

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi zaman sekarang yang begitu cepat dan pesat turut banyak memberi pengaruh, terutama pada aspek-aspek kehidupan manusia. Seiring kemajuan teknologi yang semakin canggih dan terus mendorong kemunculan-kemunculan berbagai teknologi baru di dunia. Peranan teknologi sendiri yang membantu dalam sarana berkomunikasi juga untuk mendapat informasi-informasi terkini. Di Indonesia sendiri, pengaruh dari perkembangan teknologi telah menyebar begitu pesatnya. Kemajuan teknologi saat ini tidak dapat terpisahkan dari berbagai kehidupan manusia. Suatu hasil dari kemajuan teknologi sendiri adalah internet, yang telah menjadi sarana informasi dan komunikasi.¹

Internet merupakan kepanjangan dari *interconnected networking*, yaitu hubungan komputer dengan berbagai jenis yang kemudian membentuk sistem jaringan yang mencakup seluruh dunia (jaringan komputer global). Internet berasal dari bahasa Latin "*inter*", yang berarti "antara". Internet adalah jaringan computer yang terbentuk dari berbagai tipe komputer dan jaringan di dunia. Internet yang terjaring dengan berbagai sistem komputer di dunia. Internet merupakan hubungan dengan *system* operasi juga aplikasi yang

¹Ade Putra Halomoan Siregar, "Perkembangan Teknologi: Bagaimana Menyikapi Tantangan dan Peluangnya", Jurnal, 154.

berbeda, hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan dalam media komunikasi yang telah menggunakan standar bertelekomunikasi.²

Teknologi dewasa ini sudah tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Berbagai kemudahan untuk mendapat informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia dengan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi seperti internet saat ini yang telah dinikmati hasilnya oleh berbagai kalangan. Melalui media internet dengan kemudahan dan kecanggihannya, mereka bisa mengakses informasi dari seluruh dunia.³

Adapun media yang menjadi sarana komunikasi bagi masyarakat sebagai penghubung di antara dua pihak adalah media sosial yang merupakan hasil kecanggihan dari teknologi yang baru dengan berbasis internet untuk memudahkan khalayak umum agar dapat berkomunikasi, berpartisipasi dan membentuk sebuah jaringan secara online. Keberadaan media sekarang, semakin mempermudah masyarakat mendapat informasi melalui internet. Bahkan saat ini pengelola media di Indonesia lebih meningkatkan kemampuannya dalam menghadapi persaingan global dan telah menyediakan berbagai program unggulannya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Media sendiri memiliki peranan dalam kehidupan masyarakat, selain digunakan untuk sarana berkomunikasi dan mendapat informasi media sosial sebagai alat untuk berjualan secara online kemudian mempromosikan barang

²Alcianno G. Gani, "Pengenal Teknologi Internet Serta Dampaknya", Jurnal, 71-72.

³Hendro Setyo Wahyudi dan Mita Puspita Sukmasari, "Teknologi dan Kehidupan Masyarakat", dalam Jurnal Analisa Sosiologi, Vol. 3, No. 1, April 2014, 13-15.

dagangannya melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp dan yang lainnya.⁴

Penggunaan media internet yang telah berkembang dengan cepat dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehingga dapat membuka peluang bagi para pembisnis yang memanfaatkan internet untuk melaksanakan aktivitas transaksi jual beli secara online. Melalui *smartphone* seseorang bisa mengakses, melakukan pencarian dan pembelian dengan mudah tanpa waktu lama hanya untuk membeli suatu produk. Penjual dan pembeli dapat bertransaksi secara online lewat aplikasi belanja online yang bisa di unduh pada *smarphone* mereka. Belanja online melalui aplikasinya yang menyediakan beragam jenis produk dan jasa.⁵

Aplikasi belanja merupakan aplikasi yang bisa di akses menggunakan *browser web* atau melalui internet. Belanja online adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet. Kini belanja online telah menjadi sebuah kebiasaan juga banyak diminati oleh berbagai kalangan. Penggunaanya pun terdiri dari berbagai kalangan mulai dari remaja, orang dewasa hingga kaum lanjut usia dari pengguna internet. Bagi para penggunaanya, aplikasi belanja online menjadi salah satu media yang digemari, karena mereka mendapatkan berbagai kemudahan yang diberikan oleh layanannya. Tanpa disadari hal ini perlahan mulai merubah gaya hidup

⁴Husnul Khatimah, "Posisi dan Peran Dalam Kehidupan Masyarakat", dalam *Jurnal Tasimuh*, Vol. 16, No. 1, Desember 2018, 121-128.

⁵Faizal Ardiyanto dan Hermala Kusumadewi, "Anteseden Intensi Belanja Pengguna Aplikasi/Website Toko Online di Yogyakarta", dalam *Jurnal Wahana*, Vol. 21, No. 2, Agustus 2018, 110-111.

dan pola pemikiran masyarakat. Melalui belanja online sebagai sarana untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan disediakan oleh berbagai toko online.⁶

Beragam jenis aplikasi belanja online yang cukup populer dan banyak digemari oleh konsumen saat ini dan sudah tidak asing lagi didengar adalah seperti aplikasi Lazada, Tokopedia, Olx, Bukalapak, Shopee dan aplikasi online lain yang berkembang pesat hingga menyebar di Indonesia. Aplikasi yang canggih dan mudah digunakan dengan menyediakan fitur-fitur unik dan beragam untuk sekedar melihat promo ataupun penawaran menarik dari produk yang ditawarkan maupun barang dan jasa yang tersedia lewat aplikasinya. Aksesnya pun cepat dan aman dengan menawarkan bermacam-macam jenis barang dan jasa.⁷

Belanja online yang turut menggeser pola kehidupan sosial. Awalnya interaksi komunikasi dilakukan secara langsung bertemu dan bertatap muka, berbeda dengan saat ini orang-orang berinteraksi tanpa bertatap muka dan hanya melalui *chatting* atau pesan. Seperti halnya dulu pasar menjadi salah satu pusat kehidupan sosial dan tempat konsumsi produk tempat dimana orang-orang saling berinteraksi secara langsung. Perkembangan teknologi sekarang bisa yang memicu terjadinya perubahan pada masyarakat ketika berkumpul, berinteraksi dan menghabiskan waktu.⁸

⁶Aulia Lailatul Rachmawati, “Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, dalam *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen*, Vol. 1, No. 1, 2019, 2.

⁷Awi Apriani Ningrum Simamora dan Marlya Fatira AK, “Kemudahan Aplikasi dan Keragaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online”, dalam *Jurnal Maneksi*, Vol. 8, No. 2, Desember 2019, 216-217.

⁸Risky Widiaputri, “Kontruksi Sosial Konsumen Mengenai Platform Belanja Online Shopee”, *Jurnal*, 3-4.

Saat ini berbelanja dengan menggunakan aplikasi belanja online sudah menjadi gaya hidup dan kebiasaan terutama pada masyarakat sekarang. Sejak perkembangannya penggunaannya pun semakin meningkat. Berbagai aktivitas bisa diselesaikan dengan mudah dan cepat. Belanja pun kini lebih praktis, pembeli hanya tinggal memesan, mentransfer dan barang yang diinginkan pun akan sampai. Dengan beragam kemudahan dan di dukung oleh kemajuan teknologi saat ini yang dapat mengubah perilaku membeli dimana seseorang membeli sesuatu tetapi tidak didasari pada kebutuhan sebenarnya, melainkan hanya semata-mata karena ingin mendapat kesenangan dan menjadi boros bisa dikategorikan sebagai istilah perilaku konsumtif.⁹

Perilaku belanja online yang sering dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat. Pembeli dapat membeli dan menjelajahi toko-toko online dengan melihat iklan juga promo-promo menarik pada aplikasi belanja yang tersedia. Produk yang ditawarkan beragam jenisnya mulai dari fashion baju, celana, sepatu, buku, kosmetik, parfum hingga barang elektronik seperti kipas angin, *handphone*, laptop dan sebagainya. Perilaku masyarakat yang berbelanja online tetapi tidak sesuai dengan kebutuhannya, ini dapat mengakibatkan masyarakat berperilaku konsumtif jika perilaku konsumen yang membeli barang dan jasa dilakukan secara berlebihan, karena seringnya membeli barang

⁹Hasan Sazali dan Fakhrur Rozi, “Belanja Online dan Jebakan Budaya Hidup Digital Pada Masyarakat Milenial”, dalam *Jurnal Simbolika Research and Learning in Communication Study*, Vol. 6, No. 2, Oktober 2020, 87-88.

secara online bukan karena kebutuhan, tetapi membeli hanya untuk mendapat kesenangan.¹⁰

Suraya dan Fransisca mendefinisikan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan biaya yang berlebihan. Kata konsumtif yang berarti boros, mengonsumsi barang secara berlebihan. Sedangkan menurut Lubis, yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli namun tidak didasarkan oleh pertimbangan rasional tetapi karena adanya keinginan yang tidak rasional lagi.¹¹

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak berdasarkan pada pertimbangan rasional, cenderung matrealistik dan mempunyai hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dengan berlebih-lebihan dan menggunakan segala hal yang dianggap paling mahal untuk memenuhi hasrat hanya demi kesenangan semata.¹²

Seiring kemunculan aplikasi belanja online sebagai salah satu dari kemajuan teknologi yang turut mengubah perilaku konsumen yang biasanya berbelanja langsung datang ke tempat penjualnya, namun berbeda halnya dengan sekarang orang-orang cenderung lebih senang menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh aplikasi belanja online. Tanpa disadari hal ini

¹⁰Agnes Dwita Susilawati dan Dewi Apriani Fr, “Dampak Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Akses Situs Online Shop”, dalam *Jurnal Capital*, Vol. 1, No. 2, Maret 2018, 149-150.

¹¹Eni Lestarina, Hasnah Karimah, dkk, “Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja”, dalam *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, Vol. 2, No. 2, 2017, 3-4.

¹²Wanda Nuara Ciptasari, “Perilaku Konsumtif : Literasi Keuangan, Pengetahuan dan Modernitas Individu”, dalam *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, Vol. 2, No. 1, 2.

turut berdampak pada kegiatan ekonomi pasar yang beralih pada aktivitas online. Dampak adalah sesuatu yang ditimbulkan oleh sebuah peristiwa atau kejadian yang dialami. Dengan adanya aktivitas belanja secara online yang dilakukan oleh konsumen pada setiap saat meningkat jumlah penggunaanya dengan membeli produk-produk yang diinginkan. Perilaku yang dimunculkan oleh konsumen disini akan menimbulkan dampak baik atau buruk bagi setiap penggunaanya. Dampak positif belanja online adalah dalam berbelanja lebih mudah tanpa harus datang langsung ke penjualnya. Sedangkan dampak negatifnya, kegiatan jual beli pada pasar-pasar tradisional akan sepi pembeli jika banyak pembeli yang menggunakan jasa belanja online dan menimbulkan kesenjangan ekonomi yang semakin besar.¹³

Pemahaman tentang perilaku konsumen pada pemasaran dirasa perlu untuk dikaji terlebih dahulu. Menurut Engel, perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang terlibat langsung untuk mendapatkan, mengkonsumsi, menghabiskan dalam produk barang dan jasa. Perilaku konsumen terhadap barang dan jasa yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti selera konsumen, pendapatan, dan harga barang yang tidak berubah. Kemudian gaya hidup turut menentukan seseorang untuk memilih barang yang dikonsumsi. Gaya hidup yang ditentukan oleh beberapa faktor pendukung seperti kepribadian, emosi, motivasi, pembelajaran, budaya, nilai, status sosial dan lainnya.¹⁴

¹³Afifah Hidayati, dkk, "E-Commerce dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa", *Jurnal*, 5-6.

¹⁴Lisa Octaviani dan Arif Sudrajat, "Fenomena Perilaku Belanja Via Online Sebagai Alternatif Pilihan Belanja", dalam *Jurnal Paradigma*, Vol. 4, No. 3, 2016, 3-4.

Beragam penawaran menarik oleh aplikasi belanja, seiring berjalannya waktu akan menjadi suatu gaya hidup konsumtif bagi para penggunanya. Keadaan sosial para konsumen yang seolah melihat beragam produk yang ada sebagai sebuah kebutuhan dalam mengikuti trend. Dalam kegiatannya belanja menjadi gaya hidup untuk menunjukkan suatu identitas pada dirinya juga lingkungan sekitarnya.¹⁵

Adanya perilaku konsumtif ketika ada barang yang terbaru atau menarik dimana orang-orang membelinya karena hanya ingin memamerkan juga untuk menunjang penampilannya. Seseorang bisa tampil *fashionable* dengan mengenakan pakaian atau barang-barang mahal untuk menunjukkan eksistensinya. Dampak negatif yang ditimbulkan oleh perilaku konsumtif ketika seseorang membeli atau menggunakan barang yang sebenarnya tidak diperlukan sehingga terjadinya tindakan pemborosan atau mengakibatkan penumpukkan barang karena tidak mampu membedakan antara kebutuhan atau keinginan.¹⁶

Perilaku pada masyarakat dewasa ini yang menggunakan *smartphone* dalam berkegiatan dan memenuhi kebutuhan mereka agar lebih mudah. Aktivitas belanja online telah memberi keuntungan-keuntungan bagi para penjual yang tidak perlu menyewa lapak untuk menjajakan dagangannya, tetapi bisa memasarkan produk kepada pembeli secara online. Selain itu yang menguntungkan bagi pembeli adalah mereka bisa lebih menghemat biaya

¹⁵Risky Widiaputri, "Kontruksi Sosial Konsumen Mengenai Platform Belanja Online Shopee", *Jurnal*, 5.

¹⁶Afifah Hidayati, dkk, "E-Commerce dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa", 6.

pengeluaran. Dengan berbelanja secara online, seseorang bisa menemukan produk yang terbaru dan lebih murah jika dibandingkan harga pasar. Tetapi hal yang perlu diperhatikan oleh para pengguna jasa belanja online adalah menyeleksi terlebih dahulu agar tidak terjadi kekecewaan ketika menerima barang yang dipesan, karena banyak oknum-oknum penipuan yang membuat akun palsu untuk menjalankan aksinya, maka perlulah berhati-hati dalam menggunakan aplikasi tersebut.¹⁷

Pembelian melalui aplikasi belanja pada dasarnya merupakan salah satu jalan yang ditempuh oleh penggunanya untuk bisa tampil keren dan *fashionable*. Para pengguna membeli barang-barang yang menjadi trend pada aplikasi belanja online. Besarnya pengeluaran yang dihabiskan karena seringnya membeli produk-produk pada aplikasi belanja online secara berlebihan. Hal ini merupakan suatu perilaku konsumtif dimana terjadinya pergeseran makna yang awalnya ingin memenuhi kebutuhan atau keperluan sehari-hari kemudian membeli barang-barang yang tidak seharusnya dibeli dan menjadikan para konsumen atau pembeli dianggap berlebihan dalam memenuhi kebutuhan yang bukan sebenarnya.¹⁸

Fenomena ini yang telah membuat penulis tertarik untuk menelitinya dengan menggunakan analisis konsumtivisme Herbert Marcuse. Konsumtivisme merupakan suatu paham yang memprioritaskan keinginan

¹⁷Afifah Hidayati, dkk, "E-Commerce dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa", 7-8.

¹⁸Sinatra Ardhana Sesurya, dkk, "Perilaku Konsumtif Pada Laki-Laki "Zaman Now" Pengguna Aplikasi "Online Shop" dalam Membeli Barang di Surabaya", *Seminar Nasional dan Call Paper Psikologi Sosial*, 4 Mei 2019, 281.

untuk mempunyai barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya sehingga ada dimensi boros pada paham ini. Istilah konsumtivisme ini menggambarkan bahwa sebagian masyarakat yang terjerumus dalam perolehan barang yang jelas tidak mereka butuhkan. Mereka menjadi terjerat dalam proses akuisisi (perolehan) belanja dan mengambil beberapa identitas dari kepemilikan ha-hal baru yang dibeli kemudian memamerkannya.

Konsumtivisme telah menjadi ideologi baru pada masa sekarang. Ideologi memberi makna dan menjadi dasar rasionalitas dalam kehidupan masyarakat melalui konsumsi material. Stearns menyatakan bahwa kita hidup dalam dunia yang diwarnai dengan konsumtivisme. Sebagai bentuk intuisi yang menjamu para konsumennya untuk menciptakan kebutuhan baru manusia yang diarahkan oleh media agar menjadi masyarakat konsumtif. Hal inilah yang menjadi kekhawatiran Jean Baudrillard yang tertulis dalam bukunya *Consumer Society*, disinilah terjadinya masalah yang menyangkut konsumtivisme.¹⁹

Jika melihat Herbert Marcuse yang merupakan anggota para Mazhab Frankfurt. Konsumtivisme yang begitu dikritik oleh kalangan Mazhab Frankfurt. Sebagai salah seorang anggotanya, Marcuse beranggapan bahwa konsumtivisme tampil dengan tampang yang halus untuk memikat masyarakat kemudian mengarahkannya kepada pola pemikiran satu dimensi. Dengan menggunakan perspektif teori kritis tentang manusia satu dimensi, Marcuse

¹⁹Andri Fransiskus Gultom, "Konsumtivisme Masyarakat Satu Dimensi Dalam Optik Herbert Marcuse", *Article*, April 2018, 2-3.

berupaya memahami dan menjelaskan mengenai konsumtivisme yang terus berlangsung.

Manusia satu dimensi yang dimaksud Herbert Marcuse disini adalah masyarakat yang pasif dan reseptif, tidak kritis sehingga tidak adanya perubahan yang dilakukan. Masyarakat tempat terjadinya produksi materi yang berlimpah, oleh karena itu untuk mempertahankan keuntungan dengan menciptakan jaringan ekonomi yang luas dan menyebar ke belahan dunia. Perlunya paradigma kritis dengan tujuan untuk mengungkap kesadaran palsu dari dunia materi pada fenomena konsumtivisme. Menggunakan metode refleksi-kritis, teori kritis ini bertujuan agar membentuk suatu kesadaran sosial, keadaan-keadaan yang tidak seharusnya terjadi di masyarakat.²⁰

Herbert Marcuse menjelaskan bahwa, perilaku konsumtif adalah dorongan pemenuhan akan kebutuhan palsu. Dalam buku yang ditulis Marcuse berjudul *One Dimensional Man* (Manusia Satu Dimensi) merupakan karya yang menjadi perbincangan oleh kaum kiri di Eropa dan Amerika. Marcuse mengungkapkan bahwa kebutuhan palsu merupakan kebutuhan yang dibebankan kepada individu dengan adanya kepentingan sosial dalam represinya kebutuhan-kebutuhan yang mengabadikan kerja, penderitaan dan juga ketidakadilan. Kebutuhan palsu akan mudah dikenali dan hadir dalam realitas nyata. Semua kebutuhan-kebutuhan untuk bisa bahagia, bersenang-senang, berperilaku dan mengonsumsi sesuatu sesuai iklan maupun promo

²⁰Andri Fransiskus Gultom, “Konsumtivisme Masyarakat Satu Dimensi Dalam Optik Herbert Marcuse”, *Article*, 3-4.

yang disukai atau tidak oleh orang-orang, semua itu termasuk dalam karakteristik kebutuhan palsu. Kebutuhan palsu yang ditanamkan dalam kesadaran sehingga masyarakat dewasa ini yang terjebak pada sikap ketidakkritisian.²¹

Digunakannya analisis Herbert Marcuse ini bertujuan untuk mengetahui dampak yang dimunculkan oleh perilaku atau sifat konsumtivisme dalam penggunaan aplikasi belanja online. Perlu adanya aspek kesadaran baru bagi masyarakat dewasa ini agar tidak terus menerus terikat dalam kejamnya era globalisasi zaman ini. Atas dasar hal tersebut, maka penelitian ini dirasa penting untuk dilakukan pengkajian lebih jauh dan peneliti mencoba untuk menggambarkan bentuk perilaku masyarakat konsumtif pada pengguna aplikasi belanja online berdasarkan analisis Herbert Marcuse dalam sebuah Skripsi yang berjudul “*Fenomena Belanja Daring dan Perilaku Konsumtif (Analisis Herbert Marcuse)*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena belanja online pada aplikasi belanja dimasa sekarang ?
2. Bagaimana analisis Herbert Marcuse terhadap perilaku konsumtif pada pengguna aplikasi belanja?

²¹Herbert Marcuse, *Manusia Satu Dimensi*, (Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya, 2000), 6-7.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui fenomena perilaku konsumtif masyarakat pada aplikasi belanja daring.
2. Untuk mengetahui analisis Herbert Marcuse terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

D. Signifikansi Penelitian

Adapun manfaat atau kegunaan dari hasil penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu secara ilmiah dan praktis.

1. Secara ilmiah, hasil dari penelitian ini yang diharapkan akan bermanfaat dalam pengembangan ilmu keushuluddinan dan menambah wawasan ilmu pengetahuan untuk Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.
2. Secara praktis dapat mengetahui karakteristik juga dampak dari fenomena belanja dan konsumtivisme masyarakat, khususnya pada masyarakat zaman sekarang.

E. Definisi Istilah

Definisi ini dibuat untuk memudahkan pembaca, khususnya mengenai masalah yang akan dibahas, maka penulis perlu menjelaskan beberapa istilah sebagai berikut :

1. **Fenomena**, adalah istilah yang dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda yaitu yang merujuk keluar dan yang berasal dari sudut pandang sendiri. Oleh sebab itu, ketika memandang sebuah fenomena haruslah melihat

dengan menggunakan *ratio* (penyaringan) sehingga munculnya kesadaran yang hakiki.²²

2. **Belanja Online**, merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan aktivitas saat berbelanja atau membeli melalui internet. Menurut Bajpai dan Lee, yang menyatakan bahwa belanja online adalah bagian dari perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk dengan memanfaatkan situs online lewat *World Wide Web* (WWW).²³
3. **Perilaku Konsumtif**, merupakan perilaku mengonsumsi sesuatu secara berlebihan dan bersifat boros yang lebih mementingkan keinginan dari kebutuhan sebenarnya. Konsumtif merupakan suatu gaya hidup yang diterapkan dengan kemewahan.²⁴
4. **Konsumtivisme Herbert Marcuse**, konsumtivisme adalah suatu paham untuk hidup secara konsumtif yang berperilaku boros dalam mengonsumsi barang atau jasa. Konsumtif juga diartikan sebagai sikap tidak mementingkan kegunaan ketika membeli sesuatu, tetapi lebih mengutamakan keinginan untuk membeli barang dan jasa dibandingkan kebutuhan secara boros dan berlebihan. Masyarakat yang menjadi konsumen dijadikan bahan konsumsi pasar yang terjebak dalam gaya hidup konsumtif. Pemuasan terhadap kebutuhan-kebutuhan semu yang

²²Helaluddin, "Mengenal Lebih Dekat Dengan Pendekatan Fenomenologi", *Jurnal*, 6.

²³Ardik Praharjo, "Perilaku Pembelian Secara Online Generasi Milenial Indonesia", dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi*, Vol. XIX, No. 1, Januari 2019, 225.

²⁴Andri Fransiskus Gultom, "*Konsumtivisme Masyarakat Satu Dimensi Dalam Optik Herbert Marcuse*", 3-4.

membahagiakan bagi individu. Namun menurut Marcuse, kebahagiaan itu adalah semu dan tidak dapat dipertahankan karena menghambat perkembangan kemampuan untuk mengenali kekurangan masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu demi kemanusiaan, kebutuhan-kebutuhan tersebut haruslah dihancurkan.²⁵

F. Penelitian Terdahulu

Sejauh pengamatan yang dilakukan penulis, memang ada beberapa kajian yang telah membahas tentang perilaku konsumtif dan ada juga yang membahas tentang fenomena pengguna aplikasi belanja online. Namun, penulis belum menemukan kajian tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis perilaku konsumtif oleh Herbert Marcuse. Jadi, dapat dikatakan belum ada yang meneliti tentang “*Fenomena Belanja Daring dan Perilaku Konsumtif (Analisis Herbert Marcuse)*”.

Beberapa kajian yang telah di analisis memang berbeda jika dilihat dari segi objek maupun subjeknya, namun kajian tersebut dapat membantu penulis dalam melakukan penelitian ini. Adapun yang penulis jadikan sebagai penelitian terdahulu diantaranya :

1. Eva Vasirai Juni, Hans F. Wowor, dan Sary D. E. Putusari. Jurnal berjudul “*Analisis Tingkat Pengalaman Pengguna Terhadap Aplikasi Online Shopping di Area Urban Fringe*” merupakan jurnal yang berasal dari

²⁵Eka Wenats Wuryanta dan Mediana Handayani, “Konsumtivisme dan Hedonisme dalam Media Massa”, 11-21.

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Sam Ratulangi Manado.²⁶

2. Yuni Lestari, Skripsi dengan judul “*Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Toko Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sriwijaya*” merupakan skripsi yang berasal dari Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya pada tahun 2020.²⁷
3. Dini Nur Islamiyah Agustin, Skripsi dengan judul “*Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Babaksari, Kecamatan Dukun, Kabupaten Gresik Di Pasar Modern Ditengah Berkembangnya Online Shop*” merupakan skripsi dari Program Studi Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, UIN Sunan Ampel pada 2019.²⁸
4. Awy Apriani Ningrum Simamora dan Marya Fatira AK, Jurnal berjudul “*Kemudahan Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online*” merupakan jurnal dari Program Studi Akuntansi Keuangan Publik, Politeknik Negeri Medan.²⁹

²⁶Eva Vasirai Juni, Hans F. Wowor, dan Sary D. E. Putusari, “Analisis Tingkat Pengalaman Pengguna Terhadap Aplikasi Online Shopping di Area Urban Fringe”, Jurnal Teknik Informatika, Universitas Sam Ratulangi Manado.

²⁷Yuni Lestari, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Toko Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sriwijaya”, *Skripsi*, (Palembang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2020).

²⁸Dini Nur Islamiyah Agustin, “Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Babaksari, Kecamatan Dukun, Kabupaten Gresik Di Pasar Modern Ditengah Berkembangnya Online Shop”, Skripsi, (Gresik: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, 2019).

²⁹Awy Apriani Ningrum Simamora dan Marya Fatira AK, “Kemudahan Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online”, *Jurnal Akuntansi Keuangan Publik, Politeknik Negeri Medan*.

5. Agnes Dwita Susilawati dan Dewi Apriani Fr, Jurnal yang berjudul “*Dampak Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Akses Situs On-Line Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Universitas Pancasakti Tegal)*” merupakan jurnal dari Fakultas Ekonomi, Universitas Pancasakti Tegal.³⁰

Dilihat dari penelitian yang terdahulu ini secara keseluruhan sama-sama membahas tentang aplikasi belanja online dan juga perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada fokus kajian dan karakteristik dari konsumen yang berbelanja secara online.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang digunakan untuk menggambarkan data informasi berupa fakta yang akan diperoleh. Penelitian ini juga menggunakan teknik penelitian fenomenologi yang digunakan untuk upaya pendekatan memahami fenomena sosial yang terjadi. Fenomenologi yang berarti membiarkan gejala-gejala yang disadari menampakkan diri. Sesuatu yang akan nampak sebagaimana adanya. Peneliti menyajikan gambaran mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, penulis menelaah lebih jauh bagaimana kecenderungan belanja dan perilaku konsumtif dari pengguna aplikasi belanja.³¹

2. Objek Penelitian

³⁰Agnes Dwita Susilawati dan Dewi Apriani Fr, “Dampak Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Akses Situs On-Line Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Universitas Pancasakti Tegal)”, *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Pancasakti Tegal*.

³¹J. R.Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulan*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 40-41.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini ada dua, yaitu objek formal dan objek material. Objek formalnya adalah pendekatan yang dilakukan melalui analisis Herbert Marcuse mengenai konsumtivisme. Sedangkan objek materialnya adalah perilaku konsumtif pada masyarakat yang mengonsumsi barang atau jasa melalui layanan belanja daring.

3. Sumber Data

Ada dua sumber data yang digunakan, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumbernya, memberikan data penelitian yang berasal dari informan melalui sebuah tulisan maupun dengan wawancara yang dilakukan pada masyarakat pengguna aplikasi belanja online.
- b. Data sekunder ialah data digunakan sebagai bahan pengumpulan data yang diperoleh dari berbagai sumber. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, e-book, artikel, jurnal, dan literatur-literatur terkait data penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Pengamatan yang dilakukan dengan mencatat berbagai sikap konsumtif dari perilaku masyarakat terhadap pengguna aplikasi belanja online secara sistematis dengan mengamati, mencatat, dan membaca karya seperti buku, majalah, dan artikel berupa tulisan yang berhubungan dengan penelitian.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap 25 responden dengan menggunakan Google Form sebagai perantara, dengan tujuan untuk mengetahui siapa mereka, apa yang mereka pikirkan dan rasakan. Survei ini dilakukan dengan cara membagikan via media sosial kepada yang menjadi subjek penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Patton yang tertulis dalam buku “*Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*” oleh Ibrahim, analisis data adalah suatu proses yang mengatur urutan data, mengorganisir kepada suatu pola, kategori, uraian dasar hingga proses penafsiran. Analisis juga merupakan upaya yang dilakukan peneliti dalam memahami data penelitian dengan sistematis, rasional, dan argumentatif sehingga mampu menjawab semua pertanyaan penelitian. Sistematis yang berarti mengikuti suatu pola atau aturan tertentu. Oleh karena itu, penelitian pada dasarnya adalah upaya yang dilakukan untuk mendialokan antara data, teori dan penafsirannya.³²

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif karena penulis ingin mendiskripsikan objek dalam penelitian berdasarkan pada realita sebagaimana adanya sifat konsumtif dikalangan masyarakat atau

³²Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*, 107-109.

pengguna aplikasi belanja. Setelah memperoleh data dari metode pengumpulan data, selanjutnya adalah mengolah data yang dihimpun dengan menganalisis data, mendiskripsikannya kemudian barulah menarik kesimpulan. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data penelitian menggunakan analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman diantara yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu proses pemilihan, pemusatan, perhatian, pengabstraksian dan pentranformasian data kasar yang berasal dari lapangan. Data yang diperoleh pun dikumpulkan kemudian memilah kembali untuk menentukan data yang tepat digunakan. Dalam proses reduksi ini peneliti mencari data yang benar-benar valid dan sesuai dengan apa yang penulis telah rencanakan.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sejumlah informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk dapat menarik kesimpulan kemudian mengambil tindakan. Penyajian yang berbentuk sebuah teks naratif, matriks, grafik, jaringan dan bagan. Dengan tujuan agar memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Dalam proses ini, penulis mengelompokkan hal-hal yang serupa sesuai kategori.

c. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan yang dilakukan oleh penulis dengan memverifikasi selama proses penelitian berlangsung. Dalam tahapan

ini, penulis membuat proposisi terkait, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, mengkajinya dengan berulang-ulang, mengelompokkan data yang dikumpulkan kemudian proposisi yang sudah dirumuskan.³³

H. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini yang akan dituangkan menjadi lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penelitian. Pendahuluan ini bertujuan untuk memberikan penjelasan pokok tentang bahasan utama yang akan dikaji dalam penelitian ini.

BAB II : Landasan teori, berisi tentang landasan teori-teori yang memuat konsep terkait dengan judul dari penulis dalam melakukan penelitian yang diperoleh dari beragam sumber untuk mendukung penelitian. Membahas mengenai pengertian konsumtif, kemudian tentang perilaku konsumtif serta pemikiran konsumtivisme dari Herbert Marcuse.

BAB III : Pada bagian ini berisi tentang konsumtivisme pengguna aplikasi belanja, sejarah munculnya aplikasi belanja,

³³Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), 209-210.

pandangan Islam terhadap perilaku konsumtif serta gambaran umum mengenai objek penelitian.

BAB IV : Analisis data, bagian ini menjelaskan tentang pemikiran Herbert Marcuse serta hasil penelitian yang menguraikan mengenai karakteristik dan bentuk perilaku konsumtif masyarakat pada pengguna aplikasi belanja.

BAB V : Penutup, yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan juga saran dari peneliti atau penulis.