N., Sawitri, A. R., Febrianti, S., Wijaya, S. H., Wulandari, S. S., & Amrina, Y. (2022). *A Guide To Your College Journey: Determining Your Path to Success, Strategies and Skills for Success, and Being Successful Plans and Perseverance*. Deepublish.
 Rofiah, C., & Nurfaizza, M. A. (2023). *[P] Jati Diri yang Terbeli*.
 Sihombing, N. M. M., Suryanto, N. E., Mahameru, M., Setiawan, M. R., Marsella, E., & Li, M. (2019). *Dampak penggunaan pinjaman online terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Yogyakarta*.
 Tinaningsih, R. O., Sah, M., Meilasari, J. P., Ardhi, N. R., Putri, D., Hafizhah, R. D. A., Huda, Y. K., & Windiarti, P. R. (t.t.). *Kemanusiaan dan kebohongan-kebohongan retorikanya*.
 Wijayanti, S. (2022). DAMPAK APLIKASI PINJAMAN ONLINE TERHADAP KEBUTUHAN DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF BURUH PABRIK. *MIZANIA: Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 230–235.