

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modernisasi, perkembangan teknologi komunikasi berkembang sangat cepat. Hal ini tentu berpengaruh bagi kehidupan masyarakat, sebab kemajuan teknologi banyak memberikan manfaat dan berbagai macam kemudahan untuk kelangsungan hidup manusia. Perubahan yang semakin maju membuat manusia hidup semakin mudah dan serba modern. Namun, penggunaan teknologi harus didukung oleh media internet. Hadirnya internet dapat dikatakan bagaikan ruang tanpa batas, karena internet merupakan hal terpenting dalam memenuhi kebutuhan manusia, internet dapat mempersempit jarak satu sama lain di seluruh dunia. Penggunaannya pun semakin hari semakin meningkat, mulai dari anak-anak, dewasa dan lanjut usia pun menggunakan internet. Pada saat ini internet dan alat komunikasi seperti *smartphone/gadget* dapat memberikan sebuah revolusi dan inovasi pada manusia untuk berkomunikasi serta memperoleh informasi menjadi lebih mudah. Munculnya *smartphone* juga mengakibatkan manusia menciptakan berbagai aplikasi yang menunjang untuk digunakan, seperti hadirnya media sosial. Aplikasi tersebut dapat memfasilitasi manusia untuk melakukan banyak kegiatan seperti saling berhubungan, berbagi informasi dan bahkan dapat berbelanja *online*. Berbicara mengenai belanja *online*, sekarang ini banyak *platform e-commerce* berbasis *marketplace* yang menjamur di Indonesia, salah satunya adalah Shopee.

Salah satu *e-commerce* yang paling diminati dan menjadi *marketplace* yang paling banyak digunakan Indonesia adalah Shopee, Shopee berasal dari Singapura

dan sejak tahun 2015 *marketplace* ini telah merambah pasar Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Setelah empat tahun berekspansi, akhirnya shopee berhasil menduduki posisi terbesar ketiga di Indonesia.¹ Shopee dalam ekstensi di *e-commerce* merupakan *platform* belanja *online* yang berbasis mobile, sehingga para pengguna dapat lebih mudah mencari, berbelanja dan menjual langsung di ponsel mereka. Pada *platform* ini para pengguna dapat membeli berbagai macam produk, dengan metode pembayaran praktis dan yang pasti aman serta layanan pengiriman yang terintegrasi dan fungsi sosial yang inovatif menjadikan shopee sebagai media jual beli yang *simple*, menarik, aman dan praktis.² Semua kebutuhan bahkan aksesoris kecil-kecilan pun tersedia di Shopee begitupun dengan harganya yang relatif murah dibanding *marketplace* atau media sosial lainnya, tak heran banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan aplikasi ini untuk belanja. Shopee merupakan salah satu aplikasi yang tersedia pada *Appstore* maupun *Playstore*. Mayoritas pengguna shopee adalah anak muda, dengan mengusung konsep yang menarik seperti adanya gratis ongkir, *flash sale*, *game* seru untuk menambahkan koin shopee, bayar di rumah atau *COD* “*Cash on delivery*”, *Shopeepay* untuk memudahkan transaksi serta *ShopeepayLater* untuk pembayaran via cicilan/kredit. Maraknya penggunaan shopee, apalagi di tengah pandemi *Covid-19*, masyarakat terlebih mahasiswa banyak menghabiskan waktu mereka untuk berbelanja, karena

¹ <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-marketplace/#Shopee/> diakses pada tanggal 01/09/2020

² <https://www.liputan6.com/teknologi/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia/> diakses pada 01/09/2020

pada saat pandemi ini masyarakat dihimbau agar tidak keluar rumah bila dirasa tidak perlu.

Dilansir dari laman WHO “*World Health Organization*” *Covid-19* sendiri merupakan penyakit yang penularannya sangat cepat disebabkan oleh jenis Virus yang bernama *coronavirus* yang merupakan jenis Virus baru dan penyakit yang ditimbulkannya tidak diketahui sebelum wabah di Wuhan, China pada Desember 2019. Virus yang berasal dari Wuhan kini menjadi pandemi diseluruh negara di dunia. Saat terinfeksi virus ini gejala yang paling umum dirasakan penderita adalah demam, batuk kering, dan kelelahanserta kehilangan indra penciuman dan indra perasa. Gejala yang dialami biasanya ringan dan muncul secara bertahap. Beberapa orang terinfeksi hanya dengan gejala ringan. Orang dapat tertular dari orang lain yang terinfeksi virus ini. Ketika penderita yang terinfeksi mulai batuk, bersin dan berbicara, *Covid-19* dapat menyebar dari orang ke orang melalui percikan dari hidung atau mulut. Percikan ini relatif berat, perjalanannya tidak jauh dan jatuh dengan cepat ke tanah. Jika orang menghirup percikan orang yang terinfeksi, mereka akan tertular. Oleh karena itu, sangat penting bagi kita untuk menjaga jarak minimal 1 meter dari orang lain. Percikan ini dapat menempel pada benda dan permukaan lain di sekitar orang seperti meja, gagang pintu dan pegangan tangan. Orang dapat dengan mudahnya terinfeksi dengan menyentuh benda atau permukaan tersebut, kemudian menyentuh mata, hidung atau mulut mereka.³

³ <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa-for-public/> diakses pada 01/09/2020

Awal tahun 2020, banyak mengubah cara kita menjalankan kebiasaan hidup sehari-hari seperti bekerja dan belanja *online*. Saat ini masyarakat diminta dan dianjurkan untuk tetap berada di rumah serta mengurangi aktivitas diluar rumah guna memutus mata rantai penyebaran virus *Covid-19*, kemunculan virus ini menyebabkan banyak korban yang terjangkit dan sudah banyak yang kehilangan nyawa saat terinfeksi. Dengan adanya upaya untuk menghindari virus tersebut, masyarakat banyak melakukan kegiatan mereka didalam rumah sehingga menciptakan gaya hidup baru. Kegiatan yang banyak dilakukan masyarakat khususnya mahasiswa adalah melakukan belanja *online*, karena dinilai lebih efektif dan mengurangi kegiatan belanja diluar rumah. Maka dengan adanya peraturan ini, *volume* transaksi dan penjualan *e-commerce* mengalami peningkatan yang cukup drastis dibanding transaksi sebelum fenomena pandemi terjadi, seperti peningkatan yang terjadi pada *platform* shopee baru-baru ini.

Setelah diberlakukannya imbauan *physical distancing* untuk mengurangi penyebaran *Covid-19*, Shopee mencatat *volume* transaksi meningkat. Shopee mencatat dalam upaya Indonesia menghadapi penyebaran virus *Covid-19* saat ini terdapat beberapa tren utama dalam *platform e-commerce*: meningkatnya permintaan produk dari peralatan rumah tangga, kategori sandang dan pangan berupa pakaian, makanan dan minuman hingga perlengkapan ibu dan bayi selama pandemi.⁴ Perusahaan *e-commerce* shopee mencantumkan 4 kategori favorit: pakaian muslim, perlengkapan rumah tangga, makanan dan minuman, dan selama

⁴ <https://www.indotelko.com/read/1588893953/transaksi-shopee-covid-19/> diakses pada 08/09/2020

perioden puncak kampanye, permintaan ibu dan bayi 4 kali lebih tinggi dari biasanya.⁵ Pada dasarnya mahasiswa melakukan belanja *online* seperti ini bukan karena semata-mata untuk kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan dan demi kesenangan serta *life style* yang menyebabkan perilaku atau biasa disebut dengan perilaku konsumtif.

Suyasa dan Fransisca, mengartikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli barang bukan untuk memenuhi permintaan tetapi untuk memuaskan keinginan, perilaku ini jika dilakukan secara berlebihan akan menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Menurut Gumulya dan Widiastuti, kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan.⁶

Perilaku konsumtif pada mahasiswa ini bermula dari informasi-informasi yang mereka dapatkan melalui media sosial seperti *Instagram*, *twitter* dan *tiktok* kemudian mereka langsung membeli barang tersebut tanpa memilahnya terlebih dahulu. Barang-barang yang mereka beli pun beragam bentuknya. Bahkan ada yang membeli produk *skincare* tanpa memperhatikan dan mengetahui kandungan didalamnya, padahal hal tersebut merupakan hal yang krusial. Ada beberapa karakteristik dan faktor seseorang berperilaku konsumtif, terlebih jika didukung dengan *marketplace* yang berkualitas dan banyak orang-orang yang menggunakannya. Seperti *shopee* yang memiliki beberapa keunggulan dibanding

⁵ <https://industri.kontan.co.id/news/transaksi-penjualan-online-di-shopee-naik-4-kali-lipat/> diakses pada 08/09/2020

⁶ Eni Lestarina,dkk, “*Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja*”, Jurnal Riset Tindakan Indonesia Vol.2 No.2, 2017, Hal. 3

marketplace saingannya, dengan layanan yang menarik membuat masyarakat menggunakan shopee untuk membeli keperluan mereka. Dibanding berbelanja *offline*, belanja *online* lebih menarik dilakukan, karena banyak *benefit* yang diberikan, kita hanya butuh menggunakan *smartphone/gadget* dan internet untuk terkoneksi ke laman *marketplace* dan sudah bisa memilih barang apapun yang kita inginkan, setelahnya kita hanya menunggu barang tersebut sampai di tempat tujuan dengan aman, bahkan kita bisa bayar barang tersebut dengan metode *COD* “*Cash on delivery*” tetapi untuk saat ini, membayar barang dengan metode *COD* tidak diberlakukan mengingat kita sedang berada dalam masa pandemi. Dengan adanya kemudahan seperti ini banyak masyarakat membeli banyak barang yang mereka inginkan juga diimbangi dengan tampilan dan layanan yang menarik serta harga yang relatif murah membuat mereka buta akan barang, maksud buta disini adalah mereka akan terus-terusan membeli barang yang tidak berguna sekalipun yang tidak ada manfaatnya.

Jadi, masyarakat belanja bukan karena sekedar untuk memenuhi kebutuhan dasarnya, melainkan karena untuk mengikuti trend, menaikkan status sosial dan alasan lainnya yang kurang begitu penting, karena masyarakat modern saat ini tidak akan cukup hanya dengan mengkonsumsi sandang, pangan dan papan, mereka juga membutuhkan kebutuhan hal-hal seperti ini untuk pergaulan sosialnya. Dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti bagaimana sebuah *marketplace* seperti shopee mampu membuat seseorang berperilaku konsumtif apalagi diharuskan untuk beraktivitas di rumah selama pandemi. Karena seharusnya disaat-saat seperti ini seharusnya masyarakat memanfaatkan uang pendapatan mereka dengan sebaik

mungkin dan tidak menghamburkannya hanya untuk keperluan yang tidak penting, sebab masa pandemi ini menyebabkan pendapatan seseorang berkurang karena banyak hal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, dapat ditarik rumusan masalah untuk penelitian ini adalah “Bagaimana perilaku konsumtif pengguna shopee selama pandemi virus *ncov-19*?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana shopee menarik minat belanja Komunitas *Go away* untuk belanja *online* di tengah pandemi.
2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif yang muncul pada Komunitas *Go away* di masa pandemi virus *Covid-19* pada aplikasi belanja *online* shopee.

D. Manfaat Penelitian

1. Menjadi sumber informasi yang berguna bagi khalayak tentang kegunaan *marketplace* sebagai penunjang kebutuhan hidup.
2. Sebagai referensi untuk penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya yang berhubungan dengan media baru.

E. Metode Penelitian

a. Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian dengan metode kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam.

Metode ini menggambarkan pengalaman hidup manusia tentang suatu fenomena yang sedang berlangsung, dan tidak membutuhkan populasi dan sampel untuk mendapatkan data yang mendalam. Menurut pandangan Johnny tentang penelitian kualitatif dalam buku yang berjudul *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan* merupakan penelitian kualitatif menjadi payung bagi semua jenis metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kehidupan sosial yang natural/ alamiah. Dalam penelitian ini dilakukan analisis kualitatif (non kuantitatif) terhadap informasi yang diperoleh. Informasi tersebut dapat berupa transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen dan materi visual (seperti foto, *video*, materi internet dan dokumen lain tentang kehidupan manusia) baik secara individu maupun kelompok.⁷

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif adalah suatu pendekatan dalam meneliti status kelompok manusia, obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Sedangkan kualitatif menurut Bogdan dan Taylor adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang dan perilaku yang diamati.⁸

Jadi, pendekatan deskriptif kualitatif adalah suatu pendekatan yang menggambarkan keadaan suatu status fenomena yang terjadi dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk mendapatkan

⁷ Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan*", (Bandung, Alfabeta, 2019) Hal. 361

⁸ Lexy Moleong, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2002) Hal. 3

kesimpulan. Sementara itu, Soerjono Soekanto berpendapat bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukis keadaan suatu subjek atau objek panel (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) kemudian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta tampak sebagai objek.⁹

b. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dimana pendekatan yang digunakan ini sangat relevan dengan kondisi fenomena yang muncul saat ini tentang perilaku konsumtif yang muncul di masa pandemi *Covid-19* melalui *marketplace* shopee.

c. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang atau lebih untuk saling bertukar informasi dan ide atau gagasan melalui tanya jawab sehingga dapat memperoleh informasi yang diinginkan serta dapat membangun makna dalam topik tertentu. Jika peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti atau peneliti ingin mempelajari pengetahuan dari sumber yang lebih dalam, wawancara dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data.¹⁰

⁹ Soerjono Soekanto, “*Pengantar Penelitian Hukum*”, (Jakarta, UI-Press, 1999) Hal. 23

¹⁰ Sugiono, “*Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Penelitian Tindakan*”, (Bandung, Alfabeta, 2019) Hal. 418

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara terhadap pihak-pihak yang terkait yaitu anggota komunitas *Go away, seller* shopee dan pakar *marketing communication* dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan umum yang sudah disiapkan terlebih dahulu seputar perilaku konsumtif dan penggunaan *marketplace* shopee.

2. Observasi

Teknik observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengamati fenomena, kondisi atau situasi yang sedang terjadi saat ini. Pada tahap ini peneliti harus terjun langsung untuk mengamati keadaan tersebut agar memperoleh data yang valid dan menunjang penelitian yang akan dianalisis dengan cara memperoleh data dari subjek penelitian di lapangan.

3. Dokumentasi

Selain teknik wawancara dan observasi, teknik dokumentasi juga digunakan berupa foto dan audio yang penulis dapatkan di lapangan guna memperkuat data penelitian serta memiliki kredibilitas.

d. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif, peneliti biasanya membutuhkan lebih sedikit informan atau narasumber dibandingkan jenis penelitian lainnya. Penelitian ini juga berfokus pada wawancara mendalam (*depth interview*) tentang fenomena terkini. Adapun informan yang peneliti tetapkan sesuai kriteria adalah peneliti memilih 7 orang dari anggota komunitas *Go away* sebagai orang yang sering melakukan

transaksi *checkout* di *marketplace* shopee, memiliki akun shopee, dan aktif menggunakan shopee selama 4-6 bulan terakhir sejak Maret 2020, 2 orang *seller* shopee dan seorang pakar *marketing communication*.

e. Jenis Data

Dalam penelitian ini ada 2 jenis data yang digunakan, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang diperoleh peneliti langsung dari narasumber atau informan. Peneliti memperoleh data primer dengan melakukan wawancara langsung pada 10 orang dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan isi penelitian. Oleh karena itu, jawaban dari narasumber tersebut merupakan data utama yang harus segera peneliti tulis. Selain melakukan wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung kepada narasumber dengan mengamati aktivitas perilaku konsumtif mereka yang muncul karena pandemi *Covid-19*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari peneliti atau data pendukung yang diperoleh dari narasumber saat peneliti melakukan penelitian. Data tersebut dapat berupa *screenshot* barang yang hendak dibeli, keranjang belanja di aplikasi, hasil *checkout*, website shopee dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

f. Teknik Analisis Data

Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa “*data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, field notes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to other*”

Analisis data adalah proses mencari dan meringkas data secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya sehingga dapat dengan mudah dipahami dan temuannya dapat dibagikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan cara mengedit data, mendeskripsikannya sebagai satu kesatuan, mensintesiskannya dan menyusunnya menjadi suatu model untuk memilih model mana yang penting dan model mana yang perlu dipelajari, serta menarik kesimpulan yang dapat dibagikan kepada orang lain.¹¹

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti meringkas, memilih dan memilih hal yang menjadi pokok pembasan serta lebih fokus pada hal yang penting, mencari tema dan pola. Data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan dan pencarian data lebih lanjut pada saat dibutuhkan.¹²

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam kualitatif, data dapat direpresentasikan dalam bentuk uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa dimasa lalu, teks naratif paling sering muncul dalam

¹¹ Ibid, hal, 435.

¹² Ibid, hal, 440.

tampilan data penelitian kualitatif, sedangkan di masa lalu, teks naratif paling banyak digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif.¹³

3. *Conclusion Drawing* (Verifikasi)

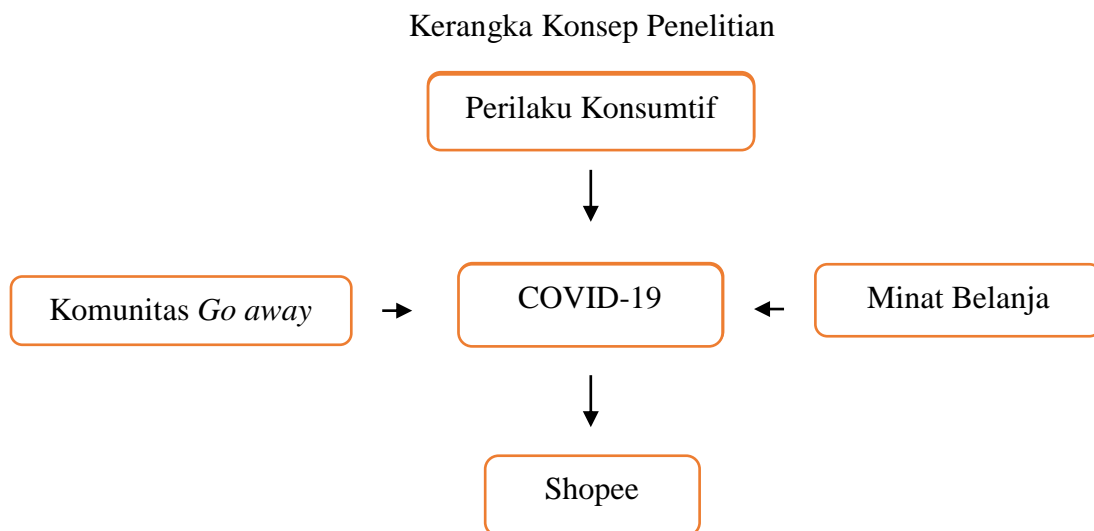
Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah penemuan baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. Penemuan bisa berupa deskripsi bisa juga deskripsi gambaran suatu objek yang tadinya redup atau gelap agar menjadi jelas, bisa dalam bentuk kausalitas atau interaksi, hipotesis atau teori.¹⁴

F. Kerangka Konsep Penelitian

Perilaku konsumtif masyarakat yang muncul karena disebabkan oleh kebutuhan yang meningkat pada saat pandemi virus *Covid-19*, dengan kebutuhan yang semakin tinggi dan akses media yang semakin mudah termasuk pada media *online* sebagai sarana transaksi yang membantu memenuhi kebutuhan hidup. Dari penelitian ini ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumtif yang muncul pada penggunaan media *online* khususnya *marketplace* shopee pada saat pandemi virus *Covid-19*.

¹³ Ibid, hal, 442.

¹⁴ Ibid, hal, 447.



Tabel 1.1 Kerangka Konsep

Kerangka konsep penelitian ini disusun dengan menghubungkan beberapa konsep dari yang paling luas hingga paling spesifik atau khusus dari tema penelitian ini. Dimulai dari perilaku konsumtif yang muncul pada saat pandemi virus *Covid-19* sampai pada penggunaan shopee yang merupakan sebuah *marketplace*. Pada penelitian ini peneliti ingin meneliti bagaimana perilaku konsumtif yang muncul terhadap penggunaan shopee pada saat pandemi virus *Covid-19* dikalangan anggota komunitas *Go away*.

G. Definisi Oprasional

Kerangka konsep	Definisi Oprasional
Perilaku Konsumtif	Yang dimaksud perilaku konsumtif dalam penelitian ini adalah tindakan manusia untuk membeli dan mengkonsumsi barang secara berlebihan

	yang menyebabkan pemborosan, karena mengkonsumsi barang-barang yang tidak terlalu penting hanya untuk memenuhi kepuasan diri.
Minat Belanja	Yang dimaksud minat belanja dalam penelitian ini adalah keinginan belanja atau membeli sesuatu karena adanya kebutuhan hidup yang harus dipenuhi serta keinginan sebagai kepuasan diri.
Komunitas <i>Go away</i>	Merupakan komunitas yang berjalan dibidang <i>travelling</i> yang berdiri sejak 2016 dan berlokasi di Kota Yogyakarta.
<i>Covid-19</i>	<i>Covid-19</i> merupakan virus yang berasal dari Wuhan China pada tahun 2019 yang sudah menyebar ke Indonesia dan sudah menjangkit lebih dari seratus ribu masyarakat hingga saat ini per bulan September 2020.
Shopee	Shopee merupakan <i>e-commerce</i> yang berbasis <i>marketplace</i> atau belanja <i>online</i>

	yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai media jual beli <i>online</i> .
--	---