

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era modern saat ini semua serba praktis, apapun bisa dimanfaatkan dengan mudah dan cepat tanpa ada hambatan. Digitalisasi menjadi asupan penting bagi masyarakat, semua diperoleh dengan mudah dari informasi yang disebarluaskan melalui teknologi digital. Teknologi digital saat ini telah berkembang pesat dan tidak cenderung input dari komputer dan mudah diakses ke perangkat lainnya seperti ponsel yang tentunya memiliki koneksi internet yang tepat.

Masyarakat harus memanfaatkan teknologi digital ini dengan sebaik mungkin, sebab apabila penggunaannya dilakukan dengan baik maka masyarakat akan mendapat manfaatnya dari penggunaan teknologi digital ini. Namun sebaliknya, apabila pemakaiannya berlebihan maka dampaknya akan kembali ke masyarakat itu sendiri. Tentunya dari masyarakat sendiri teknologi ini harusnya menjadi presisi bagaimana keberadaan teknologi digital ini telah berkembang di masyarakat dan sejauh mana masyarakat bisa memanfaatkan kecanggihan dari arus digitalisasi ini.

Teknologi digital ini telah menciptakan berbagai inovasi demi kemudahan aktivitas masyarakat baik di bidang sosial maupun ekonomi. Semua bisa dinikmati masyarakat berkat kesiapan kita dalam menghadapi era digitalisasi saat ini. Dalam teknologi digital ini telah melahirkan banyak inovasi yang telah digunakan oleh seluruh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial menjadi salah satu inovasi dari teknologi digital ini, segala akses untuk mendapatkan informasi bisa di dapatkan lewat media sosial tanpa limit. Selain itu kemudahan dari teknologi digital ini memudahkan masyarakat untuk bisa berkomunikasi dengan baik, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kini masyarakat bisa menikmati akses digital ini dengan mudah dan praktis karena kemudahan akses tersebut membuat sebagian masyarakat merasa ketergantungan terhadap ke praktisan dan kecanggihan dengan adanya teknologi digital ini. Namun bukan berarti teknologi digital ini menjadi sebuah keberuntungan kehidupan bagi masyarakat. Perilaku ketergantungan seperti ini harusnya dihilangkan karena kecanggihan teknologi tidak selamanya sempurna. Perilaku ketergantungan biasanya berasal dari keinginan individu dan jika dilakukan terus menerus maka akan menular terhadap dampak perilaku sosial di masyarakat. Karena datangnya teknologi digital sangat berpengaruh terhadap pasar tenaga kerja di dunia termasuk di Indonesia sekali pun (Datatempo, 2019: 16).

Menurut Campbell (1994: 231-265) menyebutkan bahwa perilaku sosial berlandaskan pada suatu analisis kehidupan batiniah dalam individu seseorang, batiniah seseorang yang dimaksud adalah sifat empiris mereka mengenai suatu fenomena masyarakat yang sedang menghampiri lingkungan seseorang itu sendiri. Dari suatu analisa perilaku ini terjadilah sebuah arus kesadaran. Dari sebuah arus kesadaran akan berimplikasi terhadap pengalaman individu dan bersifat intensional. Kesadaran dari sebuah perilaku adalah objek konstruksi individu yang mengacu pada perhatian diri dari prasangka-prasangka yang terkumpul kemudian mereduksi semua pola keinginan yang berasal dari dasariah pengalaman itu.

Dalam paradigma perilaku sosial sangat menekankan pada pendekatan yang bersifat objektif empiris yang dimana persoalan utama interaksi antarmanusia menjadi penentu dibalik perilaku itu bisa saja dari motivasi, tanggung jawab, bahkan kebebasan (Wirawan, 2015: 170). Manusia digambarkan sebagai individu yang memiliki tindakan luas dengan didasari beberapa kepentingan, dan karena itu pokok dari permasalahan perilaku sosial ini adalah menelaah kepentingan-kepentingan itu sendiri (Veeger, 1993: 27).

Dalam paradigma perilaku ini telah melahirkan beberapa konsep teori yang telah dikemukakan oleh banyak tokoh. Dalam perilaku sosial akan berpengaruh ke arah pengenalan pertukaran sosial yang dimana sebuah perilaku sosial ini

saling memberi informasi terhadap objek-objek yang mengandung banyak nilai antar individu. Fenomena yang timbul dari proses interaksi antar manusia akan melihat dampak yang ditimbulkan setelah membangun pertukaran yang nyata, menyangkut perasaan sakit, beban hidup, harapan, hingga pencapaian sesuatu yang luas dan inklusif (Saifuddin, 2001:4).

Selain itu, paradigma perilaku sosial pun melahirkan sebuah teori pilihan rasional yang dimana sangat erat kaitannya dengan dominan kekuatan aspek sosial ekonomi dengan beberapa serangkaian institusi dan publikasi. Perilaku sosial dalam sebuah masyarakat akan menyetarakan bahwa perilaku atau tindakan seseorang merupakan sifat yang dinilai *purposive*. Terlepas dari sebuah pilihan rasional yang menitikberatkan pada bentuk variasi, masing-masing dari model paradigma perilaku sosial ini telah membawa perkembangan teoretis pada substansif area yang memiliki implikasi terhadap area substansif lainnya (Wirawan, 2015: 191-197).

Pemaparan dari paradigma perilaku sosial ini telah menyesuaikan dengan aspek kedua lingkungan, yakni lingkungan sosial dan lingkungan alam, dari situlah masyarakat bahkan di tiap individunya harus menjalankan pemikirannya, perasaan, dan kehendak yang masyarakat sampaikan. Manusia juga harus senantiasa hidup dengan sesamanya dalam menyesuaikan dan menyeraskan diri dengan lingkungan-lingkungan tersebut agar bisa menyempurnakan dan memperluas sikap perilakunya agar tercapai kedamaian dengan lingkungannya. Sebenarnya masyarakat merupakan sistem yang cukup adaptif di segala lingkungan, dengan begitu masyarakat menjadi wadah pemenuhan berbagai kepentingan dan tentunya bisa bertahan hidup. Meski begitu, masyarakat sendiri harus memiliki hal pelbagai kebutuhan yang harus dimaksimalkan agar tetap seperti biasanya (Soekanto, 2014: 23). Semua itu tergantung perilaku masyarakat bagaimana mereka beradaptasi menyesuaikan keadaan, apabila cenderung perilaku hedon maka dampaknya akan kembali pada individu masing-masing.

Perilaku seperti ini cenderung terjadi dalam masyarakat adalah perilaku yang berlandaskan gaya hidup yang menganggap materi merupakan sesuatu yang

bisa mendapatkan kepuasan tersendiri, perilaku seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme. Perilaku konsumtif sendiri yaitu perlakuan membeli atau menggunakan barang tanpa mempertimbangkan hal tersebut rasional atau bukan berdasarkan kebutuhan.

Secara umum, perilaku konsumtif yaitu perilaku masyarakat yang melakukan kegiatan membeli dengan tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan adanya kemauan atau keinginan yang sudah mencapai taraf terlewat batas atau tidak rasional lagi. Dalam keinginan mengkonsumsi barang-barang tersebut sebenarnya masyarakat tidak terlalu membutuhkan barang tersebut karena adanya alasan mengikuti perkembangan zaman dan mencapai kepuasan maksimal. Dari aspek ekonomi, perilaku ini dapat menimbulkan pemborosan, lebih dominan pada kesenangan individu daripada prioritas kebutuhan dan menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman (Suyanto, 2017: 237).

Masyarakat dalam membeli barang atau jasa tersebut bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, namun hanya sekedar keinginan untuk memuaskan kesenangan yang didapat. Dalam keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli sesuatu yang padahal kegunaannya tidak penting. Diantara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan. Umumnya kebutuhan dapat bersifat naluriah sedangkan keinginan cenderung buatan, artinya terbentuk oleh lingkungan hidupnya, misalnya lingkungan keluarga atau lingkungan sosial lainnya.

Perilaku masyarakat bukan hanya ditentukan dari individu masing-masing, tetapi juga ditentukan oleh lingkungan tempat tinggal. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya perubahan yang dialami masyarakat kebanyakan berasal dari daerah perkotaan. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat konsumerisme. Perubahan hidup tersebut adalah perilaku hidup yang terjadi pada masyarakat yang bisa saja berasal dari daerah pedesaan. Dapat dilihat dari cara mereka berpakaian, tingkat konsumsi, hangout, sampai dunia malam.

Apalagi perilaku konsumtif sekarang sudah relevan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Hal ini bertujuan agar membuat diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan pastinya berbeda dengan kelompok lain. Berdasarkan empiris sendiri yang menjadi bandingan dengan realitas sosial, seseorang dapat memilih rangkaian tindakan dan penampilan mana yang menurutnya dirasa sesuai atau tidak sesuai untuk ditampilkan dengan ruang sosial. Orang yang sudah mengambil keputusan seperti ini bisa melakukan apa saja karena memiliki uang dari penghasilan yang didapat. Pemakaian uang ini dilakukan dengan aktivitas nyata seperti berbelanja di mall atau supermarket, dari aktivitas tersebut tentu memberi nilai tambah ketimbang berbelanja di toko biasa. Kreatifitas individu dalam perilaku tersebut masyarakat menggunakan efektivitas waktu untuk melakukan kegiatan yang bermanfaat atau sekedar untuk senang-senang (Sugihartati, 2018: 14).

Apalagi, perilaku konsumtif tidak melulu dari aktivitas *offline*. Seperti paparan di awal penjelasan, teknologi digital telah melahirkan banyak inovasi, apalagi skala *online* telah meranah luas ke seluruh kehidupan manusia. Hadirnya internet dalam dunia digital media *online* dapat dimanfaatkan secara kondusif baik dari segi komunikasi, bisnis, maupun pendidikan. Penggunaan internet semakin naik daun dan populer di kacamata para generasi muda ataupun seluruh masyarakat di penjuru dunia karena kini masyarakat sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan kecanggihan teknologi.

Namun yang menjadi sorotan masyarakat saat ini adalah penggunaan berbelanja *online* lewat aplikasi. Platform *online shop* ini menjadi penggunaan favorit masyarakat di seluruh dunia khususnya Indonesia karena mudah digunakan beserta akses yang dapat dicermati dengan mudah sesuai prosedur dari platform tersebut. Artinya lewat *online shop* ini kita tidak perlu memerlukan banyak tenaga sampai keluar rumah karena dengan sekali klik di ponsel kita atau komputer kita maka barang yang kita inginkan akan sampai dengan cepat ke rumah. Selain itu, berbelanja di *online shop* ini memiliki kelebihan tersendiri, diantaranya transaksi lebih mudah, potongan harga, hingga biaya penanganan barang dari toko tersebut.

Online shop adalah segmentasi yang di sajikan oleh internet dari segi inovasi dalam melakukan kegiatan berbelanja. Perilaku konsumtif masyarakat saat ini dalam penggunaan *online shop* mengalami peningkatan yang cukup tinggi terutama konsumsi dari produk fashion. Jelas bahwa faktor zaman modern saat ini menjadi daya tarik masyarakat mau mengikutinya karena tidak ingin tertinggal dengan yang lainnya. Perilaku konsumtif tersebut cenderung memiliki pola perilaku yang tinggi. Maka dari itu semakin maraknya produsen yang menjual beberapa produk melalui *online shop* terutama produk fashion yang lebih dominan karena tinjauannya akan lebih meningkatkan masyarakat untuk melakukan transaksi melalui *online shop* sesuai pemenuhan kebutuhannya (Thohiroh, 2015: 209).

Selain itu masyarakat berasumsi bahwa seseorang akan diterima di lingkungannya jika mereka mengikuti *lifestyle* saat ini sedang gencarnya *online shop* dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari. Dengan demikian perilaku konsumtif terhadap pemakaian *online shop* ini sudah merajalela di kehidupan masyarakat, karena barang yang ditawarkan dan teman di sekitarnya menjadi pengaruh besar dalam berperilaku konsumtif ini. Karena *online shop* merupakan cara belanja yang memudahkan masyarakat dalam membeli barang walau bentuk penawaran awal berada pada tampilannya saja. Dengan adanya perilaku seperti ini masyarakat semakin yakin dan menunjukkan eksistensinya kepada yang lain dan lingkungan sekitarnya bahwa mereka sama dan bisa berada diantara kelompoknya dengan gaya hidup yang sama. Adanya *online shop* ini, sekarang sudah menjadi sarana untuk mengikuti gaya hidup dan kebiasaan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.

Bagi masyarakat penampilan merupakan cara mereka menunjukkan jati diri, berkomunikasi dan juga menunjukkan mereka pantas berada dalam suatu kelompok tertentu. Perilaku seperti ini yang terus menerus dapat mengakibatkan masyarakat berperilaku konsumtif dengan memenuhi kebutuhan secara berlebihan atas dasar tertarik dengan produk yang ditawarkan atau bahkan masyarakat lainnya juga membeli barang secara online. Bahkan alasan masyarakat membeli

barang melalui platform *online shop* adalah karena mudah dan tidak membuat mereka bersusah payah pergi keluar rumah hanya ingin memenuhi kebutuhannya.

Sebagaimana masyarakat di daerah Cibaduyut, kebanyakan mereka sudah mengenal dunia digital semenjak datangnya globalisasi. Gaya hidup mereka sangat bergantung terhadap pola perkembangan zaman sekarang. Apalagi daerah yang dikenal sebagai industri sepatu terbaik ini kian meramai luas terdengar hingga negeri tetangga. Perilaku masyarakat saat ini, terutama di Cibaduyut kian mengikuti era modernisasi. Mengikuti tren zaman sekarang melalui media elektronik, dari televisi, maupun dari media sosial semua mereka aplikasikan di kehidupan sehari-hari.

Adanya kehidupan modernisasi, perilaku hidup mereka semakin berubah. Mereka bisa leluasa dalam melakukan suatu hal karena adanya gadget. Dan disitu mereka sangat ingin memiliki apa yang mereka lihat di media dan selalu mereka lakukan apapun caranya. Contohnya dalam kebutuhan fashion, mereka sangat ingin memiliki baju tersebut yang di desain oleh orang terkenal. Walaupun harganya lumayan fantastis tapi mereka rela menggelontorkan dana yang tidak sedikit untuk membeli barang tersebut agar bisa diterima di lingkungan masyarakat yang sudah mengikuti tren di zaman sekarang. Selain itu, sebagian masyarakat di Cibaduyut sudah hidup mewah. Kebanyakan masyarakat yang memiliki kehidupan mewah ini berasal dari kalangan pemilik modal dari ruko sepatu. Jadi sebagian hasil keuntungannya mereka habiskan untuk memenuhi kebutuhan tersier karena kebutuhan lainnya sandang ataupun pangan sudah dirasa lebih dari cukup.

Bagi masyarakat Cibaduyut, perilaku konsumtif seperti ini sudah menjadi suatu kebiasaan yang mendarah daging. Mereka melakukan seperti ini bukan alasan untuk konsumtifisme karena kembali ke statement awal, tidak mau tertinggal zaman. Komunikasi sangat mempengaruhi cara masyarakat melakukan suatu tindakan yang mereka jalani berdasarkan respon lawan bicara yang di dengar. Selain dari komunikasi yang memberikan pengaruh perilaku masyarakat menjadi konsumtif, industri produk pun menjadi perilaku konsumtif yang menjadi

keselarasan dalam perekonomian Cibaduyut. Dari perilaku konsumtif seperti ini masyarakat Cibaduyut mampu mengembangkan sektor industri dan perekonomian agar proses bisnis berjalan lancar.

Namun terkadang masyarakat Cibaduyut inkonsisten terhadap pengembangan tersebut karena mereka terlalu bergantung terhadap penggunaan teknologi digital ini, sehingga perilaku hidup mereka stagnan. Mereka terlalu konsumtif, sangat bergantung dengan yang namanya online. Kapan pun dimana pun online telah mewabah luas ke kehidupan masyarakat Cibaduyut. Hadirnya internet telah memberikan pengaruh besar terhadap masyarakat Cibaduyut, mereka begitu leluasa menggunakan teknologi digital ini. Karena *online shop* ini telah menciptakan sebuah integrasi yang tepat dalam teknologi perdagangan. Apalagi adanya fasilitas penunjang lainnya seperti laptop, smartphone, maupun media lainnya.

Terutama dari kalangan pemuda yang mempunyai sifat rasa ingin dan serba praktis dengan mengandalkan sistem online agar lebih instan dan tidak ribet. Alasannya pun terdengar lumrah di mata pendengar, yakni dari kualitas barangnya terjamin dan pengiriman yang mudah. Kadang-kadang mereka berperilaku konsumtif ini dalam tiap harinya dan dirasa kurang penting dalam memanfaatkan barang yang sudah dibeli. Dalam urusan fashion pun mereka tidak mau kalah, mereka membeli barangnya secara online padahal barang lokal pun tidak kalah bagusnya dengan barang yang impor atau produk luar.

Mereka tidak mau kalah dengan perkembangan zaman sekarang dan tidak mau tertinggal zaman. Karena mau tidak mau perilaku konsumtif seperti ini mereka tonjolkan agar lingkungan masyarakat dan sosial dapat diterima dengan baik. Lebih cenderung terhadap penampilan modis karena pemuda zaman sekarang ini kini lebih menyukai produk luar ketimbang produk lokal. Apalagi dengan hadirnya online mereka sangat bergantung terhadap layanan pembelian secara praktis tanpa adanya interaksi secara langsung. Karena skala pemakaian barang berbeda dengan kalangan lainnya. Usia remaja lebih mengedepankan

zaman kini ketimbang pemakaian barang ala kalangan dewasa yang mencoba mengatur keuangan.

Penggunaan *online shop* sendiri sangat mudah dilakukan, karena tidak harus orang yang mempunyai latar belakang di bidang IT, sebagian masyarakat Cibaduyut yang masih berdagang kebanyakan mempunyai riwayat pendidikan hanya sampai Sekolah Dasar maupun Sekolah Menengah Pertama bahkan ada yang putus sekolah sampai tidak tamat atau sederajat. Jadi, untuk meringankan beban perekonomian mereka mengedepankan usaha tambahan berbasis online. Dengan usaha *online shop* ini mereka bisa mengatur keuangan walau sebenarnya perilaku konsumtif mereka masih tinggi karena saat ini usaha *online shop* telah menjamur dan menjadi tren dikalangan masyarakat Cibaduyut. Mereka menggunakan berbagai platform *online shop* untuk dijadikan sebuah testimoni agar usaha yang mereka kembangkan semakin ramai dijumpai mulai dari Shopee, Tokopedia, hingga menggunakan website *online shop* sendiri.

Di zaman serba canggih seperti ini tidak perlu repot untuk pergi ke mall ataupun supermarket untuk belanja kebutuhan, karena sekarang sudah banyak yang menjual barang yang diperlukan via online atau buka toko lewat internet. Apalagi kalangan pemuda di Cibaduyut, mereka leluasa membeli barang apa saja yang mereka inginkan tanpa harus bepergian ke suatu toko untuk mendapatkan barang tersebut. Dengan datangnya *online shop* di kehidupan masyarakat Cibaduyut, masyarakat bisa melihat produk tersebut selama 24 jam penuh tanpa adanya batas waktu jam operasional toko. Jarak pun sudah tidak menjadi halangan lagi karena *online shop* bisa diakses dimana saja.

Banyaknya *online shop* pada jejaring sosial di setiap masyarakat Cibaduyut sudah menunjukkan terjadinya perilaku konsumtif pada mereka. Dengan melihat frekuensi seiring mereka menggunakan berbagai platform digital maka secara otomatis mereka akan melihat barang-barang di platform *online shop* yang membuat mereka semakin kepincut untuk melakukan hal yang sama lagi. Kalangan pedagang dulunya hanya memiliki ponsel untuk berkomunikasi atau masalah bisnis yang dilakukan secara tradisional. Kini, dengan ponsel mereka

dengan mudahnya berakses dagang secara online dengan penyebaran komoditas yang melimpah ruah hingga ke luar kota.

Mereka menganggap perilaku konsumtif seperti ini merupakan hal yang wajar dan jika tidak menggunakan *online shop* karena mereka masih memiliki koneksi antar sesama pedagang. Lain halnya dengan kalangan pemuda, bahkan sebelum ada *online shop* mereka hanya bisa membeli barang-barang yang mereka inginkan apabila mereka memiliki waktu senggang saja. Misalnya jika di hari libur mereka akan pergi ke pusat perbelanjaan ataupun ke tempat ritel lainnya dan melihat produk yang disukai lalu membelinya. Berbeda dengan sekarang, setiap saat mereka selalu melihat contoh barang-barang tersebut dalam gadget mereka sendiri.

Di dalam beberapa aplikasi jaringan sosial tersebut banyak *online shop* yang mudah mereka jumpai, misalnya pada Instagram, Line, Facebook, dan masih banyak aplikasi jaringan sosial yang membuat mereka semakin menguatkan diri terhadap penyediaan *online shop* di dalamnya. Keseringan melihat beberapa gambar produk yang ditawarkan di platform *online shop* inilah membuat tidak ada hentinya untuk mengurungkan niat mereka tertarik membeli produk tersebut.

Karena dari *online shop* ini sekali melakukan kegiatan berbelanja pasti ingin lagi dan lagi untuk melakukan hal yang sama. Berbelanja secara online dinilai lebih praktis, taktis, dan cepat untuk memperoleh barang-barang yang dibeli. Karena kepraktisan inilah masyarakat Cibaduyut semakin sulit mengendalikan diri dalam penggunaan platform *online shop*. Yang mana pada akhirnya masyarakat Cibaduyut berperilaku boros dalam pengeluaran, karena barang-barang yang masarakat beli di *online shop* juga merupakan barang-barang yang sudah dimiliki masyarakat sebelumnya, hanya saja berbeda model ataupun warna. Jelas menunjukkan perilaku konsumtif masyarakat Cibaduyut benar-benar terjadi baik dari kalangan pemuda atau remaja, pedagang, maupun pedagang lainnya tergantung konsumtifisme di kehidupan mereka.

Berdasarkan paparan diatas, penulis ingin melakukan penelitian lebih jauh tentang perilaku konsumtif masyarakat di daerah tersebut, yang penulis tuangkan dalam judul: **PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN *ONLINE SHOP*** (Penelitian pada Masyarakat Cibaduyut Dalam, Kelurahan Cibaduyut, Kota Bandung).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka penulis mendapatkan identifikasi masalah diantaranya:

1. Hadirnya *online shop* membuat masyarakat semakin tertarik dan beralih berbelanja online daripada belanja di toko biasa.
2. *Online shop* telah mempengaruhi masyarakat sehingga memiliki ketergantungan dan semakin konsumtif.

Maka penelitian ini memfokuskan pada permasalahan sosial ekonomi dalam kehidupan masyarakat Cibaduyut Dalam yang memiliki perilaku konsumtif dalam menggunakan *online shop*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut:

1. Apa yang menyebabkan masyarakat Cibaduyut Dalam memiliki perilaku konsumtif terhadap penggunaan *online shop*?
2. Bagaimana dampak yang dirasakan masyarakat Cibaduyut Dalam terhadap perilaku konsumtif dalam penggunaan *online shop*?
3. Bagaimana solusi agar masyarakat Cibaduyut Dalam tidak berperilaku konsumtif berlebihan terhadap penggunaan *online shop*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku masyarakat Cibaduyut terhadap penggunaan *online shop*. Adapun tujuan khususnya dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sebab masyarakat Cibaduyut memiliki perilaku konsumtif terhadap penggunaan *online shop*.
2. Untuk mengetahui dampak yang dirasakan masyarakat Cibaduyut terhadap perilaku konsumtif penggunaan *online shop*.
3. Untuk mengetahui solusi agar masyarakat Cibaduyut tidak berperilaku konsumtif berlebihan terhadap *online shop*.

1.5 Manfaat Hasil Penelitian

Ada beberapa hal yang dipandang bermanfaat baik secara akademis maupun praktis, dengan mengangkat penelitian ini, diantaranya:

1. *Kegunaan Akademis (Teoritis)*

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta dapat memperkaya khazanah pengetahuan di bidang sosial dan ekonomi. Terutama kehidupan masyarakat yang berpola hidup konsumtif secara berlebihan terhadap penggunaan *online shop* dengan kajian perilaku konsumtif sebagai bagian dari teori pilihan rasional. Selain itu, kegunaan ini menjadi pengetahuan dasar tentang masyarakat yang memiliki perilaku hidup yang berlebihan dan bergantung dengan satu cara.

2. *Kegunaan Praktis*

Secara praktis, penelitian ini berguna bagi pengambil kebijakan seperti tokoh masyarakat, kepala desa, serta pelaku usaha dalam menganalisa perilaku konsumtif terhadap *online shop* ini. Masyarakat kini lebih cenderung menggunakan gadget sebagai prioritas utama dalam segi perekonomian dan bisnis. Sayangnya, kecanduan seperti ini menjadikan perilaku masyarakat secara konsumtif dengan memilih dan membeli

kebutuhan sehari-hari tanpa melihat kegunaan barang tersebut. Dengan mengangkat penelitian ini, maka diharapkan masyarakat tersadari akan penggunaan *online shop* ada batasnya jika terus menerus dikonsumsi, tidak perlu berlebihan dan pemborosan biaya.

1.6 Kerangka Berpikir

Perilaku hidup didefinisikan cara bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan kegiatan dari apa yang dianggap penting dalam ketertarikan lingkungannya, serta dari apa yang mereka pikirkan tentang diri sendiri terhadap lingkungannya. Perilaku hidup pada hakikatnya adalah seseorang melakukan kegiatan menghabiskan waktu dan tenaga. Setiap individu seseorang berbeda pengakuan, ada yang senang mencari hiburan bersama teman-temannya, kegiatan skala dinamis, mencari keuntungan menghasilkan rupiah dan ikut kegiatan keagamaan. Perilaku hidup juga dapat mempengaruhi pola pikir seseorang yang pada akhirnya terjadi keinginan sifat konsumsi seseorang. Dan itu dibuktikan dengan cara hidup yang mempresentasikan bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka dengan apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya serta dari apa yang dipikirkan tentang dirinya dan di dalam lingkungan sekitarnya (Sugihartati, 2017: 106).

Dari perilaku hidup seseorang akan berdampak terhadap ketergantungan terhadap sesuatu. Adanya perilaku hidup di masyarakat menciptakan bentuk realita kehidupan yang normatif dimana setiap individu membuat sebuah tindakan terhadap individu lainnya yang berujung terhadap perilaku sosial. Hal ini sangat terlihat bahwa perilaku sosial dalam masyarakat mempunyai karakteristik tertentu dengan bentuk realita masyarakat yang sistematis, evolusioner, idealistik, dan orientasi keseimbangan. Dalam perilaku sosial ini memberikan sebuah gambaran bagaimana reaksi masyarakat bahkan dari hal terkecil individu memberikan sebuah interaksi sosial yang netral sebagai fondasi langkah dalam melakukan tindakan. Lebih tepatnya, seseorang memulai awal untuk berpikir dan menghasilkan tindakan sesuatu sebagai hubungan sosial. Dalam perilaku sosial,

masyarakat digambarkan sebagai relevansi terkait nilai dengan proses langsung dengan sosialisasi dan interaksi (Kinloch, 2009: 137-139).

Perspektif perilaku sosial yang terjadi di kehidupan masyarakat melakukan mekanisme proses mental dan juga perilaku individu yang memiliki peran sebagai penyelesaian dari perilaku sosial tersebut. Respon dari beberapa ahli menyebutkan bahwa perilaku sosial memberikan sebuah stimulus ke dalam unit lingkungan manusia beserta perilakunya yang nanti akan memberikan tanggapan tertentu bisa komunikasi satu sama lain (Mustafa, 2012: 50).

Perilaku sosial dalam masyarakat terjadi ketika dimulainya tindakan yang dilakukan terhadap objek atau fokus kepada sesuatu yang bernilai penting dan fungsional sehingga akan menular ke satu individu ke individu lainnya. Faktor utama yang menjadikan adanya perilaku sosial adalah sesuatu yang harus dilakukan berdasarkan apa yang dilihat seseorang yang nantinya akan dilakukan dengan seksama. Setelah melakukan respon terhadap perilaku tersebut akan bergantung bagaimana seseorang menerima hasil dan feedback terhadap objek yang tadi dia lakukan.

Pastinya perilaku sosial dipengaruhi oleh perkembangan zaman. Salah satunya arus digitalisasi membuat masyarakat mau tidak mau harus menerima pesatnya teknologi yang sudah semakin maju dan canggih. Jika perkembangan digitalisasi ini dapat dipelajari dengan baik oleh masyarakat maka akan semakin mudah mengelola manfaat dari datangnya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang sudah semakin pesat. Salah satu sarana dari perkembangan digitalisasi adalah hadirnya sebuah platform belanja berbasis online yang memudahkan masyarakat di kehidupan sehari-hari. *Online shop* sudah ada dan menjamur di kehidupan masyarakat.

Dalam hal ini *online shop* bukan hanya sebagai pilihan dalam melakukan kegiatan berbelanja, tetapi sudah dianggap budaya yang menciptakan adanya perubahan sosial budaya dalam kehidupan masyarakat. Dengan hadirnya *online shop* masyarakat bisa leluasa melakukan apa saja untuk melihat produk-

produk yang ada di video atau berupa foto produk yang sudah terpampang di gadget masing-masing. Di toko virtual ini mengubah sebuah paradigma yang dimana kegiatan membeli produk dan jasa sudah menjadi opsi yang fleksibel mengingat kegiatan berbelanja dibatasi toko atau supermarket.

Pesatnya teknologi informasi di era digitalisasi ini lama kelamaan akan mengakibatkan perilaku masyarakat yang konsumtif terhadap pergeseran budaya. Internet sudah menjadi sarapan masyarakat yang menjadi kebutuhan akses informasi. Belanja di *online shop* menjadi peminat masyarakat sebagian besar karena dianggap memberikan kemudahan untuk mendapatkan produk atau barang yang diinginkan dengan hanya melakukan pemesanan bayar dengan opsi pembayaran tunai atau nontunai hal ini mudah untuk dilakukan oleh seluruh elemen masyarakat (Khairunnisa, 2014: 223).

Perilaku konsumtif berbelanja di toko virtual ini lebih cenderung terhadap bagaimana perilaku seseorang yang membeli dan memiliki barang secara irasional tanpa melihat pertimbangan yang dihadapi masyarakat, apakah lebih mengutamakan kebutuhan atau keinginan. Lebih jelas lagi, adanya perilaku seperti ini tidak didasarkan pada pertimbangan yang diterima akal dan logika. Mereka lebih memilih membeli produk dengan unsur *matrealistik* ketimbang kebutuhan primer yang menjadi utama dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu adanya keinginan lain pada taraf yang irasional menjadi acuan bahwa keinginan lebih diutamakan daripada kegunaan yang biasa di terima di kehidupan sehari-hari (Wahyuni dkk, 2019: 549).

Berbelanja menjadi cerminan masyarakat dari gaya hidup yang menjadi bagian rekreasi terhadap suatu kalangan sosial tertentu. Karena banyaknya masyarakat sangat mudah dipengaruhi dengan apa yang mereka lihat karena tren saat ini sehingga membuat seseorang lama kelamaan berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif di kehidupan masyarakat lebih banyak dipakai dalam aspek biaya, waktu, dan tenaga yang berlebihan dan destruktif. Dengan begitu, perilaku konsumtif sudah menjadi sebuah pandangan hidup, gaya hidup, ajaran, sikap atau falsafah hidup yang memakai, mengonsumsi, menggunakan, menghabiskan

sesuatu yang berlebihan, dan memboroskan sesuatu yang tidak penting. Artinya perilaku konsumtif dapat dibidang sebagai pemborosan, pengambilan tindakan, mendapatkan, bahkan memakai uang untuk sesuatu yang menjadi prioritas utama dan sebatas keinginan belaka. Membeli dan mengkonsumsi barang tanpa atas batasan pertimbangan logika dan rasional pikiran dengan alasan yang timbul cemas apabila barang yang diinginkan tidak dipenuhi. Apalagi dengan hadirnya *online shop*, apapun serba mudah membuat kecanduan terhadap canggihnya teknologi yang tidak perlu menguras tenaga dan waktu. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam gambar kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual



1.7 Permasalahan Utama

Online shop merupakan platform belanja berbasis digital yang memiliki kemudahan dan akses dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli yang ada di kehidupan masyarakat. Dalam platform ini memiliki beberapa keuntungan, diantaranya proses transaksi yang praktis. Jadi masyarakat tidak perlu meluangkan tenaga dan waktu ketika melakukan proses berbelanja. Sebelum ada *online shop*, masyarakat lebih cenderung berbelanja secara manual seperti di mall, ritel usaha, bahkan pasar yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat. Kini hadirnya *online shop* semua kebutuhan bisa ditampung dengan jenis kebutuhan yang diinginkan masyarakat global dan bisa memilih kebutuhan secara praktis.

Tidak semua bertransaksi di *online shop* bisa menguntungkan masyarakat. Sayangnya, masyarakat lebih cenderung berbelanja secara instan tanpa melakukan proses berbelanja secara fisik (transaksi tunai). Hal ini membuat masyarakat merasa ketagihan dan melakukan kembali berbelanja atau menjual barangnya secara online. Alasannya adalah praktis dan mudah diakses kapan saja. Selain itu adanya keuntungan voucher dan diskon khusus membuat pengeluaran jadi lebih baik dan terus menerus melakukannya lagi walaupun esensi dari barang tersebut lebih ke arah keinginan masyarakat bukan ke arah kebutuhan. Memang *online shop* menguntungkan, apabila pemakaiannya berlebihan maka dikatakan seseorang memiliki sifat hedon (boros) dengan dalih ingin menyesuaikan lingkungannya yang sudah terarus digitalisasi. Padahal ada sisi kelemahan yang mungkin sudah disadari oleh sebagian masyarakat, mulai barangnya tidak sesuai dengan gambar produknya, estimasi pengiriman yang lambat, hingga terjadi penipuan lewat platform belanja digital ini.

Begitu juga yang dihadapi oleh masyarakat Cibaduyut saat ini. Kebanyakan dari mereka sudah bisa menggunakan gadget, jadi mereka bisa mengakses dan mendapatkan informasi apa saja lewat beberapa platform dan media sosial pendukung untuk komunikasi termasuk *online shop*. Sebagian dari mereka sudah terbiasa melakukan perilaku konsumtif ini karena seiring jalannya waktu perubahan sosial yang terjadi di lingkungan mereka sudah *up to date* tanpa

melihat nilai kegunaan barang sebagai kebutuhan dan atas dasar keinginan. Harusnya perilaku konsumtif seperti ini harus dikurangi karena dapat mempengaruhi mental seseorang terhadap situasi sekitar. Masyarakat Cibaduyut mestinya bisa menahan diri agar mau menerima dan mengurangi perilaku konsumtif ini serta menghemat pengeluaran sesuai kebutuhan. Karena sesempurna apapun platform ada kekurangan, termasuk *online shop* yang rentan terhadap kualitas barang sampai adanya penipuan yang memanfaatkan situasi dengan modus belanja digital.

1.8 Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu adanya dasar dan teori-teori atau temuan-temuan merupakan hal yang sangat dibutuhkan dan bisa dijadikan sumber atau rujukan pendukung. Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan perilaku konsumtif masyarakat terhadap *online shop* sebagai berikut:

Tabel 1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Tujuan
1	Pengaruh Belanja <i>Online Shop</i> di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul	Desti Rohini (2018) Sosiologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Tujuan penelitian tersebut adalah untuk menjelaskan bagaimana pengaruh belanja online di media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMA Muhammadiyah Imogiri serta menjelaskan faktor apa saja yang

			menjadi pengaruh siswa-siswi SMA Muhammadiyah Imogiri berperilaku konsumtif (Rohini, 2018: 8)
2	Pengaruh <i>Online Shop</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang	Eni Nuraeni (2019) Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang	Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk memahami seberapa besar sistem transaksi pembelian di <i>online shop</i> terhadap pengaruh kualitas informasi. Serta memahami pengaruh kemudahan, harga, dan kualitas produk dalam transaksi pembelian di <i>online shop</i> (Nuraeni, 2019: 5).
3	Perubahan Gaya Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pondok Pesantren Mahasiswa Universal Al-Islami Pengguna <i>Online Shop</i>)	Moh. Luqni Maulana Albi (2018) Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk memahami bagaimana pola mahasiswa santri

	Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung)		ponpes Universal melakukan kegiatan belanja di online shop serta dampak yang ditimbulkan terhadap gaya hidup konsumtif mereka terhadap <i>online shop</i> (Albi, 2018: 10).
4	Pengaruh <i>Online Shop</i> Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan	Daniella Putri Islamy (2015) Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Tujuan dari penelitian tersebut adalah memahami pengaruh dan faktor media sosial instagram terhadap online shop pada perilaku siswa-siswi SMP Islam Cikal Harapan I BSD (Islamy, 2015: 7)
5	Perilaku Konsumtif Melalui <i>Online Shopping Fashion</i> Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta	Anisa Qadaril Thohiroh (2015) Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta	Tujuan dari penelitian tersebut adalah memahami dinamika bagaimana mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah

			Surakarta bisa berperilaku konsumtif terhadap penggunaan <i>online shopping fashion</i> (Thohiroh, 2015: 8).
--	--	--	--

Setelah peneliti membaca kelima penelitian tersebut bahwasannya terdapat persamaan dari kelima penelitian tersebut yakni pengaruh dan faktor utama yang menjadikan elemen masyarakat berperilaku konsumtif terhadap penggunaan *online shop*, mulai dari cara pembelannya, iklan, pengaruh dari teman, serta mengikuti arus zaman globalisasi dan digitalisasi. Kemudian para peneliti terdahulu tersebut pun memiliki pendekatan yang sama dalam melakukan penelitian, dimana mereka menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sistem variabel yang lebih konkrit dan didukung dengan hipotesa yang jelas.

Sedangkan adapun perbedaan dari kelima penelitian tersebut adalah beberapa objek penelitian berbeda yang peneliti lakukan. Pada penelitian terdahulu pertama, peneliti mengambil siswa-siswi SMA Muhammadiyah Imogiri sebagai objek penelitian tersebut karena di usia remaja seperti mereka sudah bisa mengenal platform belanja berbasis online yang digadang-gadang memudahkan segala belanja kebutuhan. Dari penelitian terdahulu kedua, peneliti mengambil civitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai objek penelitian karena didasari faktor kebutuhan kampus dan banyaknya mahasiswa perantau. Dari penelitian terdahulu ketiga, peneliti mengambil santri ponpes Universal Al-Islami sebagai objek penelitian karena platform *online shop* akan memudahkan untuk membeli sesuatu apalagi kebutuhan primer. Dari penelitian terdahulu keempat, peneliti mengambil siswa-siswi SMP Islam Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai sebagai objek penelitian karena didukung faktor sekolah yang mengedepankan sistem yang berbasis serba digital sehingga penggunaannya bisa meluas ke berbagai aspek, termasuk platform *online shop* tersebut. Dari penelitian

terdahulu kelima, peneliti mengambil mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta sebagai objek penelitiannya karena dari kalangan hawa merasa style fashion sangat dibutuhkan untuk mempercantik diri dan pastinya mudah didapatkan dengan praktis lewat online shopping serta dalam penelitian ini peneliti juga memberikan gambaran dinamika bagaimana mahasiswi-mahasiswi tersebut memiliki ketertarikan dalam berbelanja online tanpa harus menguras tenaga dan biaya.

