

DAMPAK MEDIA ONLINE SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI DESA MULYOHARJO JEPARA

Oleh : Febriyalita Nur Mutma'inah

Pembimbing : Lia Leliana, S.Pd

Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jepara

ABSTRAK

Generasi muda merupakan generasi yang aktif yang mengikuti perkembangan teknologi dan sangat dekat dengan dunia internet. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak shopee sebagai media belanja online terhadap perilaku konsumtif, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja di desa Mulyoharjo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara kepada beberapa narasumber, dimana narasumber tersebut adalah remaja di desa Mulyoharjo. Hasil penelitian dampak shopee terhadap perilaku konsumtif adalah bersikap negatif. Faktor pendorong konsumtif dari lingkungan, ketertarikan memiliki produk yang ditawarkan, promo gratis ongkir, cashback, diskon, buy one get one, kemudahan mengaplikasikan dan keinginan menunjang penampilan lebih menarik mengikuti perkembangan gaya masa kini.

Kata kunci: Dampak Shopee, Perilaku Konsumtif, Remaja.

LATAR BELAKANG

Zaman yang telah berkembang saat ini menuntut pola terhadap perubahan perilaku gaya hidup pada masyarakat. Pada saat ini yang sedang menjadi trend dan populer di kalangan masyarakat yaitu online shop. Berbelanja secara online memang saat ini sedang diminati sebagian besar masyarakat karena dengan cara baru inilah masyarakat tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang yang diinginkan (Shadiqie, 2020).

Perkembangan teknologi yang tumbuh dengan cepat harus disikapi dengan sigab dan tepat. Hal itu juga yang

dilakukan oleh shopee, hal ini dapat dilihat dari komitmen mereka untuk selalu memberikan penawaran dan pelayanan berbelanja yang berkesan dan menguntungkan melalui sejumlah inovasi. Perusahaan yang dibawah kendali perusahaan bernama sea ini memang bertekad menjadi fasion e-commerce, alasannya fasion market places me-manage jumlah barang atau stok kipping unit yang banyak (Wijaya, 2019).

Trend gaya hidup generasi muda sering kali menuntut perubahan yang cepat dan dinamis. Hal ini dapat mengakibatkan kecenderungan kearah pembentukan identitas melalui gaya hidup sebagai suatu

simbol diantara mereka. Selain itu, generasi muda merupakan yang berpotensi aktif dalam menggunakan situs jejaring sosial. Pola konsumsi yang sangat tinggi cenderung untuk membuat menjadi konsumtif (Wijaya, 2019).

Berdasarkan pemaparan penulis diatas, tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ dampak media online shopee terhadap perilaku konsumtif pada remaja di desa mulyoharjo”.

RUMUSAN MASALAH

Sesuai dengan latar belakang masalah, rumusan masalah dari peneliti ini adalah :

1. Bagaimana dampak shopee sebagai media belanja online terhadap perilaku konsumtif?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja di desa Mulyoharjo?

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui dampak shopee sebagai media belanja online terhadap perilaku konsumtif
2. Untuk Mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja di desa Mulyoharjo

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, menurut denzim dan lincoln (1994) adalah melibatkan penggunaan dan pengumpulan berbagai bahan empiris, Studi kasus, pengalaman pribadi, intropeksi, riwayat hidup, wawancara, pengamatan, teks sejarah, inetaksional dan fisual: yang menggambarkan momen rutin dan

problematis, serta maknanya dalam kehidupan individual dan kolekstif (Gunawa, 2015).

KAJIAN PUSTAKA

Shopee merupakan salah satu jejaring sosial yang memberi kemudahan bagi penggunaanya menjalin komunikasi dengan siapapun. Saat ini shopee digunakan banyak orang sebagai lahan bisnis yang disebut *online shop*. Dengan melihat frekuensi seringnya mereka menggunakan smartphone, maka secara otomatis mereka akan melihat barang – barang di online shop yang ada di smartphone mereka dan ini akan menimbulkan perilaku konsumtif mereka terjadi (Faizah,2019).

Cahyana (1995) memberikan definisi perilaku konsumtif sebagai tindakan yang dilakukan dalam mengkonsumsi berbagai macam barang yang merupakan sebuah keinginan. Hal ini sejalan dengan pendapat grinder (1983) bahwa perilaku konsumtif memberikan pengertian tentang pola hidup manusia yang di kendalikan dan didorong oleh keinginan untuk memenuhi kesenangan semata.

Beradsarkan definisi para ahli mengenai periaku konsumtif yang di jelaskan pada paragraf sebelumnya, peneliti mengambil kesimpulan, bahwa perilaku konsumtif merupakan pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan berupa pembelian barang dan jasa untuk memnuhi kesenangan semata dan tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional.

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dampak shopee sebagai media belanja online terhadap perilaku konsumtif pada remaja di desa mulyoharjo.

Shopee memiliki banyak promo yang ditawarkan serta, kemudahan dalam bertransaksi.

sehingga remaja di desa Mulyoharjo boros dalam menghabiskan uangnya hanya untuk memenuhi keinginan konsumsi mereka dan ada juga sebagian remaja yang tidak boros.

Beragam fasilitas yang disajikan oleh internet memberikan kemudahan bagi para pengguna nya, termasuk media online shopee semakin populer masa sekarang. Generasi muda salah satu bagian dari masyarakat yang sangat dekat dengan perubahan yang disajikan oleh adanya internet. Shopee yang merupakan bagian dari internet adalah salah satu e-commerce yang memberi kemudahan bagi penggunaanya dalam menjalin komunikasi dengan cara jual beli secara online. Banyaknya online shop di shopee mempengaruhi perubahan perilaku belanja seseorang. Berikut laporan hasil pengalaman setiap informan mengenai Dampak shopee sebagai media belanja online terhadap perilaku konsumtif :

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja desa mulyoharjo :

Penampilan menjadi hal penting dan prioritas utama bagi remaja di desa Mulyoharjo terutama untuk selalu tampil modis dan rapi. Selain itu mereka tidak tertarik pada produk yang dibeli temannya, karena mereka membeli sesuatu sesuai

keinginan serta sesuai selera mereka masing-masing. Menurut mereka, mereka sangat sulit menahan diri dalam berbelanja online karena ada promo yang ditawarkan, dan ada juga salah satu remaja yang tidak sulit menahan diri kecuali dia benar-benar ingin memiliki barang tersebut. Remaja-remaja tersebut sering diberitahu oleh orang-orang terdekat tentang informasi mengenai produk baru online shop yang ada di Shopee.

PEMBAHASAN

Data-data yang diperoleh berdasarkan tentang dampak media online Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja desa Mulyoharjo. Kesimpulan disajikan berdasarkan jawaban asli dari setiap narasumber menurut bahasa, pandangan dan ungkapan mereka. Dari semua kesimpulan yang ada, tindakan membeli barang dengan pertimbangan emosional atau lebih didominasi oleh keinginan-keinginan diluar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Hal ini karena faktor perilaku konsumtif mudah terpengaruh oleh model, terpengaruh oleh iklan yang ditawarkan, gengsi, mencoba lebih dari satu model, warna, kemasan yang menarik, menjaga penampilan diri, pertimbangan harga bukan kegunaan.

KESIMPULAN

Dari hasil temuan pada remaja di desa Mulyoharjo, peneliti menyimpulkan bahwa dampak Shopee sebagai media online terhadap perilaku konsumtif remaja di desa Mulyoharjo adalah bersikap negatif. Transaksi konsumtif yang dilakukan remaja di desa Mulyoharjo untuk melakukan belanja online karena adanya pembelian tanpa pertimbangan,

kemudahan yang diberikan dan manfaat yang mereka rasakan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja di desa Mulyoharjo karena adanya ketertarikan memiliki produk yang

DAFTAR PUSTAKA

Cahyana, Yan Yan. 1995. *“Iklan Televisi dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Perkotaan”*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Airlangga.

Faizah, Nur. 2019. *“Dampak Pembelian Online Shop di Shopee dalam perubahan gaya hidup Konsumtif perempuan SHOPAHOLIC”*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep.

Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

ditawarkan toko online shop yang ada di Shopee. Hal ini merupakan wujud gaya hidup konsumtif yaitu membeli produk karna menjaga penampilan, mengikuti perkembangan zaman dan gaya hidup.

Shadiqien, Shen, Mohammad Ali Wafa & Joko Hermawan. 2020. *“Dampak Media Online Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Karyawan Pt. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten, Tbk Cabang Banjarmasin”*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad.

Wijaya, Evelyn & Warnadi. 2019. *“Faktor – Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online Shopee: Dampak Dari E-Commerce”*. Jurnal Ilmiah Manajemen.

LAMPIRAN

