

Efek Diderot: Alasan Overshopping?

Rizal^{1*}, Masduki Asbari², Nurizzati³

^{1,2}Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Indonesia

³Universita Negeri Padang, Indonesia

*Corresponding author: rizalmahendra270418.com

Abstrak - Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perspektif Rizal Mahendra dari channel youtube 1 Hari Sukses yang berjudul efek diderot: Alasan kamu tidak bisa berhenti berbelanja. Pada studi ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan simak catat karena sumber data yang diperoleh dengan menyimak narasi lisan. Hasil studi ini menjelaskan bahwa efek diderot adalah hasil interaksi antara beberapa objek yang saling melengkapi produk. Hingga sekelompok benda yang dianggap saling berhubungan satu dapat mempengaruhi keputusan pembelian kita. Bahwa kepemilikan barang baru sering kali menciptakan konsumsi spiral yang membuat kita ingin memperoleh lebih banyak barang baru. Studi ini juga menyebutkan bahwa Hampir setiap manusia pernah mengalami efek diderot. Ketika kita ingin membeli sofa misalnya, kita akan diarahkan untuk melihat meja. Lalu kita akan berpikir, bahwa karpet yang ada di rumah warnanya tak senada, sehingga terpikir untuk membeli karpet. Dan seterusnya, Itulah mengapa, ada teknik marketing untuk menjual lebih banyak produk dengan sistem bundling atau paket. Dan perusahaan furnitur seperti ikea atau Informa memamerkan produknya dalam bentuk rancangan ruangan secara lengkap dengan segala furnitur dan aksesorisnya. Sistem ini mengarahkan kita untuk membeli barang-barang yang memiliki keterkaitan dan saling melengkapi. Masalahnya seberapa sering kita tergiur dan terjebak oleh efek ini hingga membeli barang secara impulsif?

Kata Kunci: Efek Diderot, Denis Diderot, Alasan kamu tidak bisa berhenti berbelanja.

Abstract - The purpose of this research is to find out Rizal Mahendra's perspective from 1 Hari Sukses youtube channel entitled "The Diderot Effect: Why you can't stop shopping?". This study is using qualitative descriptive method by listening to notes because the source of the data is obtained by listening to oral narratives. The results of this study explains that the Diderot Effect is the result of interactions between several objects that complement one another. So that a group of objects that are considered interconnected can influence our purchasing decisions. That's ownership of new goods often creates a consumption spiral that makes us want to acquire more new goods. This study also states that almost every human being has experienced the Diderot Effect. When we want to buy a sofa, for example, we will be directed to see a table. Then we will think that the carpet in the house does not match the color, so we think about buying a carpet. Etc. That's why, there are marketing techniques to sell more products with a bundling or package system. And furniture companies such as ikea or Informa showcase their products in the form of complete room designs with all the furniture and accessories. This system directs us to buy goods that are related and complementary. The problem is how often are we tempted and trapped by this effect to buy things impulsively?

Keywords: Diderot effect, Denis Diderot, Reasons you don't usually stop shopping

PENDAHULUAN

Untuk bisa melawan efek diderot, pada dasarnya kita perlu bisa membedakan kebutuhan dengan keinginan untuk bisa tetap sadar dalam memutuskan untuk membeli barang. Kebutuhan adalah suatu hal yang dibutuhkan untuk mempertahankan kehidupan dan mencapai kesejahteraan. Kebutuhan bisa didasarkan atas keadaan alam, adat, budaya, agama hingga peradaban. Pada dasarnya kebutuhan manusia juga akan meningkat seiring dengan peningkatan kualitas hidupnya. Hal ini wajar. Namun, seseorang perlu dapat membedakan mana yang benar-benar kebutuhan dan mana hal yang hanya bersifat keinginan. Keinginan sendiri adalah pilihan-pilihan yang muncul dari hasrat akan hal-hal yang diharapkan dapat dipenuhi. Keinginan yang tidak terpenuhi tidak akan menghambat aktivitas dan kehidupan serta tidak mendesak. Perilaku boros, hedon, dan gemar membeli sesuatu yang tidak diperlukan diderot effect secara sederhana didefinisikan sebagai suatu kondisi atau perilaku yang membuat orang terus membeli barang baru demi melengkapi atau menyempurnakan barang yang sudah dimiliki. Istilah ini diciptakan oleh seorang antropolog bernama Grant McCracken pada 1988.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif deskriptif menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yakni ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik. Dalam metode penelitian bahasa, fenomena yang dapat menjadi . Instrumen penelitian yang dipakai oleh peneliti yaitu human interest. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode simak karena sumber data peneliti peroleh dengan menyimak kajian filosofi. Sumber data yang di simak adalah video dari channel youtube 1 Hari Sukses tentang “efek diderot: Alasan kamu tidak bisa berhenti berbelanja”(2022). Subjek dalam penelitian adalah Denis Diderot sedangkan objek penelitian nya adalah kajian filosofis yang dilakukan denis diderot. Instrumen penelitian yaitu efek diderot (keinginan membeli sesuatu yang tidak diperlukan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Membiarkan di derot effect terus beroperasi membuat perilaku konsumtif anda terus meningkat, hingga tak bisa lagi memilah mana kebutuhan yang penting dan mana yang bisa ditunda. Lantas, bagaimana cara mengatasinya? Dengan demikian, diderot effect dapat dikatakan sebagai keputusan untuk melakukan pembelian reaktif yang sebetulnya tidak benar-benar diperlukan. Kepemilikan suatu barang baru tidak akan membuat seseorang puas, sebab ingin lagi dan lagi. Perilaku hedonis seperti ini akan terus membentuk sebuah identitas sosial. Menurut istilah McCracken, barang-barang di swalayan dipasarkan di "Diderot Unities". Di sana, di dalam kelompok tersebut, seseorang akan menjadi pribadi yang terus menerus merasa membutuhkan barang baru. Jika ingin memesan meja makan baru dari katalog, misalnya, bukankah sebaiknya juga mempertimbangkan gelas dan piring yang baru? Demikianlah cara kerja diderot effect dalam menciptakan apa yang disebut James Clear, seorang psikolog perilaku, sebagai spiral konsumsi. Akibatnya ingin membeli barang-barang yang sebelumnya tidak pernah dibutuhkan agar merasa bahagia dan puas. Perilaku boros seperti ini merupakan fenomena sosial yang menjelaskan sebagian besar pola konsumsi masyarakat modern. Efek terburuk dari diderot effect adalah anda akan kesulitan memetakan mana kebutuhan yang paling mendesak, sebab pasar hadir dengan segala godaannya.

KESIMPULAN

Efek diderot (keinginan membeli sesuatu yang tidak diperlukan) pembelian reaktif yang sebetulnya tidak benar-benar diperlukan. Kepemilikan suatu barang baru tidak akan membuat seseorang puas, sebab menjadi ingin lagi dan lagi. Perilaku hedonis seperti ini akan terus dilakukan sebagai bagian untuk membentuk identitas sosial. Kita perlu bisa membedakan kebutuhan dengan keinginan untuk bisa tetap sadar dalam memutuskan untuk membeli barang.

DAFTAR PUSTAKA

- M.E.(2023, Maret 9). Efek Diderot: Alasan Kamu Tidak Bisa Berhenti Berbelanja[Video]. Youtube, <https://youtu.be/X8Sv1hkkzDE>(Diakses: 20 Maret 2023)
- Asbari, M., Novitasari, D., & Purwanto, A. (2022). Pengaruh Trust in Leadership terhadap Perilaku Inovatif Guru. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.9000/jupetra.v1i1.1>.
- Asbari, M., Purwanto, A., & Novitasari, D. (2022). Diskursus Relasi Pengaruh Modal Psikologis terhadap Inovasi Guru. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(1), 13–20. <https://doi.org/10.9000/jupetra.v1i1.3>.
- Asbari, M., Purwanto, A., & Novitasari, D. (2022). Kepuasan Kerja Guru: Di antara Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/10.9000/jupetra.v1i1.2>.
- Asbari, M., Purba, J., Hariandja, E., & Sudibjo, N. (2021). From Leadership to Innovation: Managing Employee Creativity. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 143 - 154. Retrieved from <http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/287>.
- Asbari, M., Purba, J. T., Hariandja, E. S., & Sudibjo, N. (2021). Membangun Kesiapan Berubah dan Kinerja Karyawan: Kepemimpinan Transformasional versus Transaksional. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 54–71. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.4888>
- Asbari, M., Yani, A., Wardoyo, S., Sitanggang, T. W., Sukmawati, K. I., Santoso, G., Lafendry, F., Irhamni, & Rusadi, B. E. (2023). Urgensi Inovasi di Era Informasi: Analisis Kepemimpinan Dinamis, Iklim Etis, dan Inovasi Guru. *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*, 02(01), 128–140. <https://jupetra.org/index.php/jpt/article/view/135/41>
- Prof.Dr.Mahsun,M.S. (2017). Metode penelitian Bahasa:tahapan,strategi,metode, dan tekniknya. Penerbit Rajawali Pers.
- Aulia, A. R., & Asbari, M. (2022). Hakikat Manusia Sebagai Homo Faber. *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*, 02(01), 68–73. <https://jupetra.org/index.php/jpt/article/view/22>
- Asbari, M., & Prasetya, A. B. (2021). Managerial Coaching: Rahasia Membangun Kinerja, Komitmen Tim dan Modal Psikologis Guru. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(1), 490-506. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v5i1.1248>
- Azmi, A. F., & Asbari, M. (2022). Kenali Diri Agar Bahagia: Kajian Filosofis Fahrudin Faiz. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 2(1), 1–5. <https://doi.org/10.9000/jupetra.v2i1.9>
- Baihaqi, M. F., & Asbari, M. (2022). Relakanlah untuk Sakit Sebentar: Sebuah Kajian Filsafat Singkat. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 2(1), 30–34. <https://doi.org/10.9000/jupetra.v2i1.41>

- Casika, A., Lidia, A., & Asbari, M. (2023). Pendidikan Karakter dan Dekadensi Moral Kaum Milenial. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 13–19. <https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i01.3>
- Chidir, G., Asbari, M., Purwanto, A., & Asbari, D. A. F. (2022). Pengaruh Learning dan Coaching Individu terhadap Kinerja Guru: Sebuah Telaah Singkat. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.9000/jupetra.v1i1.4>
- Claudiawan, S., & Asbari, M. (2023). Filosofi Apatis: Menyimak Kajian Filosofis Fahrudin Faiz. *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*, 02(01), 57–61.
- Daeli, S. I., & Asbari, M. (2022). Bahaya Pancasila Menjadi Trisila dan Ekasila : Telaah Singkat Pemikiran Refly Harun. *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*, 01(01), 37–41. <https://jupetra.org/index.php/jpt/article/view/44>.
- Azhari, D. W., & Putri, W. F. (2023). Urgensi Moralitas Generasi Bangsa: Sebuah Esai. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(02), 7–11.
- Febriani, R., Asbari, M., & Yani, A. (2023). Resensi Buku: Berani Berubah untuk Hidup Lebih Baik. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 1–6.
- Karima, R., Octavia, L. G. V., & Fahmi, K. (2023). Lunturnya Moralitas Pelajar Indonesia? *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(02), 17–20.
- Kurniawan, A., Daeli, S. I., Asbari, M., & Santoso, G. (2023). Krisis Moral Remaja di Era Digital. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 01(02), 21–25. <https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/9/11>
- Putri, F. E., Melani, J. A., Asbari, M., & Novitasari, D. (2023). Pendidikan Karakter Membentuk Moralitas Anak Bangsa: Sebuah Esai. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 01(01), 20–24. <https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/5/4>
- Ramadhan, G. F., & Asbari, M. (2023). Pribadimu adalah Profesimu: Temukan Karier Impian Berdasarkan Kepribadian. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 01(01), 25–29. <https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/2/2>
- Rosita, Rahmawati, W., Asbari, M., & Cahyono, Y. (2023). Nilai Moral dan Etika: Perspektif Emile Durkheim. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 01(02), 13–16. <https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/10/9>
- Azhari, D. W., & Putri, W. F. (2023). Urgensi Moralitas Generasi Bangsa: Sebuah Esai. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(02), 7–11.
- Febriani, R., Asbari, M., & Yani, A. (2023). Resensi Buku: Berani Berubah untuk Hidup Lebih Baik. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 1–6.
- Karima, R., Octavia, L. G. V., & Fahmi, K. (2023). Lunturnya Moralitas Pelajar Indonesia? *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(02), 17–20.
- Kurniawan, A., Daeli, S. I., Asbari, M., & Santoso, G. (2023). Krisis Moral Remaja di Era Digital. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 01(02), 21–25. <https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/9/11>
- Putri, F. E., Melani, J. A., Asbari, M., & Novitasari, D. (2023). Pendidikan Karakter Membentuk Moralitas Anak Bangsa: Sebuah Esai. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 01(01), 20–24. <https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/5/4>

- Ramadhan, G. F., & Asbari, M. (2023). Pribadimu adalah Profesimu: Temukan Karier Impian Berdasarkan Kepribadian. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 01(01), 25–29.
<https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/2/2>
- Rosita, Rahmawati, W., Asbari, M., & Cahyono, Y. (2023). Nilai Moral dan Etika: Perspektif Emile Durkheim. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 01(02), 13–16.
<https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/10/9>
- Tsoraya, N. D., Khasanah, I. A., Asbari, M., & Purwanto, A. (2023). Pentingnya Pendidikan Karakter Terhadap Moralitas Pelajar di Lingkungan Masyarakat Era Digital. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 7–12.
- Zeva, S., Rizqiana, I., Novitasari, D., & Radita, F. R. (2023). Moralitas Generasi Z di Media Sosial: Sebuah Esai. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(02), 1–6.
- Noviyana, D. A., Panduwinata, V., & Asbari, M. (2023). Berpikir Mindfulness: Seni Mengelola Kesehatan Mental? . *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 63–66.
<https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i01.24>
- Casika, A., Agniya, A. N., Hermawan, M. B., & Asbari, M. (2023). Pygmalion Effect: Dampak Kepercayaan terhadap Kinerja. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 39–44.
<https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i01.17>
- Dwi Tsoraya, N., Asbari, M., & Pratiwi, A. (2023). Revolusi Digital: Meningkatkan Relasi, Mengurangi Intensi. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 34–38.
<https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i01.15>
- Amaliya, F. P., Saidah, S., Sholikin, A., & Asbari, M. (2023). Pengaruh Pola Pikir dan Pola Hidup Pasca Covid- 19: Telaah Singkat Ledakan Home Sweet Home Perspektif Rhenald Kasali. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 59–62.
<https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i01.21>
- Yanuar, H.F., Nurhakim, A. L., Rahmawati, I. A., & Asbari, M. (2023). Social Cultivator: Tantangan untuk Konsisten pada Toleransi dan Empati. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 45–49. <https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i01.18>
- Aulia , T. N., & Asbari, M. (2023). Bahaya Digital Fatigue pada Kesehatan Mental: Analisis Singkat Perspektif Rhenald Kasali. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 30–33.
<https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i01.16>
- Saputra, & Asbari, M. (2023). Nunchi: Rahasia Orang Korea Memahami Perasaan Orang Lain. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 55–58.
<https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i01.23>
- Susilawati, S., & Asbari, M. (2023). Personal Branding: Antara Uang dan Nama. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 50–54. <https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i01.20>