

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Pada bab terakhir ini, peneliti akan memaparkan simpulan, implikasi, dan rekomendasi penelitian yang dirumuskan secara deskripsi dari hasil temuan dan pembahasan penelitian mengenai dampak *online shop* (fenomena HARBOLNAS) terhadap gaya hidup konsumtif remaja di Kecamatan Lembang. Deskripsi hasil penelitian akan diawali dengan pemaparan secara ringkas hasil penelitian yang berupa simpulan umum dan simpulan khusus. Kemudian peneliti akan memaparkan implikasi berdasarkan hasil pembahasan, serta rekomendasi yang ditawarkan dari hasil penelitian.

5.1 Simpulan

5.1.1 Simpulan Umum

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan mengenai Dampak *Online shop* (Fenomena HARBOLNAS) terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat Jawa Barat. Peneliti menarik kesimpulan bahwa gaya hidup konsumtif memang sudah menjadi suatu fenomena yang sudah tidak asing lagi didalam masyarakat. Tidak hanya orang dewasa, para remaja pun sudah mulai terbiasa dengan gaya hidup yang konsumtif. Akibat dari gaya hidup konsumtif tersebut, menimbulkan dampak bagi remaja, yang sebagian besar didominasi oleh dampak negatif.

Penjelasan diatas merupakan dampak yang disebabkan adanya perkembangan teknologi *online shop* yang sebagian besar timbul karena adanya fenomena HARBOLNAS yang diciptakan langsung dari para pelaku usaha di bidang tersebut. *Online shop* merupakan toko *online* yang bergerak menggunakan teknologi internet dengan fitur aplikasi, yang memasarkan produk ataupun barang, yang biasanya didominasi oleh pakaian (*fashion*).

Gambaran *online shop* dikalangan remaja Lembang didominasi oleh kaum perempuan. Tidak jarang banyak remaja di Lembang mengeluarkan uang yang

tidak sedikit untuk berbelanja di *online shop*. Kegemaran berbelanja barang-barang yang mahal dan didapatkan dari *online shop* yang dilakukan para remaja di Lembang menimbulkan gaya hidup yang konsumtif.

Faktor penyebab para remaja di Kecamatan Lembang dalam pembelian barang atau produk di *online shop* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni faktor dari fenomena Hari Belanja *Online* Nasional (HARBOLNAS) yang merupakan faktor utama, faktor kelompok persahabatan (*friendship groups*), faktor keluarga serta faktor dari media sosial.

5.1.2 Simpulan Khusus

Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya, dapat dirumuskan simpulan khusus yang berkaitan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Gambaran *online shop* dikalangan remaja di Lembang membuktikan bahwa sudah banyak remaja di Lembang yang menggunakan aplikasi *online shop* untuk berbelanja. Remaja perempuan menjadi pengguna *online shop* terbanyak di Lembang. Semenjak adanya *online shop* para remaja di Lembang selalu memakai aplikasi untuk berbelanja. Sebagian besar dari remaja di Lembang beralih ke *online shop* untuk berbelanja. Hal ini merupakan perubahan yang terjadi dikalangan remaja Lembang ketika adanya perkembangan teknologi. Dibalik kemudahan tersebut bahwa banyak dampak yang ditimbulkan salahsatunya yakni remaja di Lembang lebih sering melihat *gadget* hanya sekedar untuk mengakses *online shop*. Bahkan dalam hasil wawancara yang telah dilaksanakan bahwa ada salah satu remaja yang bisa mengakses *online shop* dalam 2 jam sekali. Dampak ini bisa dikatakan negatif bagi para remaja di Lembang, bahwa *online shop* telah membentuk gaya hidup baru kearah konsumtif.
2. Faktor penyebab para remaja di Kecamatan Lembang dalam pembelian barang atau produk di *online shop* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni faktor dari Fenomena HARBOLNAS (Hari Belanja *Online* Nasional), Fenomena HARBOLANAS ini menjadi faktor terbesar dalam intensitas penggunaan *online shop* untuk berbelanja. Faktor yang kedua yakni faktor

kelompok persahabatan (*friendship groups*) faktor tersebut merupakan faktor dari kedekatan dengan teman atau sahabat yang bisa mempengaruhi pada pola dalam berbelanja di *online shop*. Faktor selanjutnya yakni faktor keluarga, kedekatan dengan keluarga yang sebagian besar sebagai pengguna *online shop* menjadi faktor pendorong bagi remaja untuk sama menggunakannya. Terakhir yakni faktor media sosial, pemberian iklan yang menarik serta pemanfaatan yang baik dari pihak pelaku usaha menjadi daya tarik bagi para pelanggan untuk terus menggunakan *online shop* dan terus berbelanja.

3. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa ada beberapa dampak dari gaya hidup konsumtif yang dirasakan oleh remaja. Dampak tersebut sebagian besar merupakan keadaan yang bisa merugikan bagi para pengguna. Dampak tersebut adalah terlalu boros dalam berbelanja, hal ini didasari karena adanya perkembangan teknologi *online shop* (fenomena HARBOLNAS), dan ketika berbelanja pun para pengguna membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan melainkan berdasarkan keinginan saja.

5.2 Implikasi

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti memberikan implikasi untuk beberapa pihak bagi program studi pendidikan sosiologi. Penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu dan pengetahuan sosiologi yang baru mengenai adanya Dampak *Online Shop* (Fenomena HARBOLNAS) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, ditengah-tengah pergerakan serta perubahan sosial yang sedang terjadi. Perubahan sosial budaya merupakan salah satu kajian utama didalam ilmu sosiologi, yang bisa diterapkan dalam proses pembelajaran sosiologi dan menambah wawasan keilmuan mengenai perubahan sosial budaya di bidang sosiologi.

Bagi remaja. Peneliti berharap dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana dampak yang diakibatkan dari adanya perkembangan teknologi *online shop* terhadap gaya hidup yang konsumtif.

Sehingga remaja bisa dengan bijak untuk memilih gaya hidup yang positif bagi dirinya sendiri. Disamping itu diharapkan para remaja bisa memanfaatkan uang yang dimiliki secara bijaksana.

Bagi Orangtua. Adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengawas serta kontrol bagi orangtua untuk bisa memperlakukan anak secara bijak dengan memberikan pengarahan-pengarahan kearah yang lebih positif, terutama dalam hal sosialisasi pembentukan gaya hidup anaknya. Disamping itu orangtua diharapkan bisa menjadi sosok panutan yang baik bagi anaknya, karena orangtua memiliki peranan penting sebagai agen sosialisasi primer dalam pembentukan karakter serta gaya hidup bagi anak.

Bagi pendidik dan Sekolah. Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu pendidik dalam menganalisis gaya hidup bagi para siswa atau remaja yang ada disekolah, terutama dalam gaya hidup konsumtif dengan segala pengaruhnya karena tugas seorang pendidik tidak hanya mengajar tetapi bisa juga mengarahkan anak didiknya bisa terjun dimasyarakat dengan kesiapan beradaptasi yang baik serta membentuk kepribadian anak didik dengan nilai dan norma yang berlaku. Sedangkan sekolah menjadi peranan penting sebagai agen sosialisasi, dimana sekolah mempunyai sarana sosialisasi atau tranformasi nilai norma bagi guru serta peserta didik.

5.3 Rekomendasi

Hasil penelitian mengenai Dampak *Online Shop* (Fenomena HARBOLNAS) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, merekomendasikan beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Remaja

Dengan adanya penelitian ini diharapkan para remaja tidak mudah terpengaruh dengan perkembangan teknologi di *online shop* yang bisa membuat dampak negatif bagi diri pribadi. Dalam hal ini remaja harus lebih efektif dan efektif dalam membelanjakan uang yang dimiliki, mengingat bahwa uang tersebut masih didapatkan dari orang tua dan

dominasi para remaja belum berpengaruh. Dengan cara ketika akan membeli suatu barang untuk bisa menimbang terlebih dahulu, apakah barang atau produk tersebut memang dibutuhkan atau hanya sekedar keinginan saja.

2. Bagi Orangtua

Dengan adanya penelitian ini diharapkan orangtua dapat memberikan kontrol dan pengawasan yang lebih kepada anak-anaknya ketika membelanjakan uang yang mereka miliki untuk berbelanja di online shop. Mengingat arus teknologi yang semakin tinggi serta remaja yang masih mencari jati diri, pengawasan orangtua sangat dibutuhkan. Disamping itu orangtua diharapkan mampu membina sikap dan perilaku bagi anak remajanya agar bisa membentuk kualitas pribadi remaja yang memiliki sikap hemat akan berbelanja dan tidak bersifat konsumtif.

3. Bagi Pendidik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan para pendidik mampu memberikan pemahaman pada remaja mengenai bahaya gaya hidup konsumtif yang dapat merugikan bagi dirinya sendiri. Dengan salahsatu cara mampu memberikan pengarahan mengenai pentingnya hidup hemat.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dalam penelitian selanjutnya bisa meneliti lebih dalam bagaimana dampak *online shop* (fenomena HARBOLNAS) terhadap gaya hidup konsumtif remaja. Lebih jauh dari hasil penelitian ini, untuk penelitian selanjutnya bisa mendalami bagaimana dampak dari adanya aplikasi *online shop* terhadap perilaku sosial para remaja di masyarakat.

5. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi

Dengan adanya hasil penelitian ini program studi Pendidikan Sosiologi dapat lebih mengkaji lebih dalam mengenai dampak *online shop* (fenomena HARBOLNAS) terhadap gaya hidup konsumtif remaja serta lebih luas dalam kajiannya. Ditengah-tengah arus perkembangan teknologi ini sangat rentan bagi para remaja. Untuk itu dalam rekomendasi ini

diharapkan pula bagaimana solusi pemecahan masalahnya dengan menggunakan jalan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku:

- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2015). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J.W. (2010). *Research Design; Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J.W. (2015). *A Concise Introduction to Mixed Methods Research*.
- Danial, E, dan Warsiah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan.
- Dariyo A. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Desmita. (2011). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Rosda.
- Featherdton, M. (2005). *Postmodernisme Dan Budaya Konsumen*. Terjemahan Oleh Misbah Zulfa Elizabeth. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kartono, K. (1995). *Psikologi Anak (Psikologi Perkembangan)*. Bandung: Mandar Maju.
- Kasali, R. (2000). *“Membidik Pasar Indonesia”, Segmenting, Targeting dan Positioning*, Jakarta: Gramedia.
- Laquey, T. (1997). *Sahabat Internet: Pedoman Bagi Pemula Untuk Memasuki Jaringan Global, Edisi 2*. ITB, Bandung.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Monks. (1999). *Psikologis Perkembangan, Pengantar dalam Berbagai Bagaannya*. Yogyakarta: UGM Press.
- Nasir, M. (1999). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, hlm. 63.

- Nazsir, R. N. (2008). *Sosiologi Kajian Lengkap Konsep dan Teori Sosiologi Sebagai Ilmu Sosial*. Bandung: Widya Pajajaran.
- Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Salemba Empat
- Philip, K, 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Pribadi dan Wikan. (2009). *Blog Peneur: menjadi entrepreuner dan mengembangkan bisnis lewat blog*. Jakarta.
- Riduwan dan Sunarto. (2012). *Pengantar Statistik Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sarwono, Sarlito. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Setiadi, E. M dan Kolip, U (2011). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Soebiyakto. (1988). *Wanita dan Media Massa*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Somantri, A. dan Muhidin, S.A (2011). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sumartono, (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*, CAPS, Yogyakarta.
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran, Cet. I Ed 2*, Ghalia Indonesia. Bogor.
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suyanto, B. (2017). *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Umam, K. (2010). *Perilaku Organisasi*. Pustaka Setia. Bandung.
- Vicynthia, (2010). *Jadi Jutawan dari Bisnis Sampingan, Jogja Great! Publis her* Yogyakarta,, hlm. 121.
- Yusuf, M dan Ahmad Y. (2012). *1 Jam Membuat Toko Online dengan Joomla-Virtuemart*. Yogyakarta, Expert.

Jurnal dan Artikel:

- Anugrahati, R. D. S dan Hendrastomo, G. (2015). “*Gaya Hidup Shopaholic sebagai Bentuk perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*” Vol.IV No.2 Juli 2015, hlm.205.
- Arimbi, M. L. N. (2013). *Efektivitas Teknik Self Instruction Untuk Mereduksi Perilaku Konsumtif*. Jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Bachri, B. S. (2010). *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. Teknologi Pendidikan, Vol. 10(1), 46-62.
- Brown, B. B. (2006). *Macro-Micro Relationships in Durkheim’s Analysis of Egoistic Suicide*. Vol. 1. 59-79. *Sociological Theory*.
- Fitria, E. M. (2015). “*Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda*” eJournal Ilmu Komunikasi, 2015, Vol 1 No.3 : 117-128 ejournal.ilkom.fisip-unmul.org © Copyright 2015.
- Fitriani, N. Widodo, P.B dan Fauziah, N. (2013). *Hubungan Antara Konformitas dengan Prilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang*. Vol, 12 No, 1. Universitas Diponegoro.
- Ismail, Z. (2011). *Buying Behavior: Gender and Socioeconomic Class Differences on Interpersonal Influence Susceptibility*. *International Journal of Business and Social Science*. Vol.2 No.4, March 2011. Hal 55-56.
- Lina dan Rosyid H. F. (1997). *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri*. Psikologika. No.4, Tahun II
- Masvurina, D (2018). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Online Shop*. Jurusan Sosiologi. FISIP. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Novitasani, L dan Handoyo, P. (2014). “*Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa Urban di UNESA*” Vol 02 No 03 Tahun 2014.
- Nursiti. (2013). *Dampak Media Sosial*. Jurnal NADI Media Komunikasi LPMP Jawa Barat, 7 (2), hlm. 25-16.
- Rahayu Ningsih, Ekawati. (2008). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran Produk Bank Syari’ah*. STAIN Kudus Press. Kudus.
- Rahmawaty, Anita. (2011). *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam: Konsep dan Implikasi Untuk Pemasaran Produk Bank Syari’ah*, STAIN Kudus Press. Kudus.
- Rosandi, Andika Filona. (2004). *Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita Di Universitas Atmajaya*. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Atmajaya.

- Styning dan Hendrastomo. (2015). *Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta. Vol.IV/No.2/Juli2015,hal205.
- Suyasa, Y. dan Fransisca. (2005). *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. *Jurnal Pronesis*. Desember Vol.7 No.2 hlm, 172-199.
- Triyaningsih, SL. (2011). *Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Vol 11, No 2.
- Ulul Albab, (2011). *Jurnal Studi Islam, Sains dan Teknologi*. STAIN Malang Vol 12.
- Valentine, D. L. (2016). *Examining Bridges Between Informal and Formal Learning Environments: A Sequential Mixed Method Design*. Vol 18(1), 3-20.
- Wahyuni, S dan Ruyadi, Yadi. (2018). *Faktor Yang Melatarbelakangi Perubahan Gaya Hidup Anak Pada Keluarga Tenaga Kerja Wanita*. Vol 8 No.1. Universitas Indonesia.
- Zebua, A.S dan Nurdjayadi, R.D. (2001). *Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Prilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. *Phronesis*, Volume 3, No 6. Hlm.72-82.

Tugas Akhir, Skripsi, dan Thesis:

- Aryani, Farida. (2014). *Peran Peergroup Dalam Membentuk Gaya Hidup Konsumtif Remaja*. Jurusan Pendidikan Sosiologi. Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi. Bandung.
- Farida, Aryani. (2014). *Peran Peergroup Dalam Membentuk Gaya Hidup Konsumtif Remaja*. Jurusan Pendidikan Sosiologi. Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi. Bandung.
- Mulyani, A. A. (2018). *Hubungan Mitos Pulung Gantung Dengan Fenomena Bunuh Diri Pada Masyarakat Gunungkidul*. Skripsi. Pendidikan Sosiologi Universitas Pendidikan Indonesia.
- Noviani, Ita (2016). *Analisis Online Shop Terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Wanita (Studi Kasus Pada Remaja Wanita Di Desa Pancur Mayong Jepara)*. Skripsi Thesis. STAIN Kudus.

Internet

- Faiz, A. (2017). *Mensos: Belanja Online Sumbang Sifat Konsumtif Masyarakat*. Tempo.co Tersedia: <http://nasional.tempo.co/read/84126/>.

Nugraheni, P.NA. (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Tersedia: <http://.masbow.com> [diakses tanggal 23 Februari 2019].

Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Tersedia: [www:e-psikologi.com](http://www.e-psikologi.com) [diakses tanggal 16 Maret]