



Konstruksi Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial

Vol. 5 No. 3 Tahun 2025 | Hal. 123 – 133



Persepsi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang terhadap Globalisasi: Studi Kasus Masuknya Barang Impor

Evany Sofia Prameswari ^{a,1*}, Agustinus Sugeng Priyanto ^{a,2}, Tutik Wijayanti ^{a,3}

^a Universitas Negeri Semarang, Indonesia

¹ evanysofia@mail.unnes.ac.id*

*korespondensi penulis

Informasi artikel

Received: 3 November 2025;

Revised: 17 Desember 2025;

Accepted: 31 Desember 2025.

Kata-kata kunci:

Globalisasi;
Persepsi Mahasiswa;
Barang Impor;
Perilaku Konsumsi;
Ekonomi Nasional.

: ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji persepsi mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) terhadap globalisasi dan dampaknya terhadap masuknya barang impor. Menggunakan metode penelitian campuran (mixed methods) dengan desain kuesioner dan wawancara mendalam, studi ini membedah bagaimana mahasiswa sebagai representasi konsumen perempuan di negara berkembang memposisikan diri di tengah arus pasar global. Penelitian ini mengungkap temuan utama yaitu sikap adaptif-defensif sebagai bentuk pengambilan keputusan. Sikap adaptif tercermin dari keterbukaan terhadap kemajuan teknologi dan kualitas produk global demi peningkatan kapasitas intelektual serta kemandirian ekonomi yang selaras dengan perspektif feminisme liberal. Secara bersamaan muncul sikap defensif yang dimanifestasikan melalui kesadaran kritis untuk membatasi konsumsi barang impor guna melindungi kedaulatan ekonomi lokal, sejalan dengan kekhawatiran feminism marxis dan post kolonial. Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan mengungkap kontradiksi antara kecenderungan impulsif dengan tanggung jawab intelektual mahasiswa terhadap ketahanan ekonomi nasional. Temuan ini memberikan kontribusi pada literatur globalisasi ekonomi dengan mengonstruksi profil mahasiswa sebagai aktor ekonomi yang berdaya dan mampu memilih secara bijak.

ABSTRACT

The Perception of Female UNNES Students of Globalization: A Case Study of Imported Goods. This study examines the perceptions of female students at Universitas Negeri Semarang (UNNES) toward globalization and its impact on the influx of imported goods. Employing a mixed-methods approach that combines questionnaires and in-depth interviews, this research examines how female students, as representatives of female consumers in a developing nation, position themselves within global market trends. The study reveals a primary finding: an adaptive and defensive stance in decision-making. The adaptive attitude is reflected in an openness to technological advancements and the quality of global products, which enhance intellectual capacity and economic independence, aligning with liberal feminist perspectives. Simultaneously, a defensive attitude emerges, manifested through a critical consciousness to limit the consumption of imported goods to protect local economic sovereignty, consistent with the concerns of Marxist and post-colonial feminism. This research offers a new perspective by uncovering the contradiction between impulsive consumer tendencies and students' intellectual responsibility toward national economic resilience. These findings contribute to the literature on economic globalization by constructing a profile of female students as empowered economic actors capable of making informed choices.

Copyright © 2025 (Evany Sofia Prameswari, dkk). All Right Reserved

How to Cite : Prameswari, E. S., Priyanto, A. S., & Wijayanti, T. (2025). Persepsi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang terhadap Globalisasi: Studi Kasus Masuknya Barang Impor. *Konstruksi Sosial : Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 5(3), 123–133. <https://doi.org/10.56393/konstruksisosial.v5i3.3921>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](#). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Globalisasi merupakan fenomena yang sangat kompleks dan multidimensional karena memberikan dampak terhadap perubahan cara hidup masyarakat di belahan dunia manapun (Atqiyah et al. 2024). Stiglitz mendefinisikan globalisasi sebagai proses dimana negara dan komunitas di seluruh dunia saling terhubung melalui aktivitas perdagangan, pertukaran informasi, dan investasi (Bozhko et al., 2024). Semakin terintegrasinya dunia ke dalam sebuah ‘masyarakat global’, menjadikan aspek sosial, ekonomi, budaya, politik dan teknologi saling memengaruhi satu sama lain (Purba et al. 2023). Globalisasi sering dimaknai sebagai proses internasionalisasi, dimana hal ini ditandai oleh semakin meningkatnya interaksi dan interdependensi antar negara (Draçi & Kadiu, 2024). Dalam konteks ekonomi, globalisasi sering diidentikkan dengan perdagangan bebas, yaitu terciptanya hubungan antara pasar di berbagai negara sehingga memungkinkan negara-negara saling berinteraksi dan bertukar barang maupun jasa (Bezrukova et al., 2024).

Salah satu dampak signifikan dari globalisasi adalah masuknya barang-barang impor ke pasar domestik (Sitakar et al. 2024). Impor sendiri dipahami sebagai sebuah proses transportasi barang atau komoditas dari satu negara ke negara lain melalui perjanjian kerjasama dalam konteks perdagangan (Susanto et al., 2024). Impor dilakukan negara dalam rangka memenuhi kebutuhan domestik dikarenakan ketidakmampuan produksi dalam negeri sehingga negara harus membeli dari negara lain (Adhalia, Rachmad, and Nurjanah 2020). Tingginya impor suatu negara menjadi tanda besarnya konsumsi di negara tersebut (Arini et al., 2024). Dalam konteks Indonesia, adanya kebijakan ekonomi terbuka memperluas akses bagi barang-barang impor untuk masuk ke pasar domestik. Ditambah lagi dengan adanya internet dan *e-commerce* yang memberikan akses kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Kemudahan inilah yang berkontribusi pada semakin banyaknya produk impor di Indonesia (Kumparan.com, 2023). Akibatnya, industri lokal menjadi tidak kompetitif dan mengurangi minat masyarakat terhadap produk dalam negeri (Wulandari et al., 2023).

Di Indonesia, fenomena ini tidak hanya memengaruhi perekonomian, tetapi juga pola konsumsi masyarakat termasuk di kalangan perempuan. Menurut Kanwal dkk (2022) dari hasil penelitiannya terkait perilaku pembelian secara online, menyatakan bahwa konsumen perempuan memiliki sifat impulsif lebih tinggi dibandingkan laki-laki (Kanwal et al., 2022). Hal ini berbeda dengan laki-laki yang tidak suka menghabiskan waktu lama untuk berbelanja sehingga perilaku impulsifnya cenderung rendah (Aditya et al., 2020). Penelitian lain menunjukkan bahwa perempuan lebih fokus pada emosional dan kesenangan atau hedonisme dalam keputusan membeli, sehingga lebih mungkin membeli barang tanpa perencanaan sebelumnya (Aditya et al., 2020)(Brakus et al., 2022)(Tarka et al., 2022). Salah satu penyebabnya karena perempuan mudah terbujuk oleh iklan, dalam tulisan Hartawan, dkk (2021) menunjukkan keinginan wanita berbelanja melalui platform *e-commerce* lebih tinggi jika dibandingkan laki-laki, dikarenakan pengaruh dari visual, opini dan rekomendasi yang ditampilkan dalam iklan (Hartawan et al., 2021).

Pola perilaku semacam ini juga terjadi pada kelompok usia mahasiswa, yang berada pada fase transisi, ditandai dengan pendapatan masih rendah dan seringkali masih mengandalkan dukungan finansial dari orang tua mereka. Kelompok mahasiswa ini berada pada tahap awal kehidupan dewasa yakni rentang usia 17-23 tahun umumnya memiliki perkembangan kepribadian, penalaran dan kemampuan berpikir yang lebih baik. Pada fase ini, mahasiswa juga memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif karena mereka mengedepankan aspek emosional seperti gengsi, bujukan teman, serta kebutuhan mengikuti tren (Aditya et al., 2020) (Lutfiah et al., 2022) (Susanto & Savira, 2021).

Penelitian tentang maraknya konsumsi barang impor telah ada sebelumnya. Penelitian Fitriani (2019) misalnya, secara umum menjelaskan keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk sangat dipengaruhi oleh usia dan jenis kelamin. Remaja misalnya, dianggap sebagai kelompok yang paling potensial karena cenderung memiliki pola konsumsi yang besar dan beragam (Ayu et al., 2025). Sementara penelitian Firman, dkk. (2023) tentang penggunaan barang impor di kalangan Mahasiswa

UPI, menyatakan bahwa keputusan mahasiswa UPI untuk membeli mengkonsumsi produk impor karena melihat harga yang terjangkau untuk kualitas produk yang lebih baik (Firman et al., 2023). Kelompok konsumen yang tidak memiliki pendapatan misalnya mahasiswa atau pelajar, cenderung memperhatikan citra dan kualitas produk saat membuat keputusan untuk mengkonsumsi karena mereka mengasosiasikan produk tersebut dengan kualitas yang lebih baik dan status sosial yang lebih tinggi (Lubis et al., 2024). Studi menunjukkan bahwa perempuan cenderung menggunakan perasaan dalam memutuskan untuk membeli jika dibandingkan dengan pria. Sehingga perempuan terkesan lebih mudah melakukan pembelian secara impulsif (Maulana et al., 2025)(Pratiwi et al., 2022).

Penelitian ini mendalami persepsi mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) sebagai pelajar dan representasi karakteristik konsumsi perempuan terhadap globalisasi dan masuknya barang impor. Penelitian ini relevan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) yang menjadi fondasi argumen teoretis. Fokus pada mahasiswa sebagai subjek penelitian berkaitan erat dengan SDGs 5 (kesetaraan gender) melalui upaya mendekonstruksi stereotip gender dalam ekonomi. Penelitian ini menggali kontradiksi antara perilaku impulsif yang sering dilekatkan pada sisi emosional perempuan dengan peran intelektual mahasiswa sebagai kelompok terdirik yang memiliki sisi kritis terhadap ketahanan ekonomi nasional. Dengan membedah bagaimana mahasiswa menegosiasikan rasionalitas mereka di tengah gempuran tren global, penelitian ini menempatkan perempuan sebagai aktor ekonomi yang berdaya dan sadar posisi. Hal ini secara linier mendukung SDGs 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab), dimana pemahaman kritis mahasiswa terhadap masuknya barang impor menjadi kunci dalam mentransformasi perilaku konsumsi menjadi lebih selektif, bertanggung jawab, dan berdampak positif bagi penguatan industri domestik.

Berbagai studi telah mengkaji dampak dari globalisasi dari perspektif multidimensional, terdapat celah penelitian (*research gap*) yang signifikan dalam menjelaskan bagaimana kelompok intelektual seperti mahasiswa memposisikan diri di tengah banjirnya barang impor. Sejauh ini banyak literatur hanya berhenti pada kesimpulan umum bahwa konsumen perempuan cenderung emosional dan mudah tergoda iklan. Padahal, ada sisi lain yang menarik untuk digali, yaitu adanya ambivalensi antara sisi impulsif mereka sebagai anak muda dengan sisi kritis mereka sebagai kaum intelektual yang peduli pada nasib ekonomi bangsa. Urgensi penelitian ini muncul karena kita perlu melihat lebih dalam bagaimana mahasiswa di negara berkembang seperti Indonesia melakukan pertimbangan agar tidak sekedar menjadi konsumen pasif. Dengan menggunakan sudut pandang feminism liberal, marxis dan post kolonial, penelitian ini tidak hanya ingin memotret kebiasaan belanja, tetapi juga ingin memberikan dasar argumen yang lebih kuat bahwa peran perempuan dalam mendukung SDGs 5 dan 12 sebenarnya bermula dari keputusan-keputusan kecil yang rasional di meja belanja. Hal ini menjadi krusial untuk memahami sejauh mana daya tahan ekonomi kita di tingkat akar rumput saat berhadapan dengan pasar global yang semakin tidak terbendung.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan desain sekuensial eksplanatori (*sequential explanatory design*), yang diawali dengan pengumpulan dan analisis data kuantitatif, kemudian diperdalam melalui data kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti (Sardana et al., 2023). Data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan secara acak kepada 92 mahasiswa aktif Universitas Negeri Semarang (UNNES) dengan rentang usia dominan 19–22 tahun dan latar belakang ekonomi yang beragam. Instrumen penelitian menggunakan skala interval 1–10 yang diklasifikasikan ke dalam sepuluh kelas interval dengan rentang 0,9, mulai dari kategori Sangat Tidak Setuju (1,00–2,80) hingga Sangat Setuju (9,10–10,00), guna menjamin ketajaman dan sensitivitas data. Data kuantitatif selanjutnya dianalisis menggunakan statistik deskriptif, kemudian diperdalam melalui wawancara mendalam terhadap 14 informan yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria sebagai mahasiswa aktif UNNES, pengguna rutin platform e-

commerce (minimal tiga transaksi dalam enam bulan terakhir), serta pernah membeli produk impor pada kategori fashion, kosmetik, atau elektronik. Data kualitatif dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama, sementara integrasi data dilakukan melalui triangulasi metode dengan mengonfrontasikan hasil statistik empat variabel utama pemahaman globalisasi, ketahanan nasional, gaya hidup, dan ancaman barang impor dengan narasi informan, sehingga memungkinkan validasi konsistensi temuan dan perumusan simpulan yang akurat mengenai dinamika perilaku konsumen mahasiswa.

Hasil dan pembahasan

Hasil penilaian responden terkait pemahaman terhadap globalisasi pada Tabel 1 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki pemahaman yang baik mengenai globalisasi. Responden juga setuju bahwa globalisasi memperluas wawasan, memudahkan akses produk dan membuat mereka lebih terbuka terhadap perbedaan budaya. Dengan skor 8,28, mereka paham betul bahwa dunia sekarang sudah saling terhubung. Namun dengan adanya pengetahuan yang luas ini, tidak membuat mereka lantas terjebak dalam perilaku konsumtif yang impulsif terhadap barang impor. Temuan ini mengungkapkan kontradiksi menarik: meskipun responden sangat menyadari besarnya pengaruh globalisasi terhadap gaya hidup, kesadaran tersebut tidak serta merta diikuti dengan adopsi perilaku konsumsi produk impor yang tinggi. Hal ini merefleksikan sikap selektif mahasiswa, meski mereka mengakui keunggulan kualitas barang impor, tidak serta merta melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang.

Tabel 1. Pemahaman Responden terhadap Globalisasi, Keterbukaan Budaya dan Kemajuan Teknologi

Indikator Pemahaman Globalisasi	Rata-Rata Skor	Ket.
Saya memahami dengan baik apa itu globalisasi	8,108696	Setuju
Saya setuju bahwa globalisasi memperluas wawasan dan pengetahuan saya tentang dunia	8,706522	Sangat Setuju
Globalisasi meningkatkan kualitas hidup saya dan masyarakat secara umum	7,695652	Setuju
Globalisasi memudahkan akses saya terhadap produk dan layanan dari berbagai negara lain	8,358696	Sangat Setuju
Globalisasi membuat saya lebih terbuka terhadap perbedaan budaya dan pandangan hidup	8,23913	Sangat Setuju
Saya merasa perlu menyesuaikan diri dengan perubahan yang dibawa oleh globalisasi	7,858696	Setuju
Saya merasa globalisasi membantu mempercepat kemajuan teknologi dan membuat informasi menjadi lebih mudah diakses	8,978261	Sangat Setuju
Rata-Rata	8,28	Sangat Setuju

Hasil penilaian responden terhadap ketahanan nasional dapat dilihat pada Tabel 2. Penilaian ketahanan nasional terhadap adanya pengaruh globalisasi serta adanya barang impor menunjukkan bahwa responden setuju jika globalisasi menciptakan peluang bagi bisnis lokal untuk bersaing secara sehat dan memberikan peluang bagi pelaku usaha kecil untuk berkembang ke pasar global. Responden juga setuju bahwa identitas nasional mereka akan tetap kuat meskipun terpengaruh oleh budaya asing. Namun demikian, responden menilai bahwa media sosial sebagai bagian dari globalisasi sangat mempengaruhi responden dalam berpikir dan bersikap (skor 8,3).

Data hasil penilaian globalisasi dan barang impor terhadap gaya hidup responden menunjukkan adanya dinamika menarik dalam persepsi mahasiswa UNNES, dimana pengakuan terhadap pengaruh globalisasi tidak serta merta berbanding lurus dengan perilaku konsumsi praktis. Meskipun responden

menyadari bahwa globalisasi telah merombak gaya hidup mereka secara mendalam (skor 8,23), terdapat *gap* yang lebar dalam implementasi belanja harian mereka. Rendahnya keterlibatan mahasiswa dalam tren penggunaan barang impor yang populer, membuktikan adanya sikap selektif yang kuat. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak lagi bertindak sebagai konsumen pasif yang mudah terbawa arus tren, melainkan mampu membedakan antara pengaruh gaya hidup dan kebutuhan.

Tabel 2. Persepsi Responden terhadap Ketahanan Nasional

Indikator Ketahanan Nasional	Rata-Rata Skor	Ket.
Globalisasi menciptakan peluang bagi bisnis lokal untuk bersaing dengan produk dari negara lain secara sehat	7,978261	Setuju
Pendidikan dan keterampilan yang saya miliki cukup untuk bersaing dalam era globalisasi ini	7,043478	Setuju
Globalisasi memberikan peluang bagi pelaku usaha kecil untuk berkembang ke pasar internasional	7,945652	Setuju
Saya merasa identitas nasional saya tetap kuat meskipun terpengaruh oleh budaya asing	7,75	Setuju
Media sosial sebagai bagian dari globalisasi mempengaruhi cara saya berpikir dan bersikap	8,304348	Sangat Setuju
Barang impor seringkali memiliki harga lebih mahal dibandingkan produk local	7,173913	Setuju
Rata-Rata	7,70	Setuju

Sikap selektif tampaknya berakar dari kesadaran terhadap risiko yang dibawa oleh produk global. Responden cukup waspada bahwa penetrasi barang impor dapat mengikis identitas budaya lokal (skor 6,11). Hal ini menciptakan pergulatan, di satu sisi mereka mengakui keunggulan inovasi produk asing, namun di sisi lain terdapat keinginan kuat untuk tetap mendukung keberlanjutan produk dalam negeri (skor 5,85). Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa berperan sebagai “penjaga gawang ekonomi” di tingkat akar rumput.

Tabel 3. Persepsi Responden terhadap Pengaruh Globalisasi terhadap Gaya Hidup

Indikator Gaya Hidup	Rata-Rata Skor	Ket.
Globalisasi mempengaruhi gaya hidup saya sehari-hari	8,228261	Sangat Setuju
Saya sering membeli barang impor untuk kebutuhan sehari-hari	4,608696	Cukup Setuju
Saya merasa barang impor membawa pengaruh besar terhadap pola konsumsi perempuan di lingkungan sekitar saya	6,978261	Setuju
Ketersediaan barang impor memberikan saya lebih banyak pilihan produk yang sesuai kebutuhan	6,967391	Setuju
Saya sering mencoba barang impor baru karena penasaran dengan kualitas dan fitur yang ditawarkan	5,402174	Cukup Setuju
Saya sering mengikuti tren penggunaan barang impor yang sedang populer di masyarakat	4,380435	Tidak Setuju
Ketersediaan barang impor mempengaruhi gaya hidup dan preferensi saya dalam berbelanja	6,108696	Cukup Setuju
Saya menghindari membeli barang impor karena ingin mendukung produk local	5,858696	Cukup Setuju
Saya merasa bahwa penggunaan barang impor adalah bagian dari gaya hidup modern di era globalisasi	6,5	Setuju
Rata-Rata	6,11	Cukup Setuju

Data pada Tabel 3 mengungkapkan dinamika antara kesadaran pribadi dan perilaku nyata mahasiswa terhadap globalisasi. Meskipun responden mayoritas responden memberikan skor tertinggi pada indikator bahwa globalisasi sangat memengaruhi gaya hidup sehari-hari mereka (8,23), hal ini tidak diikuti dengan perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Menariknya, responden justru menunjukkan penolakan untuk sekadar mengikuti tren penggunaan barang impor yang sedang populer, dengan perolehan skor terendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa UNNES menyadari arus perubahan global namun tetap bersikap kritis dan selektif dalam mengadopsi tren yang ada di lingkungan mereka.

Dualitas sikap ini mencerminkan adanya filter diri, dimana mahasiswa mengakui bahwa ketersediaan barang impor memberikan lebih banyak pilihan dan merupakan bagian dari gaya hidup modern, namun frekuensi pembelian untuk kebutuhan sehari-hari masih berada pada level moderat (skor 4,61). Keinginan untuk mendukung produk lokal tetap muncul sebagai bentuk dukungan terhadap ekonomi nasional. Besarnya pengaruh globalisasi ini memicu kewaspadaan kritis mahasiswa terhadap risiko budaya dan ekonomi. Perspektif mengenai ancaman tersebut diuraikan lebih lanjut dalam identifikasi indikator ancaman.

Responden cukup memiliki kekhawatiran mengenai ancaman globalisasi dan barang impor seperti yang ditampilkan Tabel 4. Rata-rata skor total untuk indikator ancaman globalisasi adalah 5,91 (cukup setuju). Responden setuju bahwa barang impor biasanya lebih inovatif dibanding produk lokal (skor 6,95). Responden cukup setuju bahwa globalisasi mengancam produk dan budaya/tradisi lokal dan keberlanjutan identitas budaya perempuan lokal. Mereka umumnya sadar bahwa dengan adanya globalisasi dan barang impor dapat mengubah budaya lokal dan aktivitas konsumsi barang lokal.

Tabel 4. Persepsi Responden terhadap Ancaman Globalisasi dan Barang Impor

Indikator Ancaman	Rata-Rata Skor	Ket.
Globalisasi mengancam produk dan budaya/tradisi local	5,967391	Cukup Setuju
Saya khawatir globalisasi memperlebar kesenjangan sosial dan ekonomi di masyarakat	5,434783	Cukup Setuju
Globalisasi dan masuknya barang impor mengancam keberlanjutan identitas budaya perempuan local	6,108696	Cukup Setuju
Kemudahan akses pembelian (misal melalui online shop) membuat saya lebih tertarik membeli barang impor	6,152174	Cukup Setuju
Saya khawatir penggunaan barang impor menyebabkan hilangnya nilai-nilai budaya lokal khususnya perempuan dalam kehidupan sehari-hari	5,391304	Cukup Setuju
Saya merasa barang impor berdampak negatif terhadap ekonomi local	5,369565	Cukup Setuju
Saya merasa barang impor biasanya lebih inovatif dibanding produk local	6,945652	Setuju
Rata-Rata	5,91	Cukup Setuju

Dari perolehan data diatas kemudian dilanjutkan dengan penggalian data secara mendalam dengan menggunakan metode wawancara. Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UNNES menunjukkan pemahaman yang seragam, berfokus pada konsep keterhubungan dan pertukaran lintas batas negara. Mayoritas melihat globalisasi sebagai proses perubahan yang mencakup seluruh aspek kehidupan manusia. Keterhubungan ini secara spesifik memfasilitasi masuk dan bertukarnya berbagai elemen penting, seperti informasi, budaya, ekonomi dan teknologi. Beberapa mahasiswa menyoroti bagaimana proses ini membuat batas-batas dunia menjadi semakin kabur, sehingga

memudahkan mereka dalam kehidupan sehari-hari seperti berbelanja atau mengikuti tren global hanya melalui ponsel.

Mahasiswa UNNES bersikap terbuka terhadap budaya luar yang dibawa oleh globalisasi, namun mereka selalu menerapkan sikap selektif dan bijaksana. Keterbukaan ini menandakan mereka siap menerima hal-hal baru yang positif dan mampu beradaptasi. Meskipun demikian, mereka sangat menyadari perlunya memilah pengaruh asing. Tujuannya adalah memastikan budaya luar yang masuk tidak bertentangan dengan nilai-nilai lokal, tidak mengurangi rasa nasionalisme, atau menghilangkan kebudayaan asli. Sikap kritis ini menunjukkan bahwa mereka aktif berupaya menjaga identitas lokal agar tidak tergerus.

Masuknya barang impor dinilai oleh mahasiswa UNNES memiliki dampak signifikan terhadap ketahanan ekonomi dan budaya. Secara ekonomi, masalah utamanya adalah barang impor yang seringkali lebih murah, sehingga melemahkan daya saing produk lokal dan berpotensi membuat produk dalam negeri kesulitan bersaing. Hal ini diperparah jika dukungan masyarakat terhadap produk lokal kurang memadai. Secara keseluruhan, meskipun barang impor memberikan variasi pilihan bagi konsumen, terdapat risiko besar jika keberadaannya tidak dikelola dengan bijak. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat dianggap penting untuk menciptakan produk lokal yang kompetitif di pasar internasional tanpa harus meninggalkan budaya yang sudah ada. Mereka juga menyadari bahwa mahasiswa memiliki peran dalam menjaga produk lokal sekaligus menjadi agen perubahan yang dimulai dari membeli dan menggunakan produk-produk lokal. Mahasiswa UNNES melihat bahwa identitas nasional tidak mengalami pergeseran dengan adanya fenomena globalisasi. Identitas nasional akan terus bertahan di jaman modern seperti sekarang jika masyarakat memiliki kesadaran kolektif.

Jika dikaitkan dengan gaya hidup, mahasiswa UNNES menyadari bahwa gaya hidup mahasiswa menjadi lebih tinggi dan lebih konsumtif akibat mengikuti tren yang sedang berlangsung. Tidak dapat dipungkiri bahwa produk-produk impor memberikan variasi yang lebih banyak dibanding produk lokal. Berdasarkan wawancara, produk impor yang sering dikonsumsi oleh mahasiswa adalah produk-produk *fashion, skincare, make-up*, makanan dan elektronik (*gadget*). Produk impor dianggap lebih berkualitas dan harga yang sangat bersaing. Selain itu keputusan mereka untuk membeli produk impor adalah karena tren, sehingga apabila tidak mengkonsumi akan dianggap ketinggalan.

Temuan dari kuesioner dan wawancara mengenai persepsi mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) terhadap globalisasi dan barang impor, dapat dijelaskan menggunakan pendekatan feminis sebagai pisau analisisnya. Pendekatan feminis dalam menjelaskan fenomena globalisasi dan perdagangan internasional memberikan wawasan penting tentang bagaimana proses-proses dalam globalisasi akan mempengaruhi perempuan, terutama di negara berkembang. Feminisme menawarkan berbagai perspektif untuk menganalisis bagaimana proses globalisasi mempengaruhi kehidupan perempuan (Parreñas & Hwang, 2023). Bagi feminis liberal, globalisasi dianggap sebagai peluang untuk memperluas akses mereka ke pasar yang lebih besar dan beragam baik sebagai konsumen maupun produsen (Rosyidi, Rofiq, and Khusnudin 2025). Masuknya barang impor justru memberikan lebih banyak pilihan produk yang tersedia bagi perempuan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Bagi mereka, hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas hidup mereka, tetapi juga memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi budaya dan gaya hidup melalui produk yang mereka konsumsi. Dengan demikian, bagi mereka globalisasi tidak hanya menawarkan akses yang lebih luas tetapi juga menciptakan peluang bagi perempuan untuk berpartisipasi aktif dalam ekonomi global (Keller & Utar, 2022). Di lain sisi, terdapat kelompok feminis marxis yang berbeda pendapat mengenai masuknya barang impor. Mereka melihat derasnya arus barang impor, berdampak pada munculnya standar baru untuk kecantikan dan identitas perempuan (Mady et al., 2023). Hal ini membuat perempuan merasa harus mengkonsumsi produk tertentu demi tuntutan sosial. Didukung oleh feminis post-kolonial yang melihat pengalaman perempuan di negara-negara berkembang dalam konteks globalisasi. Mereka

beranggapan globalisasi membawa masuk barang-barang yang mencerminkan budaya Barat dan sering kali mengabaikan nilai-nilai lokal. Di negara-negara berkembang, masih banyak perempuan yang berjuang untuk mempertahankan identitas mereka di tengah pengaruh globalisasi yang kuat. Mereka juga memandang barang-barang impor sebagai simbol dominasi budaya yang perlu dilawan (Susan, 2023). Hasil penelitian menunjukkan adanya pandangan yang dualistik dan kompleks, di mana mahasiswa UNNES secara simultan mengadopsi elemen dari kedua perspektif feminis tersebut.

Pandangan feminis liberal, yang melihat globalisasi sebagai peluang untuk memperluas akses dan pilihan, terlihat jelas dalam temuan penelitian ini. Mahasiswa UNNES secara umum memandang globalisasi sebagai kekuatan positif yang memberdayakan mereka yang dijelaskan dalam beberapa poin. Pertama, peningkatan kualitas hidup dan akses. Hasil kuesioner menunjukkan persetujuan yang sangat tinggi bahwa globalisasi memudahkan akses terhadap produk dari negara lain (rata-rata skor 8,36) dan mempercepat kemajuan teknologi (rata-rata skor 8,98). Ini selaras dengan argumen feminis liberal bahwa globalisasi membuka pasar dan memberikan lebih banyak pilihan kepada perempuan, baik sebagai konsumen maupun produsen. Kedua, wawasan dan keterampilan. Dalam wawancara, mahasiswa UNNES secara konsisten menyebutkan bahwa globalisasi memperkaya wawasan budaya, mempermudah akses ke jurnal internasional, dan membantu mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Ini mendukung gagasan bahwa perempuan dapat memanfaatkan globalisasi untuk meningkatkan kapasitas intelektual dan ekonomi mereka, sebuah inti dari pemikiran feminis liberal. Ketiga, pilihan konsumen yang rasional. Alasan utama mahasiswa membeli produk impor seperti gawai, *skincare*, dan *fashion* adalah karena pertimbangan kualitas, inovasi, dan fitur yang lebih unggul. Ini menunjukkan bahwa mereka bertindak sebagai konsumen rasional yang memanfaatkan pasar global untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka, bukan sekadar korban tren. Bagi feminis liberal, kemampuan untuk membuat pilihan ini adalah bentuk dari kebebasan individu. Secara keseluruhan, data ini mengafirmasi pandangan feminis liberal di mana mahasiswa UNNES melihat diri mereka sebagai subjek aktif yang mampu memanfaatkan globalisasi untuk kemajuan pribadi, pendidikan, dan peningkatan kualitas hidup.

Di sisi lain, kekhawatiran yang diungkapkan oleh mahasiswa UNNES sejalan dengan kritik dari feminis marxis dan post-kolonial. Mereka sadar betul bahwa globalisasi dan barang impor membawa dampak negatif yang berpotensi mengancam struktur ekonomi dan budaya lokal. Kaitannya dengan ancaman terhadap budaya lokal dan UMKM, mahasiswa cukup setuju bahwa globalisasi mengancam produk dan budaya lokal (rata-rata skor 5,97) serta keberlanjutan identitas budaya perempuan lokal (rata-rata skor 6,11). Seorang informan menyatakan bahwa barang impor dapat "menggeser kebiasaan dan nilai-nilai tradisional masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda yang mudah terpengaruh" (Informan VD). Ini adalah inti dari argumen feminis post-kolonial yang melihat barang impor sebagai simbol dominasi budaya Barat yang mengikis nilai-nilai lokal. Sedangkan dalam hal pola konsumsi dan gaya hidup, hasil penelitian menunjukkan bahwa globalisasi membuat gaya hidup mahasiswa menjadi lebih konsumtif dan mengikuti tren. Pandangan ini mencerminkan analisis feminis marxis, di mana arus barang impor menciptakan standar baru (misalnya kecantikan atau gaya hidup "modern") yang mendorong perempuan untuk terus mengonsumsi demi memenuhi tuntutan sosial. Dalam hal tantangan melemahnya ekonomi lokal, terdapat kesadaran bahwa barang impor dapat "melemahkan daya saing produk lokal" (Informan IM). Kekhawatiran ini sejalan dengan pandangan feminis marxis yang mengkritik bagaimana perdagangan bebas dalam globalisasi seringkali merugikan produsen kecil di negara berkembang, di mana banyak di antaranya adalah perempuan. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa UNNES tidak naif terhadap sisi gelap globalisasi. Mereka menyadari adanya potensi ancaman terhadap identitas budaya dan kemandirian ekonomi lokal, sebuah refleksi kritis yang menjadi ciri khas pemikiran feminis marxis dan post-kolonial.

Dinamika persepsi mahasiswa UNNES menunjukkan bahwa globalisasi pada dasarnya merupakan "pedang bermata dua" yang mencerminkan dualitas sikap "adaptif-defensif". Sikap adaptif tercermin

dari keterbukaan mereka dalam merangkul kemajuan teknologi, informasi dan kualitas produk global demi pemenuhan kebutuhan pribadi serta memberikan ruang bagi perempuan untuk meningkatkan kapasitas intelektual serta kemandirian ekonomi secara individu. Namun, secara bersamaan, muncul sikap defensif yang dimanifestasikan melalui kesadaran kritis yang mencerminkan kekhawatiran feminism marxis dan post-kolonial terhadap risiko hegemoni Barat dan eksplorasi ekonomi sehingga perlu untuk membatasi konsumsi barang impor.

Implikasi praktis dari temuan mengenai sikap adaptif-defensif ini memberikan peluang bagi pelaku UMKM lokal untuk memenangkan pasar mahasiswa. Mengingat mahasiswa sangat mempertimbangkan aspek kualitas serta inovasi (skor 6,95) namun memiliki keinginan untuk mendukung produk lokal (skor 5,85), pelaku UMKM perlu meningkatkan fitur inovasi produk agar setara dengan barang impor tanpa meninggalkan narasi identitas budaya yang menjadi titik sensitivitas konsumen perempuan. Selain itu, pelaku usaha dapat memanfaatkan peran mahasiswa sebagai “agen perubahan” melalui kampanye berbasis media sosial yang menonjolkan nilai nasionalisme sebagai bagian dari gaya hidup modern yang cerdas.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi mahasiswa UNNES terhadap globalisasi membentuk sebuah sintesis “adaptif-defensif” yang dinamis dan tidak monolitik. Di satu sisi, mahasiswa cenderung merangkul peluang yang ditawarkan globalisasi untuk kemajuan personal dan pengembangan diri dalam perspektif liberal, namun di sisi lain, mereka secara sadar tetap mempertahankan identitas nasional dan mendukung ekonomi lokal sebagai bentuk resistensi terhadap hegemoni global dalam perspektif marxis. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup responden yang hanya mencakup satu universitas sehingga generalisasi pada konteks nasional perlu dilakukan dengan hati-hati. Temuan ini memberikan landasan kuat bagi penelitian mendatang untuk menerapkan analisis statistik inferensial guna memetakan pengaruh latar belakang ekonomi terhadap pola konsumsi secara lebih mendalam. Sebagai implikasi strategis, pembuat kebijakan perlu memrumuskan dan memperkuat edukasi konsumsi yang bertanggung jawab sesuai prinsip SDGs 12. Sementara itu, pelaku usaha dituntut untuk meningkatkan standar kualitas serta inovasi produk agar mampu bersaing dengan produk global tanpa mengabaikan nilai-nilai budaya lokal. Hal ini menjadi krusial untuk memastikan bahwa mahasiswa dapat bertransformasi menjadi konsumen rasional yang tidak hanya mengutamakan kualitas produk, tetapi juga memiliki kesadaran kritis dalam menjaga kedaulatan ekonomi nasional di tengah tekanan pasar bebas yang semakin kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa UNNES mempersonifikasi dilema sekaligus kekuatan perempuan di negara berkembang dalam era globalisasi. Mereka adalah individu yang terhubung secara global, namun tetap berakar kuat pada identitas lokal, menjadikan globalisasi sebagai peluang strategis yang harus dikelola dengan kesadaran kritis bukan ancaman yang harus ditolak sepenuhnya.

Referensi

- Adhalia, A. A., Rachmad, R., & Nurjanah, R. (2020). Determinan impor Indonesia. *Perdagangan Industri dan Moneter*, 8(1). <https://doi.org/10.22437/pim.v8i1.8035>
- Aditya, A., Pramesty, K. Y., Lestari, W. P., & Irawan, M. F. (2020). Perilaku pembelian impulsif mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 260–273. <https://doi.org/10.33369/insight.15.2.260-273>
- Arini, A. D., Putri, F., Dewai, R. M., Wulandari, S. O., & Rohmi, M. L. (2024). Analisis pengaruh ekspor dan impor terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2012–2020. *Moneter: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2(3).
- Atqiya, A. N., Nasoha, A. M. M., Nabila, S., Indarto, M. D., & Sari, T. W. (2024). Kewarganegaraan dan sistem pendidikan: Pengaruh globalisasi terhadap kurikulum kewarganegaraan di sekolah

- Indonesia. *Birokrasi: Jurnal Ilmu Hukum dan Tata Negara*, 2(4), 208–220. <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v2i4.1589>
- Ayu, N. P., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Hubungan sindrom fear of missing out (FoMO) terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(2).
- Bezrukova, N., Mykola, V., Serhii, H., Alla, T., & Olha, V. (2024). The impact of globalisation on international trade: Dynamics of global trade relations and exchange of goods and services. *Multidisciplinary Reviews*, 7. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe042>
- Bozhko, D., Maliutina, M., Vitkovska, K., & Zalizniuk, V. (2024). Globalization and international relations: The role of information in their development. *Collection of Scientific Papers "Scientia"*, 45–56.
- Brakus, J. J., Chen, W., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2022). Experiences and happiness: The role of gender. *Psychology & Marketing*, 39(8), 1646–1659. <https://doi.org/10.1002/mar.21677>
- Draçi, P., & Kadiu, A. (2024). The impact of globalization and internationalization on the global society. *Interdisciplinary Journal of Research and Development*, 11(1), 254.
- Firman, K. D. J., Fauzi, M. F., & Rustini, T. (2023). Intensitas penggunaan produk impor di kalangan mahasiswa UPI Cibiru angkatan 2022. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 15(1), 93–98. <https://doi.org/10.37304/jpis.v15i1.9492>
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh iklan di media sosial Instagram terhadap minat beli masyarakat pada e-commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 8(1), 217–228. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.33853>
- Kanwal, M., Burki, U., Ali, R., & Dahlstrom, R. (2022). Systematic review of gender differences and similarities in online consumers' shopping behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 39(1), 29–43. <https://doi.org/10.1108/JCM-01-2021-4356>
- Keller, W., & Utar, H. (2022). Women empowerment through globalization. *The Review of Economic Studies*, 89(6), 3381–3409. <https://doi.org/10.1093/restud/rdac018>
- Kumparan. (2023, April 6). *Mengapa banyaknya barang impor dapat menyebabkan konsumerisme pada masyarakat?* <https://kumparan.com/berita-bisnis/mengapa-banyaknya-barang-impor-dapat-menyebabkan-konsumerisme-pada-masyarakat-209r2al74pQ/full>
- Lubis, C. K. S., Simanungkalit, J. S. L., Siagian, Y., & Hidayat, N. (2024). Pengaruh media sosial, e-lifestyle, dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Medan. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(4), 1871–1884.
- Lutfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 11(3). <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mady, S., Biswas, D., Dadzie, C. A., Hill, R. P., & Paul, R. (2023). A whiter shade of pale: Whiteness, female beauty standards, and ethical engagement across three cultures. *Journal of International Marketing*, 31(1), 69–89. <https://doi.org/10.1177/1069031X221112642>
- Maulana, M. A., Kusuma, H., Muchsam, Y., & Yuda, M. S. (2025). Daya tarik diskon dan motivasi hedonis dalam mendorong pembelian impulsif fashion wanita di Kabupaten Bekasi. *MBA Journal: Management, Business Administration, and Accounting*, 1(2), 78–87.
- Parreñas, R. S., & Hwang, M. C. (2023). Transnational feminism and the sociology of gender. *American Journal of Sociology*, 129(3), 939–947. <https://doi.org/10.1086/728975>
- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., & Adhandayani, A. (2022). Keputusan pembelian produk fashion secara online ditinjau dari motivasi emosional konsumen dewasa awal. *Jurnal Psikologi*, 20.
- Purba, B., Sihombing, A. E., Nasution, N. F., & Siagian, A. P. (2023). Dampak globalisasi dalam mempengaruhi ekonomi nasional melalui pandangan ekonomi politik. *Ekonomika*, 10(2). <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.1925>
- Rosyidi, L., Rofiq, A., & Khusnudin. (2025). Peran perempuan dalam pembangunan ekonomi dan penguatan kesetaraan gender. *Jurnal Istiqro*, 11(1), 20–34. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v11i1.3160>
- Sitakar, B., Andini, A., Anggita, N. D., & Suhairi, S. (2024). Langkah-langkah Indonesia dalam menghadapi tantangan global dalam bidang ekonomi. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2767–2776. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13384>
- Susan, B. (2023). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body*. University of California Press.

- Susanto, P. A., & Savira, S. I. (2021). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna e-commerce marketplace. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9). <https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i9.42761>
- Susanto, P. C., Subagio, M., Barus, G. A., Febrian, W. D., & Sani, I. (2024). International trade: Economic growth supports export and import activities. *Greenation International Journal of Economics and Accounting*, 2(1), 44–52.
- Tarka, P., Harnish, R. J., & Babaev, J. (2022). From materialism to hedonistic shopping values and compulsive buying: A mediation model examining gender differences. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(4), 786–805.
- Wulandari, A., Soleha, D. M., & Wulandari, R. (2023). Analisis dampak globalisasi terhadap perdagangan internasional. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 1160. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1202>