

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman khususnya di bidang teknologi telah menimbulkan dampak perubahan sosial pada masyarakat sekarang ini. Hal ini membuat masyarakat berubah dari yang tadinya masyarakat tradisional menjadi masyarakat global. Dunia sudah sangat terbuka terhadap perkembangan teknologi dan informasi. Maka dari itu memudahkan kita dalam melakukan segala hal. Salah satunya adalah kita bisa berinteraksi dengan orang lain walaupun terpisah jarak dan waktu. Kemajuan dalam teknologi informasi memberikan ruang dalam kehidupan manusia menjadi semakin luas tanpa adanya batasan. Perkembangan teknologi komunikasi telah mendorong banyak kalangan untuk dapat memiliki pengetahuan teknologi dan menyesuaikan diri dalam pemanfaatan teknologi yang terus berkembang. Hingga pada akhirnya hal tersebut menimbulkan pergeseran nilai dan budaya pada hal-hal yang sehubungan dengan segala aktivitas sehari-hari. Salah satu contoh dari pergeseran tersebut adalah adanya perubahan perilaku belanja konsumen diakibatkan oleh kehadiran internet yang digunakan untuk transaksi jual beli demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Jaringan internet merupakan sistem komunikasi yang mampu menghubungkan jaringan komputer di seluruh dunia. Jaringan internet hadir

sebagai salah satu bukti kemajuan teknologi komunikasi yang mampu mengatasi kendala komunikasi tradisional menjadi global. Dahulu komunikasi hanya bisa dilakukan dengan orang terdekat saja walaupun akan komunikasi dengan orang yang jauh maka harus melalui surat itupun memakan waktu yang sangat lama. Namun sekarang orang-orang bisa berkomunikasi dengan jarak dan waktu yang tidak ditentukan. Saat ini jaringan internet mampu diakses oleh semua orang bahkan hingga ke masyarakat desa. Adanya jaringan internet membuat kehidupan masyarakat menjadi berubah. Kini masyarakat cenderung memilih mencari informasi melalui media yang lebih mudah di akses.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 dalam Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia dari 262 juta total populasi penduduk Indonesia 143,26 juta adalah pengguna internet. Pengguna yang mendominasi penggunaan internet ini adalah penduduk pulau Jawa yaitu sebanyak 58,08% (Tokopreneur, 2018).

Manusia merupakan makhluk Tuhan yang diberikan keistimewaan lebih dari makhluk lainnya. Manusia diberikan akal untuk berpikir dan sewaktu-waktu bisa membuat sebuah pemikiran atau temuan baru yang menjadi pengetahuan dan memberikan manfaat bagi kehidupan manusia itu sendiri (Burhan Bungin, 2003). Salah satu contoh yang merupakan bukti dari hasil penemuan manusia adalah adanya teknologi. Dari adanya teknologi tersebut menghasilkan banyak penemuan salah satunya adalah jaringan internet. Jaringan internet merupakan sistem komunikasi yang mampu menghubungkan jaringan komputer di seluruh dunia. Saat ini jaringan internet mampu diakses oleh semua orang bahkan hingga ke masyarakat desa. Adanya jaringan internet

membuat kehidupan masyarakat menjadi berubah. Kini masyarakat cenderung memilih mencari informasi melalui media yang lebih mudah di akses.

Salah satu dampak yang ditimbulkan dari adanya jaringan internet adalah munculnya *electronic commerce* atau toko yang dapat di akses secara online dengan menggunakan handphone pintar atau sering kita sebut *smartphone*. *e-commerce* yang merupakan toko *online* memungkinkan seseorang untuk membeli suatu barang tanpa harus datang ke toko secara langsung. Biasanya ketika akan membeli suatu barang maka seseorang akan mendatangi pusat perbelanjaan seperti pasar, mall atau pameran-pameran yang menjual berbagai jenis barang. Akan tetapi dari hadirnya *e-commerce* akibat dari perkembangan teknologi yang kemudian tercipta pasar berbasis *online* atau bisa juga disebut *online shop*.

Belanja *online* kini hadir sebagai fenomena yang menjadi salah satu gaya berbelanja populer di era modern. Transaksi belanja *online* dilakukan dengan sejumlah fasilitas pendukung yang harus tersedia, diantaranya yakni : perangkat teknologi komunikasi, akses jaringan internet, jasa kurir(cargo) antar daerah, serta pembangunan infrastruktur yang memadai. Sehingga dengan adanya fasilitas pendukung yang memadai, transaksi belanja *online* dapat dilakukan disetiap daerah, tak terkecuali masyarakat di daerah pedesaan.

Semakin teknologi meningkat pesat dan juga manfaatnya semakin banyak, maka semakin tinggi juga tingkat jual beli yang dapat dilakukan tanpa harus dengan saling bertemu. Karena kegiatan jual beli dapat dilakukan dengan hanya menggunakan internet. Seseorang yang akan membeli suatu barang tidak

perlu lagi datang ke pasar untuk mencarinya. Hanya dengan bermodal jaringan internet kemudian mencari barang yang diinginkan dan melakukan pembayaran melalui transfer bank atau pembayaran ditempat saat barang diantar yang kita kenal dengan istilah *cash on delivery* (COD) dan kemudian barang tersebut akan diantar sampai ke rumah oleh ekspedisi pengiriman.

Dari adanya hal tersebut maka masyarakat akan mengikuti dan turut merasakan dampak dari perkembangan teknologi, tak terkecuali masyarakat penduduk Desa Bantarjaya Kecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, bisa menjadi penunjang dalam kehidupan sosial baik di bidang ekonomi maupun dalam lingkungan sosial budaya. Salah satu contoh keikutsertaan masyarakat dalam perkembangan teknologi adalah dengan melihat budaya yang mereka jalani hari ini, yaitu dengan menggunakan *e-commerce* sebagai pasar atau tempat jual beli.

Dengan perkembangan teknologi membuat masyarakat desa pun beralih dari gaya belanja yang tadinya ketika akan belanja harus ke pasar kini bisa melalui toko *online*. Seperti yang di ketahui bahwa masyarakat desa hidup dengan sederhana. Akan tetapi dengan perkembangan zaman yang semakin pesat hingga salah satunya adalah masuknya teknologi informasi hingga ke perdesaan membuat masyarakat desa pun turut merasakan dan menjalani kemudahan layaknya di kota. Kemudahan yang dimaksud disini adalah hadirnya *online shop* sebagai tempat belanja untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Jika dilihat dari teori konsumsi masyarakat Jean Baudrillard, banyak masyarakat yang melakukan konsumsi tidak hanya untuk kebutuhan primer nya yang mendesak, akan tetapi lebih kepada untuk membuktikan kepada khalayak bahwa ia memiliki kemampuan untuk mengkonsumsi barang yang lebih dari

sekedar kebutuhan (Rizky Mochammad Dzulfikar, 2015:34). Dalam bukunya yang berjudul *The System of Object* (1968) yang ditulis dari hasil pengembangan disertasi Baudrillard bermaksud menceritakan kondisi pada era kapitalisme lanjut, dimana objek konsumsi atau komoditi berhasil memberikan dampak bagi seluruh aspek kehidupan manusia. Hasilnya seseorang memaknai eksistensi dirinya melalui komoditi-komoditi yang dibeli yang sudah disisipkan oleh tanda-tanda tertentu. Baudrillard berpendapat bahwa mereka yang berada dalam masyarakat konsumen perlu mengonsumsi untuk merasa hidup (Indra Setia Bakti, 2019: 149).

Konsumsi menurut Baudrillard dikonseptualisasikan sebagai suatu proses dimana pembeli suatu barang terlibat secara aktif dalam upaya menciptakan dan mempertahankan rasa identitas melalui permainan barang-barang yang dibeli. Jadi, konsumsi tidak boleh dilihat sebagai aktivitas yang hanya diinduksi atau diproduksi oleh industri periklanan dan kepentingan komersial pada konsumen modern yang pasif. Dalam pandangan Baudrillard, pada era *post-modern* masyarakat konsumen semakin melihat dari sisi luarnya saja. Para produsen membuat pembaruan produk yang membuat konsumen tidak berhenti untuk berkeinginan mengonsumsi produk-produk yang dijual. Padahal sejatinya produk tersebut bukanlah hal yang terlalu di perlukan, akan tetapi demi memuaskan hasrat konsumsi, maka masyarakat atau konsumen tetap akan mengkonsumsinya. Jadi barang-barang yang dikonsumsi oleh masyarakat tidak sepenuhnya berhubungan dengan kebutuhan primer. Maka permainan

komoditas sebagai tanda adalah sebuah akar penindasan yang sesungguhnya tetapi hadir dalam bentuk atau gaya baru.

Dampak dari adanya *online shop* membuat masyarakat menjadi mudah untuk menjangkau barang-barang terbaru bahkan barang yang berasal dari luar negeri. *Online shop* sudah berbagai macam adanya saat ini. Baik itu melalui aplikasi maupun melalui akun media sosial pribadi seseorang pun kini berubah menjadi tempat lapak. Banyak para produsen yang menjajarkan dagangannya melalui aplikasi belanja *online*. Karena hal itu lebih praktis baik bagi konsumen maupun produsen. Bagi produsen ia tidak perlu sewa tempat untuk membuat toko bagi barang dagangannya, cukup memajang saja foto barang produksinya kemudian di unggah ke media sosial atau ke aplikasi belanja *online*. Dengan begitu pastinya akan lebih menghemat pengeluaran dan juga akan memberikan keuntungan yang lebih banyak. Dan bagi konsumen, tidak perlu keluar rumah untuk membeli suatu barang atau jasa sehingga bisa lebih menghemat waktu dan tenaga. Hadirnya *online shop* turut juga di rasakan oleh masyarakat di Desa Bantarjaya Kecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi. Dengan adanya *online shop* mereka mencari dan membeli barang dengan hanya menggunakan *smartphone*. Skripsi yang penulis susun disini merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Saat Tik Bagus Cahya yang berjudul FENOMENA BELANJA *ONLINE* DI MASYARAKAT PEDESAAN (Studi Kasus Ibu-ibu Masyarakat Desa Bringinwareng). Dari hasil temuan lapangan, peneliti menyimpulkan bahwa transaksi belanja *online* terjadi dikalangan ibu-ibu Desa Bringinwareng karena tersedianya beberapa faktor pendukung seperti : Jaringan internet, telepon pintar (*smartphone*), aplikasi *e-commerce*, dan ketersediaan dana. Adanya jaringan internet yang cukup stabil membuat masyarakat Desa

Bringinwareng bisa mengakses beberapa aplikasi *online* , yang salah satunya adalah aplikasi belanja *online* atau *e-commerce* di *smartphone* mereka. Selain itu, faktor ketersediaan dana juga sangat berpengaruh terhadap frekuensi pembelian masyarakat di *e-commerce*.

Dengan maraknya penggunaan *online shop*, maka dari itu peneliti membuat sebuah penelitian yang berjudul **“PENGGUNAAN *ONLINE SHOP* DI KALANGAN MASYARAKAT PERDESAAN (Penelitian Pada Masyarakat Desa Bantarjaya Kecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi)”**

1.2. Rumusan Masalah

- a. Apa yang mendorong masyarakat Desa Bantarjaya Kecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi menggunakan *online shop*?
- b. Bagaimana dampak penggunaan *online shop* pada perilaku konsumen masyarakat Desa Bantarjaya Kecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang tertulis diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hal apa saja yang mendorong masyarakat Desa Bantarjaya Kecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi menggunakan *online shop*?

- b. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana dampak yang ditimbulkan dari penggunaan *online shop* pada masyarakat Desa Bantarjaya Kecamatan Pebayuran Kabupaten Bekasi

1.4. Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat penelitian merupakan hasil dari kegunaan penelitian yang dilakukan. Manfaat penelitian menggambarkan hal-hal setelah suatu tujuan penelitian terpenuhi. Manfaat penelitian bisa bersifat teori dan bisa saja bersifat praktis apabila masalah pada objek yang di teliti terpecahkan. Ada beberapa manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini. Diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Manfaat akademis disini dimaksudkan dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menambah keilmuan baik bagi peneliti maupun bagi pembaca. Selain itu pula, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada konsumen khususnya masyarakat pedesaan untuk bisa lebih teliti dalam melakukan keputusan pembelian. Serta menjadi masukan bagi para pemasar *e-commerce* maupun *online shopper* dalam merancang strategi pemasaran yang baik. Dan dapat menjadi masukan bagi pemerintah untuk lebih memperhatikan fenomena transaksi belanja *online* yang dapat menjadi potensi pertumbuhan ekonomi

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini di harapkan bisa memberikan

manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan bagi pembaca dan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya untuk di jadikan bahan referensi

1.5. Kerangka Berpikir

Setiap penelitian membutuhkan kerangka berpikir untuk dijadikan sebuah petunjuk untuk menentukan arah penelitian. Kerangka pemikiran digunakan agar penelitian tetap fokus pada tujuan yaitu topik atau tema yang diteliti. Kerangka berpikir tersebut digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran sementara dalam pelaksanaan penelitian yang dilakukan dilapangan. Alur kerangka pemikiran yang dibuat oleh peneliti digambarkan sebagai berikut:

Gaya hidup biasanya mencerminkan sikap seseorang, nilai-nilai atau pandangan dunia. Oleh karena itu, gaya hidup dijadikan sebuah sarana untuk menempa kesadaran diri agar memiliki identitas pribadi. Hal ini merujuk kepada cara seseorang menampilkan diri mereka dan cita rasa mereka melalui pemilihan barang-barang tertentu. Individu melakukan konsumsi secara aktif, menggunakan barang-barang seperti pakaian, kendaraan, rumah dan lain sebagainya untuk mencerminkan gaya hidup mereka masing-masing.

Di dalam penelitian ini, berdasarkan pada asumsi bahwa perkembangan teknologi dan informasi dan kondisi ekonomi keluarga, memberikan pengaruh kepada seseorang. Setiap orang melakukan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya atau sekedar memenuhi keinginannya. Ada beberapa orang yang tidak memiliki alasan mengapa ia itu membeli suatu barang padahal ia tidak

terlalu membutuhkannya. Akan tetapi seseorang itu tetap membeli mungkin hanya karena tertarik sementara saja atau melihat orang lain memiliki barang tersebut kemudian ia juga ingin memilikinya padahal sebetulnya ia tidak memerlukan barang tersebut.

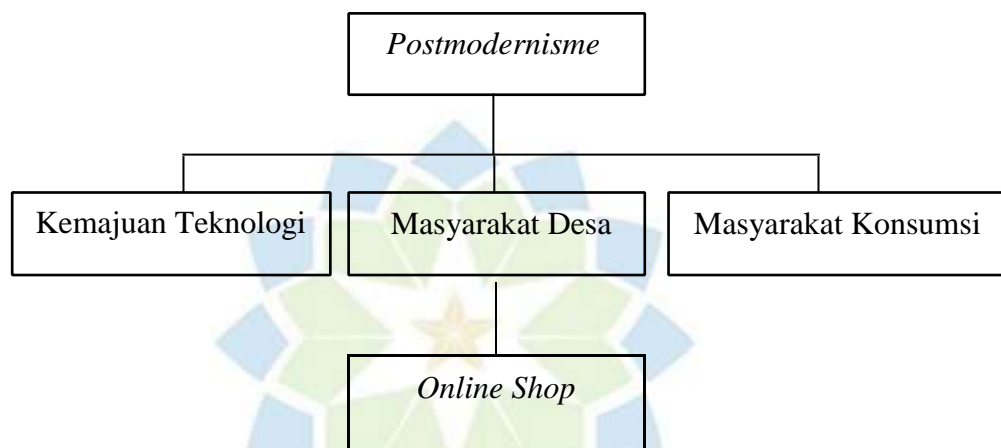
Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemikiran Jean Baudrillard yang membahas tentang masyarakat konsumsi. Jean Baudrillard dalam pemikirannya konsep konsumsi merupakan sebuah konsep kunci untuk menunjukkan konsumerisme yang telah menjadi gaya hidup bagi manusia modern. Baudrillard menyatakan bahwa masyarakat *post-modern* mengkonsumsi suatu barang berdasarkan kepada *symbolic value* atau nilai simbol, artinya ketika seseorang membeli suatu barang tidak hanya berdasarkan kepada kebutuhannya saja namun juga ingin memberikan simbol bahwa seseorang itu mampu membeli barang dengan harga yang tinggi misalnya. Hal ini sejalan dengan keadaan masyarakat saat ini, karena saat ini masyarakat tak hanya membeli barang untuk memenuhi kebutuhan namun juga sebagai pemuas keinginan (S, Asyafiq, 2019). Konsumsi itu melibatkan hasrat, oleh karena itu proses konsumsi bukan hanya proses ekonomi melainkan juga proses psikologis (Martono, 2011).

Dalam proses pembelian, terkadang seseorang lebih suka membeli “merek” daripada manfaatnya. Sebagai contoh seorang mahasiswa membeli handphone merek A yang harganya Rp 10.000.000 yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi misalnya, diluar itu ada handphone lain yang harganya Rp 5.000.000 dengan fungsi yang sama yaitu untuk kebutuhan komunikasi. Akan tetapi karena handphone merek A itu lebih bergengsi maka mahasiswa itu

membelinya, karena merek tersebut memiliki simbol berlebih dan bisa menjadikan penggunaanya diberikan status yang lebih.

Inilah yang dimaksud oleh Jean Baudrillard dengan orang lebih suka mengonsumsi 'simbol' daripada nilai guna dari barang yang dikonsumsinya. Bila pada awalnya konsumsi dimaknai sebagai sebuah proses pemenuhan kebutuhan pokok manusia, namun kini konsumsi bergeser sebagai sarana mengekspresikan posisi seseorang dan identitas kultural seseorang di dalam masyarakat.



Tabel 1.1. Skema Konseptual

1.6. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

- a. Perkembangan teknologi informasi yang membuat masyarakat mengalami pergeseran semula dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern.
- b. Perubahan sosial di masyarakat membuat pergeseran di masyarakat desa yang tadinya kita kenal masyarakat desa itu hidup dengan kesederhanaan kini mulai mengikuti kebiasaan masyarakat kota yaitu menggunakan jaringan internet dan alat pendukung berupa *smartphone* sebagai tempat belanja *online* karena ketersediaan segala hal pendukung tersebut.
- c. Keuntungan yang didapatkan dari berbelanja *online*, diantaranya adalah hemat waktu, hemat tenaga dan juga hemat uang karena biasanya barang-barang yang dijual di *online shop* itu lebih murah di bandingkan dengan di toko
- d. Ada juga kekurangan dalam belanja *online* diantaranya barang yang dibeli tidak sesuai dengan ekspektasi atau rusak dan lain sebagainya.
- e. Barang yang dibeli bukanlah berdasarkan kebutuhan melainkan prestise
- f. Proses pembelian yang terkadang bukan keinginan asli dari dalam diri melainkan mengikuti kelompok tertentu atau mengikuti budaya tertentu.

Manfaat penelitian merupakan hasil dari kegunaan penelitian yang dilakukan. Manfaat penelitian menggambarkan hal-hal setelah suatu tujuan penelitian terpenuhi. Manfaat penelitian bisa bersifat teori dan bisa saja bersifat praktis apabila masalah pada objek yang di teliti terpecahkan. Ada beberapa manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini. Diantaranya sebagai berikut:

3. Manfaat akademis

Manfaat akademis disini dimaksudkan dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menambah keilmuan baik bagi peneliti maupun bagi pembaca. Selain itu pula, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada konsumen khususnya masyarakat pedesaan untuk bisa lebih teliti dalam melakukan keputusan pembelian. Serta menjadi masukan bagi para pemasar *e-commerce* maupun *online shopper* dalam merancang strategi pemasaran yang baik. Dan dapat menjadi masukan bagi pemerintah untuk lebih memperhatikan fenomena transaksi belanja *online* yang dapat menjadi potensi pertumbuhan ekonomi

4. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini di harapkan bisa memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan bagi pembaca dan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya untuk di jadikan bahan referensi

1.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai gaya hidup mahasiswa dilakukan oleh Dini Nur Islamiyah Agustin Mahasiswa jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2019. Skripsinya berjudul PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DESA BABAKSARI, KECAMATAN DUKUN, KABUPATEN GRESIK DI PASAR MODERN DITENGAH BERKEMBANGNYA *ONLINE SHOP*.

Dalam skripsinya itu saudara Dini Nur Islamiyah Agustin membahas tentang perbandingan antara *online shop* dengan pasar atau mall. Karena maraknya penggunaan online shop, maka saudara Dini Nur Islamiyah meneliti apakah semua objek penelitiannya di Desa Babaksari Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik beralih dari tempat belanja di pasar ke *online shop* atau tidak. Akan tetapi dari hasil penelitiannya sebagian besar masyarakat desa Babaksari lebih memilih berbelanja secara langsung ke pasar atau mall dengan alasan bisa melihat barang yang akan dibeli secara langsung sehingga mengurangi kekecewaan akibat barang tidak sesuai ekspektasi. Selain itu juga bagi masyarakat Desa Babaksari belanja secara langsung bisa menjadi hiburan bagi diri sendiri karena bisa sekalian berjalan-jalan.

2. Penelitian lain dilakukan oleh Rifa Dwi Styaning Anugrahati mahasiswa Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta berjudul “Gaya Hidup *Shopaholic* Sebagai Bentuk Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta”. Persamaan penelitian saudara Rifa dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai *online shop*. Akan tetapi disini perbedaannya yaitu saudara Rifa Dwi Styaning

Anugrahati meneliti objek kajian *shopaholic* sebagai gaya hidup mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Sedangkan pada penelitian ini meneliti mengenai hal yang mendorong masyarakat menggunakan *online shop*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya hidup Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta yang sering belanja *online*. Selain itu juga untuk mengetahui faktor apa saja yang menyebabkan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta memiliki gaya hidup yang dikatakan konsumtif akibat sering belanja *online* serta untuk mengetahui akibat yang di timbulkan dari gaya hidup *Shopaholic* mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil dari penelitian sudari Rifa yaitu ada beberapa dari mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta yang berperilaku konsumtif dengan memiliki gaya hidup *shopaholic*. Biasanya para mahasiswa tersebut menggunakan barang-barang branded dan juga pakaian model-model terbaru. Hal yang membuat para mahasiswa tersebut berperilaku konsumtif adalah karena banyaknya pusat perbelanjaan, mengikuti *trend* masa kini, pengaruh iklan, pengaruh keluarga dan juga pengaruh teman-teman di sekitarnya.