

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya teknologi merupakan bentuk dari kemajuan adanya perkembangan zaman dimana semua bisa diakses dengan mudah dengan adanya teknologi ini. Perkembangan zaman ditandai dengan munculnya berbagai macam teknologi baru dan adanya perubahan budaya baru pada masyarakat salah satunya muncul istilah *Online Shop*. *Online Shop* adalah perubahan budaya jual beli yang pada mulanya dilakukan secara langsung (tatap muka) dan pada zaman sekarang proses jual beli bisa dilakukan secara *online* atau melalui platform media jual beli salah satunya pada aplikasi *Shopee*. *Online Shop* atau belanja daring ini pertama kali dilakukan oleh Michael Aldrich dan Redifon Computers pada tahun 1979 dengan menyambungkan televisi berwarna dengan PC atau Computer dan kedua hal tersebut mampu memproses transaksi secara *realtime* dengan menggunakan telfon sebagai media pada tahun tersebut.

*Online Shop* disini memiliki beberapa kelebihan sehingga lebih mendorong pengguna untuk melakukan belanja secara online dibandingkan secara langsung. Menurut (Iwan and Boy, 2015, hlm. 24-32 ) salah satu kelebihan dari *Online Shop* ini adalah menghemat waktu pengguna, tercatat waktu yang bisa dihemat oleh pengguna belanja *online* adalah sebanyak 79% jika dibandingkan dengan melakukan belanja secara langsung. Selain itu adanya *Online Shop* ini pengguna belanja *online* dapat secara lebih luas mengeksplor apa yang dibutuhkan. Salah satu aplikasi atau media

platform yang sering digunakan adalah Shopee, Lazada, Tokopedia dan lainnya. Pada penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada media platform *Shopee*. Dengan adanya *Online Shop* ini berdampak terhadap mahasiswa yang mampu menggunakan teknologi secara maksimal, termasuk penggunaan aplikasi belanja *online*. Akan tetapi hal tersebut tidak semuanya berdampak positif terutama pada kalangan mahasiswa, dengan adanya *Online Shop* ini mampu menyebabkan perilaku konsumtif karena pada dasarnya karakteristik seorang remaja atau mahasiswa masih memiliki ego tinggi terutama pada gaya hidup.

Pada zaman serba teknologi ini memudahkan beberapa hal yang dapat diakses secara *online* salah satunya produk yang dijual secara *online*. Pada kalangan mahasiswa adanya *Online Shop* ini memudahkan dalam memenuhi kebutuhan hidup mahasiswa, sebagai contoh mahasiswa dapat membeli apapun yang dapat menunjang kehidupan sehari-hari dengan mudah dan lebih efektif. Terlepas pada realita tersebut salah satu problematika munculnya *Online Shop* ini adalah munculnya perilaku konsumtif terutama bagi kalangan remaja atau mahasiswa.

Salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumtif ini muncul karena gaya hidup yang mewah dan mencari kesenangan (Tati, 2022). Gaya hidup mewah ini memang menjadi faktor utama munculnya perilaku konsumtif, pada kalangan mahasiswa ini gaya hidup mewah memang sudah menjadi hal umum pada zaman sekarang. Tidak dapat dipungkiri tren-tren dan produk mewah ternama menjadi bagian dari keseharian mahasiswa dalam melengkapi kebutuhan sehari-hari. Akan tetapi perilaku konsumtif ini muncul dengan ditandai adanya malfungsi dari *Online Shop* ini.

Pada dasarnya *Online Shop* ini berfungsi mempermudah dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat, akan tetapi pada kenyataannya *Online Shop* ini memiliki dampak negatif dengan munculnya perilaku konsumtif dengan melakukan tindakan berbelanja *online* secara berlebihan atau melebihi dari kebutuhan yang diperlukan. Sehingga berdampak pada berbagai aspek seperti sifat dari mahasiswa itu sendiri salah satunya muncul sifat gengsi yang menyebabkan perilaku konsumtif ini semakin meluas.

Selain itu pada aspek ekonomi mahasiswa melakukan segala cara untuk mengikuti trend yang terjadi salah satunya mahasiswa berbohong kepada orang tua, lebih memilih terlilit hutang untuk memenuhi gaya hidup mewah tersebut. Menurut *Teori Liquid Modernity* dari Zygmunt Bauman (Zygmunt Bauman, 2007), konsep konsumsi juga memiliki peran penting dalam teori modernitas cair Bauman. Orang sering menggunakan barang-barang konsumsi untuk membangun dan merepresentasikan identitas mereka, dan identitas tersebut dapat berubah seiring dengan perubahan konsumsi.

Terdapat pandangan tentang hal-hal yang melatarbelakangi terjadinya perilaku konsumtif ini salah satunya karena berbelanja untuk menjaga penampilan diri, adanya diskon atau potongan harga dari penjual, perkembangan zaman sehingga trend-trend yang terjadi sangat mudah berubah sehingga banyak orang yang ingin terlihat terus mengikuti perkembangan trend dan terpengaruh dari iklan-iklan yang bertebaran di media sosial. Hal tersebut memang menjadi latar belakang munculnya perilaku

konsumtif ini. Pada dasar pemikiran tersebut memang menjadi latar belakang terjadinya perilaku konsumtif ini.

Pada sisi lain faktor pendorong perilaku konsumtif ini yaitu kelompok pertemanan yang memang memiliki aktivitas belanja *online* sehingga mahasiswa menjadi semakin terdorong untuk berbelanja secara *online* dan memungkinkan munculnya perilaku konsumtif. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan studi kepustakaan untuk menunjang dalam pengumpulan data yang diperlukan dengan tujuan untuk mendapatkan data seluas mungkin dan seakurat mungkin untuk menunjang keberhasilan dalam penelitian ini. Peneliti juga menggunakan teori dari Zygmunt Bauman yaitu Teori *Consuming Life* (Zygmunt Bauman, 2007) dan Teori *Liquid Modernity* (Zygmunt Bauman, 2007). Teori *Consuming Life* dapat memandang bagaimana latar belakang dan menjelaskan bagaimana terjadinya atau munculnya perilaku konsumtif masyarakat dan Teori *Liquid Modernity* disini dapat memandang bagaimana perubahan budaya baru pada pembahasan ini budaya baru yang dimaksud adalah *Online Shop*.

Atas dasar pemaparan latar belakang masalah diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *Online Shop* yang dituangkan dalam judul “PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *ONLINE SHOP* PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI AGAMA DAN NON AGAMA (Penelitian di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan)”.

## B. Perumusan Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai latar belakang masalah yang diteliti, masalah yang akan dibahas adalah bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa di perguruan tinggi agama dan non agama di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan, maka rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *Online Shop* mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan?
2. Apa faktor terjadinya perilaku konsumtif di lingkungan mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan?
3. Bagaimana dampak perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tentang bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa di perguruan tinggi agama dan non agama di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan, dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *Online Shop* di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan.

2. Untuk menganalisis apa faktor terjadinya perilaku konsumtif di lingkungan mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan.
3. Untuk mengidentifikasi dampak perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan.

#### **D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

Terdapat beberapa hal yang dipandang memiliki manfaat baik secara akademis maupun praktis dengan mengangkat penelitian ini diantaranya:

1. Kegunaan akademis (Teoritis)

Penelitian ini besar harapan bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu sosial dan yang berkaitan dengan kajian perilaku konsumtif dan mengembangkan pengetahuan tentang penyebab dan dampak terjadinya perilaku konsumtif bagi mahasiswa di perguruan tinggi baik perguruan tinggi agama maupun non-agama.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu berguna sebagai pengetahuan supaya mahasiswa tidak lagi menggunakan *Online Shop* secara berlebihan dan digunakan sesuai kebutuhan saja tanpa adanya dorongan gaya hidup mewah, terutama bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Universitas Pasundan.

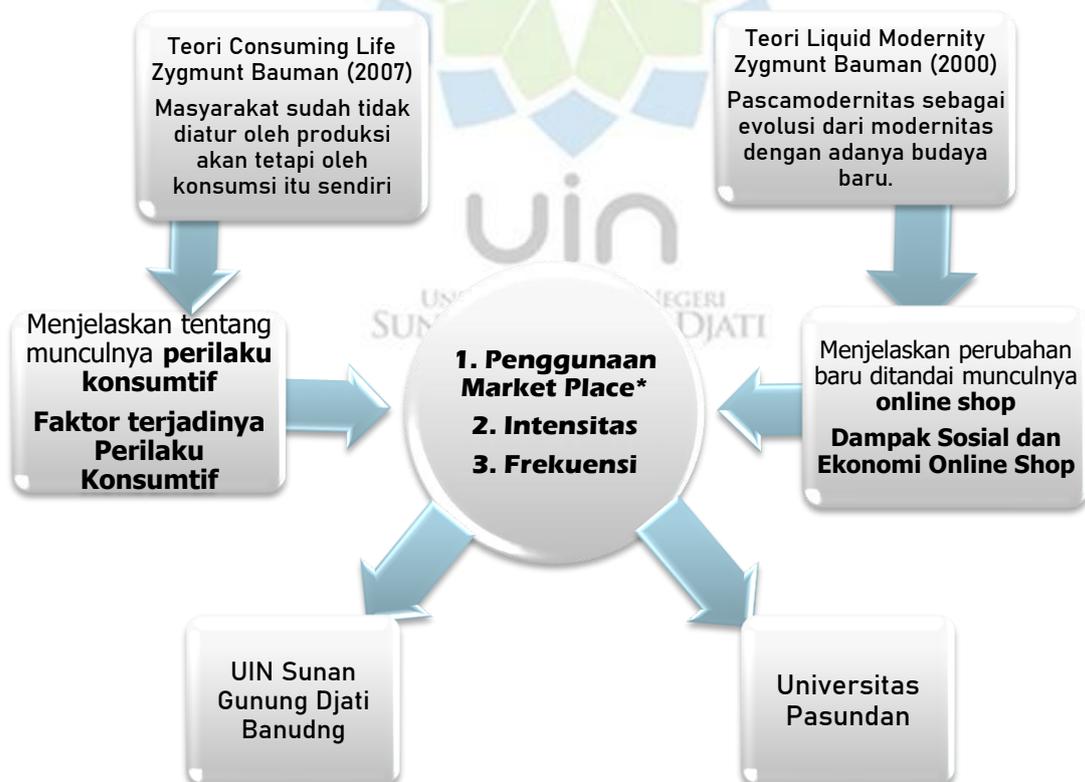
## E. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori dari Zygmunt Bauman yaitu teori *consuming life* (Zygmunt Bauman, 2007) sebagai grand teori dan teori *liquid modernity* (Zygmunt Bauman, 2007) sebagai sub-teori. Teori *consuming life* dari Zygmunt Bauman disini pada intinya memandang bahwa masyarakat sudah tidak diatur oleh produksi akan tetapi oleh konsumsi itu sendiri. Pada dasarnya masyarakat menyesuaikan dengan produk, akan tetapi seiring berjalannya waktu justru hal tersebut berbalik sehingga masyarakat tidak diatur oleh produksi akan tetapi konsumsi itu sendiri. Teori *Consuming Life* (Zygmunt Bauman, 2007) ini juga memandang bahwa mengkonsumsi disini dapat digunakan sebagai pengungkapan perasaan kepada orang lain salah satunya dengan memberikan sebuah ungkapan selamat kepada seseorang dengan memberikan hadiah barang produksi.

Sedangkan teori Liquid Modernity (Zygmunt Bauman, 2007) ini memandang bahwa pascamodernitas ini merupakan evolusi atau kelanjutan dari modernitas dengan budaya yang dapat dikatakan sebagai budaya baru. Pada teori ini Bauman memandang bahwa suatu kehidupan memperlihatkan suatu ketidakpastian dan adanya suatu perubahan dengan ciri khas cara memahami berbagai hal sangat ditentukan oleh implikasi media. Berdasarkan pemikiran diatas, dapat dikatakan bahwa mahasiswa memang sudah mengalami ketergantungan terhadap media, media disini bisa dikatakan sebagai media pemberitaan termasuk berita yang berkenaan dengan *Online Shop*. Dengan teori ini peneliti memandang bahwa perubahan yang

terjadi pada dunia jual beli yang pada awalnya dilakukan secara langsung hingga dapat dikatakan *Online Shop* ini memang suatu perubahan budaya dalam masyarakat.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti memilih teori *Consuming Life* dan teori *Liquid Modernity* sebagai teori yang peneliti gunakan dengan alasan dengan teori ini peneliti bisa melihat lebih jelas tentang latar belakang munculnya perilaku konsumtif dengan teori *Consuming Life* dan dapat melihat perubahan budaya baru pada masyarakat dengan ditandai adanya *Online Shop* pada zaman sekarang dengan teori *Liquid Modernity*. Penjelasan-penjelasan diatas peneliti tuangkan kedalam Skema konseptual, berikut Skema konseptual yang digunakan sebagai kerangka pemikiran pada penelitian ini.



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran