

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Munculnya gaya hidup konsumtif berkaitan dengan psikologi siswa. Sebagaimana kita ketahui siswa merupakan remaja yang berada pada masa pertumbuhan. Masa remaja ini berlangsung antara usia 12 hingga 21 tahun untuk perempuan sedangkan pria dimulai di usia 13 hingga 22 (Hartini, 2008, hal 57). Remaja atau *adolesence*, berasal dari bahasa *adolescere* yang berarti proses pertumbuhan mencapai kematangan tingkat kematangan seseorang. Jatman (Sumartono, 2002) menjelaskan bahwa remaja adalah kelompok yang menjadi sasaran potensial bagi pasar industri dalam memasarkan produk-produknya, dikarenakan remaja memiliki pola hidup yang cenderung konsumtif dalam berpakaian, bersolek, gaya rambut. Maka dari itu remaja sering kali menjadi konsumtif terhadap produk-produk yang sebenarnya tidak diperlukan. Lingkungan sangat mempengaruhi pola gaya hidup konsumtif remaja, terutama lingkungan teman sebaya. Selain itu, harga diri yang dimiliki remaja tentunya memengaruhi gaya hidup konsumtif mereka.

Sears, Freedman, dan Peplau (1991) mengemukakan bahwa perilaku remaja dipengaruhi oleh harga diri yang mereka miliki. Remaja dengan harga diri yang rendah cenderung lebih mudah dipengaruhi ketimbang dengan remaja yang memiliki harga diri tinggi, karena remaja dengan harga diri yang rendah akan mengikuti tekanan serta hidup sesuai pendapat orang lain. Namun, remaja yang memiliki harga diri tinggi enggan untuk mengikuti perkataan orang lain dan mampu mengambil keputusan untuk dirinya sendiri.

Terlepas dari hal di atas, konformitas merupakan faktor lainnya yang memengaruhi gaya hidup konsumtif remaja. Remaja atau siswa cenderung ingin terlihat sama seperti sahabatnya, konformitas merupakan salah satu cara agar

seseorang diakui dan diterima disebuah kelompok dengan menyesuaikan dirinya (Taylor, Peplau, Sears 2009 hal. 253). Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa konformitas pun memiliki pengaruh pada tingkat belanja remaja agar bisa mensejajarkan diri dengan teman pada kelompoknya. Remaja akan melakukan konformitas untuk diakui dan diterima dalam kelompok pertemanannya.

Berdasarkan data yang dilihat dari testimoni penggunaan BlueMart di beberapa media sosial dan salah satunya twitter menunjukkan betapa antusiasnya pengguna BlueMart di Indonesia. Namun ada sebuah kasus dimana pengguna BlueMart belanja secara berlebihan seperti yang di tuliskan oleh seorang siswa dalam blog pribadinya, *rizalfhasa2.blogspot.com*. dalam blog nya tersebut tertulis tips bagaimana mendapatkan makanan dan minuman dari *vending machine* BlueMart secara murah. Dengan cara mendownload BlueMart lewat undangan aplikasi tersebut agar mendapatkan voucher promo. Tentunya hal ini menyebabkan banyak pengguna lainnya untuk menggunakan cara tersebut. Masalah yang terjadi disini adalah ketika penulis blog tersebut membeli produk yang tersedia di BlueMart dengan berlebihan.

SMA Pasundan 3 Bandung merupakan salah satu sekolah di Indonesia yang bekerja sama dengan BlueMart. Kondisi ini diharapkan mampu memberikan kemudahan, keamanan, serta kenyamanan warga sekolah untuk berbelanja serta bertransaksi. Namun sering kali manfaat dari penggunaan BlueMart ini menjadi hal yang negatif kala timbulnya sikap konsumtif akibat adanya peningkatan rasa keinginan untuk selalu membeli produk yang tersedia pada BlueMart. hal ini berkaitan dengan salah satu unsur yang memengaruhi gaya hidup yakni, minat. Minat merupakan rasa tertarik akan suatu produk dan tanpa disadari terjadi pembelian produk yang diminatinya secara impulsif (widjaja, 2007).

Merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novilda, Lystia (2019) mengenai keinginan menggunakan mesin penjual otomatis bluemart yang didasari oleh pengaruh kegunaan (*usefulness*), kepuasan (*enjoyment*), serta kemampuan untuk menggunakan (*ability to use*) dengan hasil yang menjelaskan bahwa faktor kegunaan (*usefulness*) serta kepuasan terhadap keinginan untuk menggunakan atau *willingness to use* berhubungan positif, kemudahan dalam menggunakan atau *ease of use* berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk menggunakan (*ability to use*), kemudian *technology anxiety* dan kebutuhan untuk berinteraksi berpengaruh negative terhadap *ability to use*, serta kemampuan untuk menggunakan berpengaruh positif terhadap keinginan untuk menggunakan.

Penggunaan Bluemart ini memberi dampak positif pada keinginan untuk menggunakan sebab fitur yang diberikan sangat memudahkan penggunaannya. Kemudian alasan beberapa individu tidak menggunakan Bluemart disebabkan dengan adanya rasa takut, terintimidasi, serta khawatir akan terlihat bodoh, melakukan hal yang memalukan atau bahkan mengakibatkan merusak teknologi tersebut (Heinssen et al. 1987). Melihat kondisi warga Indonesia yang masih awam terhadap *vending machine* yang terbilang baru di Indonesia, mesin penjual otomatis Bluemart merupakan sebuah mesin penjual otomatis yang menerima sistem pembayaran secara digital maupun konvensional. Tentu hal tersebut mendorong peneliti untuk mencari lebih dalam apa yang memengaruhi keinginan pengguna untuk menggunakan mesin tersebut. Terdapat persamaan dalam penelitian ini yakni penggunaan Bluemart akan tetapi terdapat perbedaan yang mana peneliti kaji pada penelitian kali ini cenderung memperhatikan permasalahan mengenai pengaruh dari kemudahan layanan mandiri teknologi mesin penjual otomatis terhadap sifat konsumtif siswa di SMA Pasundan 3 Kota Bandung.

Bluemart sebagai salah satu teknologi berbasis layanan mandiri kini kian banyak dipergunakan, terutama disaat pandemic yang mana terjadi pembatasan kontak sosial secara langsung. *technology-based self service* dikala pandemik sangat diperlukan untuk mengurangi kontak fisik serta mengurangi penyebaran covid-19. Salah satu portal berita, Travel.okezone.com yang berjudul “Antisipasi Corona, Bandara Ini Sediakan *Vending Machine* Masker untuk Pelancong” (diakses dari <https://travel.okezone.com> terbitan 18 Mei 2020) yang menyatakan bahwa salah satu bandara internasional *McCarran International Airport*, Las Vegas menyediakan *vending machine* yang menjual beberapa perlengkapan dasar APD seperti masker, sarung tangan, tisu basah. Dilansir *Usatoday*, senin (18, Mei 2020) *vending machine* yang ada di bandara tersebut merupakan mesin penjual otomatis APD pertama yang ada di Amerika. Hal tersebut merupakan bentuk antisipasi yang mana setiap maskapai mengharuskan setiap penumpang untuk menggunakan masker, selain itu pula hal tersebut menjadi solusi bagi para pelancong yang lupa membawa masker atau alat perlindungan diri lainnya.

Sebuah portal berita sekolah SMA PGRI 4 Kota bogor menyatakan bahwa sekolah tersebut kini mulai mengoperasikan Bluemart. pengoperasian BlueMart tentu sudah lebih dahulu dirasakan oleh siswa di SMA Pasundan 3 Kota Bandung, kemudian pada awal 2020 SMA PGRI 4 Kota Bogor dalam sebuah kolom berita di website SMA PGRI 4 Kota Bogor menyatakan bahwa SMA tersebut kini telah mengoperasikan mesin BlueMart di lingkungan sekolah tersebut. Dengan berbagai kemudahan yang diberikan serta tren transaksi dengan pembayaran non-tunai yang kini kian tumbuh sejalan dengan maraknya aplikasi dompet digital seperti GO-Pay, OVO, dan BluePay. Tren tersebut saat ini mulai merambah di SMA PGRI 4 Kota Bogor, yakni dengan hadirnya satu mesin penjual otomatis yang bernama Bluemart dengan mengadopsi sistem pembayaran digital melalui aplikasi BluePay yang terunduh pada *smartphone*.

Wakil Sarpras SMA PGRI 4 Kota Bogor, Bapak Anwar mengatakan bahwa dengan mengoperasikan mesin jual otomatis yang dapat menggunakan sistem transaksi secara *online* maupun *offline* mampu membuat warga sekolah melek akan teknologi, tentu membeli minuman, makanan ringan serta pulsa dapat dilakukan secara digital dan mandiri. Selain menyediakan kebutuhan yang telah ditulis diatas, mesin penjual otomatis BlueMart ini menampilkan informasi dalam bentuk *running text* yang berkaitan dengan informasi penting dari pihak sekolah (*smapgri4bogor.sch.id*).

Peneliti telah melakukan studi pendahuluan sebagai data empirik sebelum memulai penelitian, dilakukan pada 12 November 2020 terhadap beberapa siswa di SMA Pasundan 3 Bandung yang menggunakan Bluemart. di awal observasi peneliti mewawancarai seorang 1 siswa kelas X serta 2 orang kelas XI yang menggunakan bluemart. dari ketiga siswa tersebut kerap kali menggunakan bluemart ketika di sekolah, siswa kelas X bernama Agus dan salah satu kelas XI bernama Monia memiliki kesamaan dalam menggunakan bluemart karena promo yang tersedia serta harga yang lebih murah ketimbang di kantin sekolah, mereka menggunakan Bluemart dikarenakan pelayanan yang nyaman serta sangat modern sehingga mereka tertarik untuk mencobanya. Sedangkan Alifiyansah siswa kelas XI menyatakan bahwa menggunakan Bluemart karena ajakan teman serta produk yang tersedia di Bluemart lebih *fresh* dan menarik untuk dibeli ketimbang jajanan kantin. Dari ketiga narasumber diatas promo yang sering ditawarkan dari Bluemart seringkali menjadikan siswa membeli barang cenderung lebih banyak. Menurut Coley (Mulyono, 2012), pembelian secara impulsive telah terjadi sejak 1896, Weles mengemukakan bahwa 10 orang membeli produk secara impulsive. dari sepuluh orang yang melakukan pembelian secara impulsif. Dilihat dari ke sepuluh orang yang melakukan *impulsive buying* terlihat bahwa pembelian impulsive bersifat menular, hal tersebut dimanfaatkan pelaku ekonomi dengan strategi pemasaran dengan sasaran para pembeli impulsif hal ini dikarenakan

perilaku membeli secara impulsif dipengaruhi oleh keadaan dari dalam diri dan luar diri seseorang (Coley dan Burgess, 2003: 284)

Urgensi daripada penelitian yang peneliti teliti berkenaan dengan kondisi perubahan sosial pada masyarakat yang bergerak secara dinamis mengikuti perubahan yang dipengaruhi oleh kondisi wilayah, kebudayaan materiil, komposisi kependudukan, ideologi, serta pengaruh dari kebudayaan masyarakat lain pada suatu kelompok masyarakat, khususnya pada masyarakat sekolah SMA Pasundan 3 Bandung. Dalam sebuah kajian *cultural studies*, sebuah kegiatan ekonomi dengan sosial merupakan dua hal yang erat kaitannya. Perilaku seseorang dalam bertransaksi, membeli barang kemudian menggunakan jasa tentunya dipengaruhi oleh gaya hidup, selain itu hal tersebut dipengaruhi oleh keterlibatan individu lain dalam sebuah kelompok sosial seperti gender, usia, kelas, dan lain-lain. Hal tersebut diperkuat dengan sumber yang dikemukakan oleh Astuti (2013) yang mengemukakan bahwa pertemanan melambangkan salah satu faktor yang mampu memberikan pengaruh perilaku konsumtif. Gaya hidup selalu berkenaan dengan tujuan untuk menjadikan diri lebih menonjol dalam berbagai hal seperti, cara mengenakan pakaian, cara kerja, konsumsi, menghabiskan waktu luang, hobi, dan lain-lain.

Tentunya perkembangan zaman dan teknologi informasi selalu selaras dengan berkembangnya hidup seseorang dalam menjalani hidupnya. Kemudian, Hal tersebut diperkuat dengan teori perubahan sosial dari William F. Ogburn yang berpendapat bahwa kebudayaan immaterial dipengaruhi oleh kondisi kebudayaan material. Contohnya penggunaan Bluemart di SMA Pasundan 3 Bandung merupakan salah satu contoh bentuk adanya perubahan unsur material yang mempengaruhi perilaku sosial siswa di sekolah. kemudian perubahan semacam ini menjadi daya tarik tersendiri untuk jajan siswa dimana siswa tidak memerlukan uang tunai serta tidak perlu lagi untuk bertransaksi dengan penjual secara langsung melainkan hanya dengan menggunakan telepon pintarnya melalui aplikasi BluePay dengan fitur BlueMartnya. Maka dari itu teknologi mesin jual

otomatis berbasis aplikasi Bluemart merupakan sebuah bagian dari perubahan sosial yang memengaruhi gaya hidup konsumtif siswa SMA Pasundan 3 Bandung.

Karena hal yang telah disebutkan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat perubahan gaya hidup siswa akibat dari adanya teknologi mesin penjual otomatis, oleh karena itu dilakukanlah penelitian tentang topik ini untuk mendalami mengenai perubahan pelayanan *self service* berbasis *vending machine* di SMA Pasundan 3 Bandung. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *technology-based self service* terhadap gaya hidup konsumtif siswa (studi deskriptif dalam penggunaan *BlueMart* di SMA Pasundan 3 Bandung)”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan diatas, agar penelitian yang dilakukan terarah dan terfokus pada pokok permasalahan, maka diperoleh rumusan pokok masalah dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut ini:

1. Berapa besar tingkat penggunaan *technology-based self service BlueMart* pada layanan kantin di SMA Pasundan 3 Bandung?
2. Berapa besar tingkat gaya hidup konsumtif siswa di SMA Pasundan 3 Bandung?
3. Berapa besar pengaruh *BlueMart* terhadap gaya hidup konsumtif di SMA Pasundan 3 Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan umum

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan sebuah gambaran mengenai “pengaruh *technology based self service* terhadap gaya hidup konsumtif siswa”

2. Tujuan khusus

Agar tujuan diatas lebih terperinci peneliti menyatakan dalam sebuah tujuan yang lebih khusus, yakni sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui tingkat penggunaan *technology-based self service BlueMart* pada layanan kantin di SMA Pasundan 3 Bandung?.
- b. Untuk mengetahui tingkat gaya hidup konsumtif siswa di SMA Pasundan 3 Bandung
- c. Untuk mengetahui pengaruh *BlueMart* terhadap gaya hidup konsumtif di SMA Pasundan 3 Bandung

1.4 Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan, masukan, acuan, dan informasi dalam pengembangan kajian ilmu sosiologi, khususnya sosiologi budaya guna memperluas pemahaman mengenai perubahan sosial.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, Semoga dapat memperkaya wawasan dan ilmu mengenai salah satu kajian sosiologi dan mampu digunakan sebagai penunjang untuk penelitian selanjutnya.
2. Bagi pemerintah, Memberi masukan dalam hal meningkatkan kualitas dan pemerataan pelayanan berbasis teknologi di setiap sekolah yang ada.
3. Bagi Masyarakat, Semoga masyarakat dapat memahami bahwa layanan di sekolah yang ada di Indonesia sudah mulai masuk ke era baru dimana penggunaan teknologi sudah tidak dapat dibendung dan masyarakat perlu mengikuti perubahan tersebut.

1.5 STRUKTUR ORGANISASI

Guna memudahkan proses penyusunan skripsi ini kepada berbagai pihak yang berkepentingan, maka dari itu skripsi ini peneliti sajikan ke dalam lima bab yang disusun berdasarkan struktur penulisan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, pada bab ini berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi yang akan peneliti laksanakan sebagai dasar utama penelitian.

BAB II: Tinjauan pustaka, pada bab ini data-data beserta dengan dokumen yang didapat akan peneliti uraikan berdasarkan fokus penelitian, kerangka pemikiran peneliti, kerangka berpikir, serta teori-teori yang mendukung dalam penelitian.

BAB III: Metode penelitian, pada bab ini peneliti akan memaparkan desain penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta tahapan yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV: Temuan dan pembahasan, pada bab ini peneliti melalui data yang telah terkumpul dalam penelitian yang telah dilaksanakan selanjutnya dianalisis, analisis mencakup pengaruh *Technology-Based Self Service* terhadap perilaku konsumtif siswa.

BAB V: Simpulan, implikasi, dan rekomendasi, dalam bab ini peneliti melalui hasil analisis data yang telah dilakukan dalam temuan peneliti, mencoba memberikan simpulan dan saran sebagai rekomendasi atas permasalahan yang telah diidentifikasi dan dikaji dalam penelitian skripsi.