

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang pesat dan maju di tengah modernisasi ini membuat gaya hidup manusia mengalami perubahan dan semua menjadi serba mudah dan praktis. Kita dapat dengan mudah bertukar informasi dengan teman atau kerabat kita menggunakan teknologi yang sudah ada sekarang. Teknologi yang berkembang sekarang dapat juga digunakan manusia untuk memperoleh dan berbagi informasi, serta data dan sumber yang dapat dimanfaatkan sebagai pengetahuan ilmu manusia dalam berbagai bidang. Penggunaan media dan peralatan modern seperti telekomunikasi, akan terus berkembang dan berperan sangat penting bagi atau untuk kehidupan manusia.

Perkembangan teknologi memiliki pengaruh dalam perubahan sosial kemasyarakatan karena sifatnya yang mudah masuk ke dalam masuk ke berbagai aspek atau bidang kehidupan masyarakat (Noegroto, 2010). Internet adalah salah satu teknologi yang sangat berpengaruh di lingkungan bermasyarakat, internet itu sendiri merupakan *global system* jejaring komputer yang mampu menjangkau segala informasi di seluruh dunia.

Berdasarkan data di tahun 2016, 123,7 juta orang di Indonesia menggunakan internet dan jika dipersentasekan adalah 51,5%, dan dari keseluruhan jumlah penduduk di Indonesia, pulau Jawa menduduki peringkat pertama dalam penggunaan internet dengan jumlah yang mencapai 86.339.350

pengguna atau 65% dari keseluruhan pengguna internet di Indonesia. Akibat dari banyaknya pengguna internet tersebut, menjadikan segala informasi dari yang baik hingga yang buruk dapat dengan mudah dijangkau atau diakses oleh masyarakat. Hal tersebut menjadikan pola pikir masyarakat perlahan-lahan akan berubah beserta gaya hidupnya (Kominfo, 2016).

Masyarakat yang menggunakan teknologi ditawarkan media sosial berbagai macam aplikasi untuk diakses. Aplikasi yang banyak digunakan sekarang antara lain adalah *WhatsApp(WA)*, *Facebook*, *Line*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok*. Masyarakat yang terdaftar dari setiap media sosial yang digunakan juga memiliki kemampuan untuk berkomunikasi tanpa batas, mencari informasi, bertatap muka lewat *Video Call* dan masih banyak lagi fitur-fitur yang disajikan oleh setiap media sosial (Kominfo 2016)..

Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, membuat sebagian pengguna menjadikan media sosial sebagai lahan bisnis dari fitur-fitur yang disajikan oleh setiap aplikasinya. Lahan bisnis dari media sosial bermaksud dengan diadakannya pemanfaatan fitur posting barang yang nantinya dapat menjangkau seluruh pengguna media sosial itu sendiri, sehingga jika seseorang melihat dan berminat barang yang diposting tersebut akan terjadi jual-beli tanpa tatap muka (*belanja online*).

Mulanya pemasaran produk di dunia maya hanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan saja dalam memanfaatkan teknologi. Namun kenyataannya, yang memanfaatkan dunia maya sebagai pemasaran model terbaru

kebanyakan dipegang oleh perorangan, bukan perusahaan. Sejak 1994 sistem belanja *online* ini sudah dikenalkan dengan sebutan e-commerce (*Electronic commerce*) yang sekarang lebih dikenal dengan sebutan jual-beli *online* (Kominfo 2016).

Tahun 2016 sebesar 82,2 juta pengguna internet berselancar atau mengunjungi berbagai web belanja *online*. Dan di tahun 2016 Facebook menjadi media sosial dengan pengguna paling banyak yakni 71,7 juta pengguna, jika dipersentasekan sebanyak 54% per-harinya. Di urutan kedua diduduki oleh Instagram dengan pengguna sebanyak 19,9 juta atau 15% per-hari (Kominfo 2016).

Belanja *online* yang cenderung memberi kemudahan membuat masyarakat kecanduan untuk berbelanja online. Yang mana pengguna atau pembeli hanya perlu melihat-lihat produk berupa foto dan deskripsi barang tanpa harus berjalan-jalan layaknya belanja di tempat secara langsung. Di sisi lain, belanja *online* menawarkan barang dan jasa melalui aplikasi dan situs website yang disediakan. Dan maraknya penjual yang menawarkan barang dan jasa akan menjadi persaingan yang ketat bagi penjual. Berbagai cara dilakukan oleh penjual untuk menarik minat pembeli seperti mengadakan promo atau potongan harga, bonus aksesoris dan lain-lain.

Menjamurnya belanja *online* di Indonesia, konsumen biasanya menggunakan aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat ataupun atas rekomendasi teman sekitar. Tahun 2019 aplikasi *Tokopedia* menjadi peringkat

pertama dengan pengunjung terbanyak hingga 140 juta pengunjung. Setelah itu disusul oleh *Shopee* dengan jumlah pengunjung sebanyak 90 juta pengunjung.

Semakin berkembangnya sistem belanja *online* memiliki efek samping yang tidak direncanakan dan akan dinilai wajar. Hal yang wajar tersebut ialah perilaku konsumtif, di mana segala hal yang dibeli bukan atas dasar kebutuhan tetapi atas dasar untuk memenuhi keinginannya semata yang sifatnya menjaga status sosialnya, gengsi, mengikuti tren dan alasan kurang penting lainnya.

Sifat konsumtif tidak lagi memandang status sosial, jenis kelamin bahkan umur. Remaja menjadi kalangan yang mudah terpengaruh dan kelompok yang termasuk ke dalam golongan konsumtif. Sifat remaja yang suka mencoba hal baru atau “coba-coba” dan boros menjadi alasan kelompok remaja dinilai paling konsumtif. Masa-masa remaja adalah masa yang disebut peralihan dan ajang mencari identitas diri. Di lingkungan pergaulan remaja itu sendiri lebih dengan mudah seseorang untuk terpengaruh oleh gaya atau penampilan teman pergaulannya dibandingkan dengan keluarganya. Hal itu disebabkan saat remaja, kita lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah ketimbang di rumah. Ditambah dengan dukungan media sosial seperti *instagram* yang banyak menampilkan foto gaya terkini yang membuat seseorang meniru gaya tersebut hingga membeli barang-barang yang serupa.

Dalam penelitian ini berfokus pada perilaku konsumtif masyarakat di Perumahan Tridaya Indah Kabupaten Bekasi akibat keberadaan sistem belanja *online* yang sekarang ini semakin berkembang. Mulanya masyarakat Perumahan

Tridaya Indah belanja dengan menggunakan sistem tatap muka, namun akibat keberadaan sistem belanja *online* mayoritas masyarakat di sini justru beralih membeli barang-barang apapun seperti sapu, pel, jam dan perabotan rumah lainnya secara *online*.

Berdasarkan intensitasnya itu sendiri, perubahan sosial akibat keberadaan sistem belanja *online* dapat dikatakan intensitas perubahan yang besar. Karena dengan adanya sistem belanja *online*, mereka tidak perlu keluar rumah untuk membeli suatu barang. Sehingga uang dalam bentuk tunai sudah jarang digunakan karena segala pembayaran juga telah didominasi oleh pembayaran berbentuk elektronik seperti *Ovo*, *ShopeePay*, *Gopay*, dan jenis pembayaran elektronik lainnya.

## 1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perubahan masyarakat Perumahan Taman Tridaya Indah 2 Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi akibat keberadaan sistem belanja *online* ?
2. Apa yang melatarbelakangi masyarakat Perumahan Taman Tridaya Indah 2 Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi menggunakan sistem belanja *online*?
3. Apa dampak perubahan pada sistem belanja dari konvensional menjadi *online* pada masyarakat Perumahan Taman Tridaya Indah 2 Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi?

### 1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perubahan masyarakat akibat keberadaan sistem belanja *online* di Perumahan Taman Tridaya Indah 2 Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi.
2. Untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi masyarakat Perumahan Taman Tridaya Indah 2 Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi menggunakan sistem belanja *online*.
3. Untuk mengetahui dampak perubahan sistem belanja dari konvensional menjadi *online* pada masyarakat Perumahan Taman Tridaya Indah 2 Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi.

### 1.4. Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian terdapat beberapa yang dianggap sebagai manfaat baik secara akademis maupun praktis diantaranya:

1. Adanya penelitian ini secara akademis diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang ilmu sosial terutama yang berkaitan dengan sosiologi pembangunan. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi perguruan tinggi tempat peneliti menimba ilmu.
2. Adanya penelitian ini secara praktis diharapkan bagi masyarakat Perumahan Tridaya Indah Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi untuk mengetahui perubahan-perubahan disekitarnya akibat keberadaan sistem belanja *online*.

## 1.5. Kerangka Pemikiran

Masyarakat berasal dari bahasa Latin *Socius* yang berarti *kawan*. Dalam istilah lain berasal dari bahasa Arab yaitu *Syaraka* yang artinya *ikut serta* atau *berpartisipasi*. Masyarakat diartikan secara umum sebagai kumpulan manusia yang saling berinteraksi dan bergaul. Masyarakat ini memiliki ikatan rasa identitas yang sama dan bersifat *kontinyu* (berlanjut) dan dalam perkembangannya, masyarakat selalu diiringi dengan perubahan sosial.

Pada penelitian ini digunakan teori perubahan menurut Wilbert Moore yaitu, perubahan sosial sebagai perubahan penting dari struktur sosial, struktur sosial yang dimaksudkan adalah pola-pola perilaku dan interaksi sosial. Struktur sosial tersebut mencakup norma, nilai, dan fenomena kultural.

Perubahan sosial dalam masyarakat tentunya tidak dapat untuk dihentikan, karena pada hakikatnya manusia memiliki sifat untuk melakukan perubahan, meskipun perubahan sosial terjadi secara *statis* (lambat) sekalipun. Manusia memiliki sifat tidak pernah puas dan selalu ingin berkembang menjadi lebih baik. Hal ini sejalan dengan berkembangnya teknologi yang menjadikan segalanya serba instan dan praktis.

Sistem belanja *online* menjadi salah satu bukti perubahan sosial. Inovasi yang terus dikembangkan sifat manusia yang tidak pernah puas menghasilkan sistem belanja *online* menjadi kebiasaan baru dalam membeli kebutuhan suatu masyarakat dan perlahan meninggalkan sistem belanja konvensional. Karena

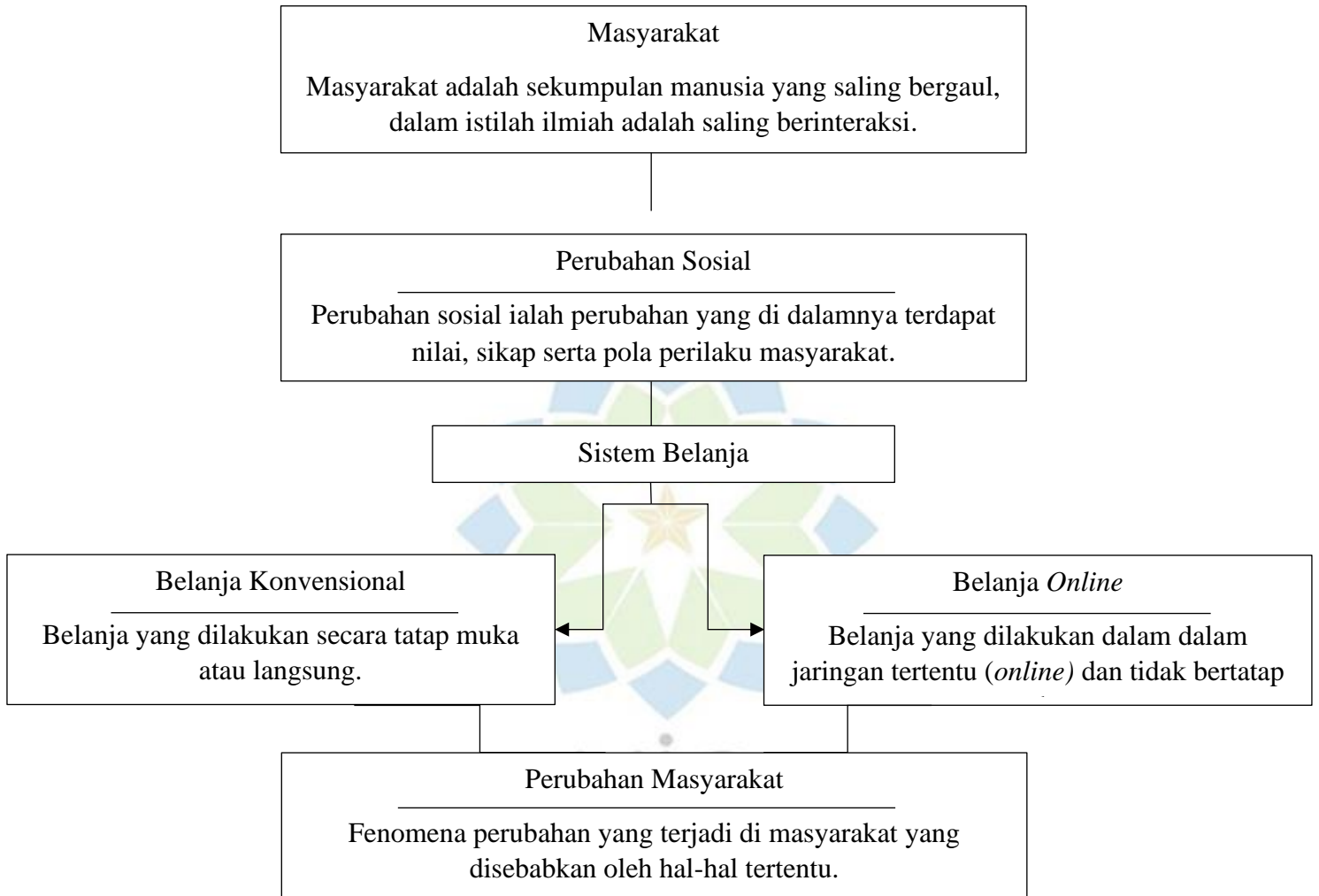
belanja online dianggap lebih efisien dibandingkan dengan belanja konvensional yang cenderung tidak praktis dan membuang-buang waktu.

Perubahan yang terjadi dalam masyarakat akibat keberadaan belanja *online* sangat beragam. Mulai dari toko perabotan banyak yang gulung tikar, hingga toko-toko baju sepi dan lebih memilih untuk mendagangkan produknya secara *online*. Semakin berkembangnya sistem belanja *online* juga membuat jasa pengiriman barang semakin naik daun. Karena salah satu syarat penting dari belanja *online* adalah adanya jasa pengiriman barang.





**Gambar 1.1 Kerangka Berpikir**



### 1.6. Permasalahan Utama

Perubahan masyarakat yang terjadi disebabkan oleh sistem belanja *online* yang memudahkan masyarakat untuk berselancar di media sosial membuat membuat timbulnya sikap individualis dalam masyarakat. Karena dengan kemudahan yang diberikan oleh sistem belanja *online*, masyarakat tidak perlu lagi

keluar rumah untuk berbelanja. Hal tersebut menjadikan berkurangnya komunikasi secara langsung atau bertatap muka antara masyarakat yang satu dengan lainnya.

Adanya sistem belanja *online* juga membuat masyarakat menjadi lebih konsumtif, karena iklan suatu barang dapat mudah dilihat di manapun, sehingga menimbulkan rasa tertarik untuk membeli produk dari iklan yang masyarakat lihat disebut *market place* atau media sosial.

