

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan, akan membahas secara rinci latar belakang mengenai dampak *online shop* (fenomena HARBOLNAS) terhadap gaya hidup konsumtif remaja di Kecamatan Lembang. Kemudian peneliti memaparkan apa saja yang menjadi fokus dalam pertanyaan penelitian untuk merinci rumusan masalah yang akan diteliti, serta menjelaskan tujuan dan manfaat dari permasalahan yang akan peneliti kaji secara mendalam. Pada bagian akhir pendahuluan, peneliti menjelaskan bagaimana struktur organisasi skripsi yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai syarat untuk memenuhi tugas akhir peneliti.

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Arus perkembangan teknologi dan informasi yang semakin maju dan pesat membuat kalangan di masyarakat akan terbuka dengan sebuah perubahan. Berbagai macam *trend* pakaian (*fashion*), kuliner serta *gadget* bermunculan di negara kita dan sebagian besar masyarakat kita hanyalah seorang konsumen. Bahkan mengikuti setiap perubahan *trend fashion* yang baru merupakan sebuah gaya hidup yang kemudian diminati oleh masyarakat.

Kecenderungan untuk mengikuti setiap perubahan *trend fashion* atau informasi dan teknologi baru yang bermunculan akan membentuk gaya hidup yang konsumtif Mangkunegara (2002, hlm. 3) mengemukakan bahwa:

Perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Berbeda dengan pendapat Soebiyakto (1988, hlm.17) “Perilaku konsumtif adalah seringnya konsumen membeli suatu barang atau produk demi sebuah pengakuan, dimana secara nyata bahwa produk tersebut tidak dibutuhkan”. Biasanya gaya hidup yang konsumtif ini cenderung merambah pada kaum remaja. Tidak terkecuali remaja di Lembang. Hal ini didukung dengan dimudahkannya untuk membeli suatu produk *online shop* yang semakin menjamur. Dengan

dimudahkannya pembelian produk secara *online*, membuat para remaja di Lembang membeli barang secara berlebihan. Hal ini merupakan suatu masalah yang harus dikaji.

Para remaja mempunyai kecenderungan untuk mencari ataupun menunjukkan jati diri serta eksistensi dirinya kepada lingkungan dimana ia berada. Karena hal itu para remaja senantiasa melakukan hal yang apapun yang bisa membuat jati dirinya lebih diperlihatkan ketika dibandingkan dengan remaja lainnya, walaupun hal itu berdampak pada gaya hidup konsumtif. Sebenarnya gaya hidup konsumtif pada remaja ini masih bisa diterima sepanjang gaya hidup konsumtif masih dalam batas kewajaran. Hal ini tidak akan menjadi masalah ketika didukung oleh kematangan finansial yang mumpuni, yang akan menjadi masalah adalah ketika perilaku konsumtif ini dilakukan secara berlebihan dan dilakukan secara terus-menerus.

Sudah menjadi rahasia umum dan tidak asing lagi gaya berpakaian para selebriti ataupun selebgram di media sosial menjadi acuan bagi sebagian remaja masa kini, khususnya remaja Lembang ketika berpakaian dimanapun dan kapanpun. Sering sekali para selebriti atau *public figure* berpakaian dengan menampilkan model ter-*update*. Bahkan terkadang teman juga dapat mendorong untuk sama-sama mengikuti serta termotivasi mengikuti dari beberapa *trend fashion* terkini. Hal tersebutlah yang dapat memberikan dampak bagi remaja khususnya di Lembang. Remaja yang masih mencari jati diri selalu ingin mengikuti pada perkembangan jaman yang terus berkembang.

Menteri Sosial berpendapat:



(Sumber: *Tempo.com*, 2017)

Tuturnya, maraknya dan semakin berkembangnya layanan masyarakat untuk berbelanja *online* bisa menyumbang dalam tekanan sifat konsumtif di masyarakat terutama menasar pada kaum perempuan. Beragamnya barang serta produk yang menarik dipasarkan dan ditawarkan kepada para pengguna, praktisnya ketika memilih barang atau produk dan mudahnya ketika bertransaksi, sampai kepada proses pengiriman produk dalam waktu yang sangat cepat hal ini bisa membentuk perilaku dalam perubahan gaya hidup “gila belanja” semakin menjadi-jadi. Bisa dikatakan *online shop* telah membentuk gaya hidup baru bagi para remaja.

“Banyak sekali para remaja khususnya perempuan ketika membeli barang tidak berdasarkan kebutuhan, tapi hanya sekedar untuk mengikuti gengsi dan gaya hidup yang mewah,” tuturnya (Khofifah, dalam *Tempo.com*).

Rohimat Nurul Huda, 2019

DAMPAK *ONLINE SHOP* (FENOMENA HARBOLNAS) TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF REMAJA DI KECAMATAN LEMBANG KABUPATEN BANDUNG BARAT JAWA BARAT  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan fenomena serta penjelasan yang telah dipaparkan diatas, akan membuat umumnya bagi para remaja di Lembang selalu termotivasi untuk berbelanja, yang didominasi dalam bidang *fashion* ataupun produk atau barang lainnya. Para remaja tersebut seolah tidak peduli dengan produk atau barang yang sebelumnya belum pernah dilihat sama sekali. Hal tersebut mendorong para remaja di Lembang yang mengikuti alur mode *fashion* menjadi para pecandu ketika berbelanja. Pada dasarnya remaja tersebut ketika membeli suatu barang bukan merupakan suatu kebutuhan, para remaja ini lebih didorong berdasarkan keinginan saja dan ingin terlihat mengikuti trend untuk mengikuti jaman.

Ketika diteliti lebih jauh lagi, produk ataupun barang yang telah dibeli remaja ini belum seutuhnya dibutuhkan, banyak sekali dari para remaja hanya ingin mengikuti mode dan *trend*, adanya promosi dengan pengaruh konvergensi media serta agar terlihat glamor dan bisa dilihat tidak ketinggalan zaman para remaja ini mengumpulkan produk atau fashion yang bisa dikatakan kekinian. Hal ini tidak jarang selalu membentuk salahsatu perubahan, yang awalnya remaja ini tampil apa adanya ketika mengkonsumsi suatu produk atau barang, ketika adanya teknologi *online shop* para remaja di Lembang menjadi konsumtif dan menjadi gaya hidup mereka.

Siti Partini (1989) memaparkan bahwa adanya perubahan perilaku ini disebabkan oleh beberapa faktor yakni faktor eksternal merupakan faktor yang lahir di luar individu bisa disebut datang dari sebuah lingkungan, faktor selanjutnya adalah faktor internal yakni faktor yang muncul langsung dari kehidupan diri individu tersebut, kemampuan untuk menganalisis atau memilah faktor yang hadir dari luar individu termasuk adanya perhatian dan minat.

Sedangkan menurut Suyanto (2017) menjelaskan bahwa:

Gaya hidup (*life style*) berbeda dengan cara hidup (*way of life*). Cara hidup ditampilkan dengan adanya ciri-ciri, seperti norma, spiritual, pola-pola tatanan sosial, dan mungkin juga suatu komunitas dialek atau cara berbicara yang khas. Sementara itu, gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang ia konsumsi, dan bagaimana ia bersikap atau berperilaku ketika ada di hadapan orang lain.

Gaya hidup konsumtif sendiri sering diartikan sebagai sebuah perilaku seorang konsumen yang dalam bertransaksi atau ketika mengkonsumsi pada

barang atau produk akan lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan atau bisa disebut tidak rasional. Jika gaya hidup seperti ini terus ada dalam diri individu maka hal ini memudahkan dalam pembentukan gaya hidup baru khususnya para remaja, lebih jauh dapat merugikan bagi diri individu sendiri. “Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang bisa menggambarkan sebuah pilihan seseorang bagaimana ia mengalokasikan uang dan waktunya” (dalam Suwarman, 2011).

Ditawarkannya kepraktisan ketika berbelanja dengan banyaknya jenis barang dan produk ketika memilih, harga yang terjangkau dan adanya jasa yang disuguhkan lebih mudah dalam *online shop*, mendorong para remaja di Lembang menjadikannya sebuah alternatif tempat berbelanja yang baru selain berbelanja di *mall* atau pasar. Hal ini membuat para pelaku usaha yang menggunakan teknologi *online shop* melakukan dobrakan ketika akan menawarkan produk atau barangnya agar para konsumen terpikat.

Dengan berkembangnya eradigital saat ini teknologi serta informasi atau disering disebut dengan IT bisa dikatakan cepat dalam sebuah kemajuan. Adanya teknologi seperti ponsel atau *gadget/handpone* dalam berinteraksi serta penyebaran informasi sangatlah mudah, dalam hal tersebut para remaja sudah mahir dalam penggunaannya. *Handphone* bukan hanya sekedar mengirim pesan singkat ataupun menelpon saja jauh dari itu adanya internet hal tersebut menjadi alternatif bagi para remaja untuk memperoleh informasi yang lebih luas.

Sebelum adanya internet, pelaku usaha *online* melakukan transaksi masih secara tradisional. Dimulai dengan berbelanja, membeli bahkan sampai melakukan lelang dilaksanakan secara bertatap langsung. Seperti yang dilakukan para pembeli ketika membeli suatu barang langsung dari toko dan terlihat nampak dengan nyata (langsung) sehingga terjadinya tatap muka antara pembeli dan pedagang. Dalam melakukan transaksi, proses pembelian serta strategi dalam perdagangan untuk menarik konsumen akan terlihat dengan biasanya. Tetapi, karena adanya teknologi internet terbentuklah perkembangan teknologi dalam perdagangan ataupun pemasaran dengan sebuah teknologi dengan cara *online* yang terkoneksi dengan adanya *system*, yang umumnya biasadisebut dengan

aplikasi *online shop*. Dari mulai anak-anak, remaja sampai dewasa mengetahui aplikasi *online shop* hal ini didukung dengan fasilitas yang dapat menunjang seperti ponsel atau *handphone/hp*.

Hasil survei yang bekerja sama dengan Teknopreneur mengemukakan, jumlah penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 meningkat menjadi 54,7 persen atau setara 143,26 juta jiwa dari total populasi masyarakat yang ada di republik ini. Hal ini menggambarkan bahwa adanya perubahan masyarakat Indonesia yang sudah berkembang dan beralih ke arah modern yang sebelumnya masih tradisional. Setelah melihat data dan informasi diatas, teknologi dalam aplikasi *online shop* ini tidak menutup kemungkinan dalam beberapa tahun kedepan akan terus berkembang, pengguna teknologi internet di Indonesia akan terus bertambah seiring berjalannya waktu tidak hanya di Indonesia, namun akan mengarah ke Negara lainnya. Untuk itu, para penggiat ekonomi saat ini mulai dan gencar untuk berkolaborasi dan beradaptasi dengan adanya teknologi internet supaya kegiatan dalam ekonomi bisa terus berjalan serta maju tanpa adanya halangan oleh tempat dan waktu.

*Online shop* sangat praktis untuk digunakan, karena tidak hanya untuk individu yang memiliki kemampuan di bidang informasi dan teknologi, tidak jarang berasal dari latar belakang pelajar atau mahasiswa atau bahkan ibu rumah tangga serta orang yang bekerja kantoran, memanfaatkan aplikasi *online shop* untuk usaha sampingan. Para pelaku usaha *online* atau toko *online* yang biasa sering disebut dengan *online shop* pada saat ini terus menyebar serta terkenal dikalangan dunia maya khususnya dikalangan remaja. Beragam cerita serta kemenarikan toko *online* dan banyaknya testimoni toko *online* pun selalu disajikan untuk memikat para pelanggan. Di Indonesia sendiri sudah banyak yang menggunakan dengan sistem belanja *online*, contohnya adalah Shopee, lazada, serta masih banyak para pelaku usaha membuka toko *online* dengan memasarkan produk dan barangnya secara *online* (Masvurina, 2018).

Di era teknologi yang serba canggih pada saat ini konsumen dimudahkan untuk tidak usah pergi ke *mall* hanya sekedar untuk membeli barang kebutuhan dan diinginkan, karena sudah bisa dijumpai dengan mudah para penjual yang

memasarkan barangnya melalui *online shop*. Adanya aplikasi *online shop*, konsumen disuguhkan barang serta produk tanpa ada batas jam alias *nonstop* 24 jam. Jarak sudah bukan menjadi sebuah halangan untuk bisa berbelanja karena *online shop* dapat diakses serta digunakan dimana saja. Tetapi hal itu bukan berarti *online shop* tidak memiliki dampak, resiko serta ancaman yang dapat merugikan berbagai pihak. Sering sekali kasus dari mulai tindak kriminal atau hal yang bisa merugikan yang disebabkan dari *online shop*, seperti penipuan, peretasan saat transfer, kerusakan barang dan lain sebagainya. Dengan banyaknya resiko yang telah disebutkan, seharusnya konsumen atau pembeli bisa lebih waspada dan hati-hati ketika bertransaksi secara *online*.

Data dan survei menunjukkan bahwa pertumbuhan pasar *online* akan terus mengalami kenaikan serta kemajuan yang pesat. Dengan bertambahnya golongan kelas menengah, orang-orang tidak akan ragu untuk mengkonsumsi uang mereka untuk membeli berbagai macam barang atau produk yang mereka inginkan walaupun tidak dibutuhkan. Tetapi walaupun memiliki potensi yang besar, tetap ada beberapa masalah yang menjadi penghambat pertumbuhan atau resiko berupa kerugian terhadap konsumen saat melakukan transaksi belanja *online*. Sehingga dapat menimbulkan faktor serta dampak yang bisa mempengaruhi gaya hidup konsumen terhadap *online shop*.

Disamping itu pengusaha-pengusaha *online shop* memiliki gaya pasar yang bisa memikat para pelanggan untuk bisa menjangkau seluruh lapisan di masyarakat. Salah satunya adalah Hari Belanja *Online* Nasional, atau sering disebut dengan HARBOLNAS. Fenomena ini merupakan agenda tahunan yang diselenggarakan oleh *online shop*, dengan membuka berbagai diskon agar konsumen bisa tertarik dengan barang-barang yang ditawarkannya. Ditunjang dengan berbagai iklan yang masuk ke media sosial menjadi mempermudah konsumen untuk bisa tertarik dengan promo ataupun pemasaran yang ditawarkan.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang di teliti oleh Rifa Dwi Styaning Anugrahati dan Grendi Hendrastomo berjudul "*Gaya Hidup Shopaholic sebagai Bentuk perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*" Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *shopaholic* dapat diartikan

sebagai sebuah kecenderungan untuk berbelanja secara kompulsif dengan frekuensi yang cukup tinggi. Dalam penelitian ini peneliti mempunyai originalitas pada fenomena HARBOLNAS yang berhasil mempengaruhi pada pasar *online*.

Fenomena HARBOLNAS ini dilakukan untuk memikat para pelanggan dengan *system kooperatif* yakni kerjasama dengan perusahaan-perusahaan *online* lainnya. Sehingga para konsumen dapat memilih dengan produk-produk pilihan yang lebih banyak. Hasil analisa penulis bahwa hal ini menjadi fenomena menarik untuk dikaji bagaimana HARBOLNAS bisa menjadi daya konsumtif masal untuk para remaja. Untuk itu dalam penelitian ini, ada beberapa sub yang menyangkut pada fenomena HARBOLNAS (Hari Belanja *Online* Nasional).

Akan tetapi dalam setiap perkembangan atau kemajuan sebuah teknologi sedikitnya akan menimbulkan dampak. Dibalik kemudahan dalam membeli sebuah barang, sedikit banyaknya akan mendapatkan resiko. Banyak kasus-kasus tindak kriminal serta hal yang bisa merugikan yang berasal dari *online shop*, seperti peretasan saat transfer, penipuan, sampai kerusakan barang dan lain sebagainya. Jauh dari itu dampak yang ditimbulkan dari *online shop* yakni berubahnya gaya hidup remaja khususnya di Lembang. Dengan adanya HARBOLNAS remaja di Lembang menjadi semakin konsumtif ketika berbelanja. Hal ini karena barang yang ditawarkan dalam HARBOLNAS mempunyai diskon yang berbeda pada umumnya, atau bisa dikatakan semua barang atau produk murah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya serta melihat beberapa fenomena yang telah dilihat, dianalisis serta dicerna tentang bagaimana dampak yang ditimbulkan dari *online shop*. Melihat data lapangan yang mempunyai latar belakang remaja yang berbeda serta pengalaman pada daerah Lembang. Hal inilah yang memotivasi peneliti untuk mengkaji lebih jauh bagaimanakah Dampak *Online Shop* (Fenomena HARBOLNAS) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian



Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pokok penelitian ini yaitu: “Bagaimana Dampak *Online Shop* Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Kecamatan Lembang?” Guna tercapainya tujuan sebuah penelitian serta penelitian yang akan dikaji ini lebih terarah dan terfokus pada pokok permasalahan, maka masalah pokok tersebut penulis jabarkan dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *online shop* dikalangan remaja di Kecamatan Lembang?
2. Faktor apa yang menyebabkan para remaja di Kecamatan Lembang melakukan pembelian melalui *online shop*?
3. Bagaimana dampak dari maraknya *online shop* terhadap perubahan gaya hidup konsumtif remaja di Kecamatan Lembang?

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Secara umum, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mendapatkan gambaran serta mendapatkan informasi mengenai Dampak Teknologi *Online Shop* Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Kecamatan Lembang.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Adapun secara khusus, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Menggali dan mendeskripsikan gambaran *online shop* dikalangan remaja di Kecamatan Lembang.
- b. Menggali dan mendeskripsikan faktor yang menyebabkan para remaja di Kecamatan Lembang melakukan pembelian melalui *online shop*.
- c. Menggali dan mendeskripsikan dampak dari maraknya *online shop* terhadap perubahan gaya hidup konsumtif remaja di Kecamatan Lembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah kajian yang spesifik mengenai Dampak Teknologi *Online Shop* Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Kecamatan Lembang dan bisa berguna bagi pihak-pihak terkait dan yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan sosial khususnya dalam bidang ilmu sosiologi yakni untuk pendidikan sosiologi dalam mata kuliah perubahan sosial yang berkaitan dengan pola perilaku remaja dalam penggunaan internet yang difokuskan pada penggunaan teknologi *online shop* terhadap gaya hidup konsumtif.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Memberikan informasi khususnya kepada mahasiswa dan umumnya kepada masyarakat dan remaja mengenai gambaran Dampak *Online Shop* (Fenomena HARBOLNAS) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Kecamatan Lembang. Memberikan pelajaran kepada pembaca dampak dari penggunaan *online shop*.
- b. Menambah kajian keilmuan bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi yang dituangkan dalam penelitian skripsi yang akan mengkaji Dampak *Online Shop* Terhadap Gaya Hidup Konsumtif khususnya bagi para remaja pengguna teknologi media sosial atau aplikasi *online shop*. Hal ini dengan harapan penelitian yang dilakukan menjadi bahan referensi bagi muatan-muatan keilmuan yang ada pada Program Studi Pendidikan Sosiologi.

#### **1.4.3 Manfaat Kebijakan**

Masalah yang dikaji dalam penelitian ini dapat memberi masukan kepada pemerintah mengenai maraknya *online shop* yang diantaranya bisa merugikan bagi para pelanggan yang merasa dirugikan, karena tidak jarang pelanggan yang menggunakan *online shop* adanya penipuan.

#### **1.4.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial**

Penelitian ini, dapat memberi pencerahan terkait Dampak *Online Shop* Terhadap Gaya Hidup Konsumtif khususnya para remaja dalam membentuk karakter, teori, konsep dan implementasinya. Selain itu juga dapat memberikan gambaran terkait penggunaan *online shop* secara bijak.

## 1.5 STRUKTUR ORGANISASI SKRIPSI

Sistematika penulisan skripsi ini berisi rincian gambaran tentang urutan penelitian dari setiap bab dan bagian demi bagian dalam skripsi. Skripsi ini terdiri dari lima bab. Bab I Pendahuluan. Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta struktur organisasi skripsi.

Bab II Kajian pustaka. Pada bab ini diuraikan dokumen-dokumen serta data yang berkaitan dengan fokus penelitian serta teori-teori yang mendukung terhadap masalah penelitian.

Bab III Metode penelitian. Dalam bab ini peneliti menjelaskan mengenai desain penelitian, partisipan dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, prosedur penelitian, serta teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian mengenai Dampak *Online Shop* Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja Di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat Jawa Barat.

Bab IV Temuan dan pembahasan. Dalam bab ini peneliti menggali serta mendeskripsikan hasil temuan data tentang Dampak *Online Shop* Terhadap Gaya

Hidup Konsumtif Remaja Di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat Jawa Barat.

Bab V Simpulan, implikasi dan rekomendasi. Pada bab ini peneliti berusaha memberikan simpulan yang terdiri dari simpulan umum dan khusus, implikasi, dan rekomendasi sebagai penutup dari hasil penelitian yang telah diidentifikasi dan dikaji.