BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini seiring dengan berkembanganya zaman, perilaku konsumtif begitu marak dikalangan anak muda atau remaja. Remaja adalah masa di antara masa anak-anak dan masa dewasa. Menurut Stanley Hall (1916) masa remaja merupakan masa yang penuh dengan ketegangan dan perasaan tertekan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya perubahan yang dialaminya seperti perubahan pada fisik, sikap, perilaku, dan emosi (Dr. Hamidah Sulaiman dkk., 2020). Menurut WHO yang disebut remaja adalah mereka yang berada pada tahap transisi antara masa anak-anak dan dewasa, batasan usia remaja menurut WHO adalah 12 sampai 24 tahun.

Loudon dan Bitta dalam (Wardani & Anggadita, 2021) berpendapat bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif karena pada saat remaja suka mencoba hal-hal yang baru, tidak realistik, dan cenderung boros. Perilaku konsumtif pada masa remaja antara usia 17-24 tahun, pada usia ini dapat terjadi karena usia remaja merupakan masa peralihan dan pencarian identitas. Secara sosiologis, remaja pada umumnya sangat rentan terhadap pengaruh-pengaruh eksternal.

Karena proses pencarian jati diri itu, remaja mudah sekali terombang-ambing dan merasa sulit menentukan tokoh panutannya. Mereka juga mudah terpangaruh oleh gaya hidup masyarakat disekitarnya dan juga karena kondisi kejiwaan yang labil juga remaja sangat mudah

terpengaruh, mereka akan lebih cenderung mengambil jalan pintas dan tidak memikirkan dampak negatifnya. Hal ini lah yang dapat menyebabkan remaja akan memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif (Khrishananto & Adriansyah, 2021).

Perilaku konsumtif adalah pola perilaku dimana seseorang cenderung mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, melebihi kebutuhan dasar mereka. Seseorang dengan perilaku konsumtif sering kali mencari kepuasaan dan kebahagiaan melalui konsumsi barang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga untuk memenuhi berbagai kengiinginan dan hasrat (Sari dkk., 2023). Terdapat beberapa karakteristik perilaku konsumtif yang kerap kali ada pada remaja beberapa diantaranya menurut Sumartono dalam (Mujahidah, 2022) adalah membeli suatu produk hanya untuk menjaga penampilan atau gengsi, selain itu remaja membeli, memakai, ataupun mencoba suatu produk karena mengikuti dan menirukan model yang mengiklankan dan kelompok sosialnya, serta yang terakhir yakni keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Dalam kehidupan ada 2 dampak dari perilaku konsumtif pada remaja yakni dampak positif dan negatif. Dampak positif dari perilaku konsumtif pada remaja yaitu memberi peluang yang besar untuk menciptakan barang yang berjumlah banyak pada produsen, menginovasi dan pengembangan produk, mempercepat penerimaan teknologi, meningkatkan kualitas hidup dan memberikan motivasi pada masyarakat agar meningkatkan volume

pendapatan. Sedangkan dampak negatif dari perilaku konsumtif pada remaja yaitu mempunyai masalah keuangan, ketergantungan pada barang dan gaya hidup, adanya tekanan psikologis, menghambat pengembangan karakter dan adanya gangguan hubungan sosial.

Selain dampak di atas, perilaku konsumtif pada remaja juga mempunyai dampak yang dapat dirasakan segi ekonomi, dampak yang dapat dirasakan dari segi psikologis, dan dampak yang dapat dirasakan dari segi sosial. Adapun dampak yang dapat dirasakan remaja dari segi ekonomi yaitu ketika remaja terus melakukan perilaku konsumtif, maka ia tidak lagi dapat mengatur keuangannya dengan baik sehingga mengakibatkan dirinya bisa saja melakukan hal yang tidak diinginkan seperti meminjam uang orang lain bahkan yang terburuk adalah melakukan tidak mencuri dan korupsi. Dampak yang dapat dirasakan remaja dari segi psikologis yaitu remaja akan merasa rendah diri apabila tidak bisa membeli barang yang diinginkannya, sehingga mengakibatkan dirinya bisa saja mengalami tekanan jika keinginanannya tidak terpenuhi. Sementara dampak dari segi sosial yang dapat dirasakan remaja yaitu remaja akan terus mengikuti atribut yang banyak digemari tanpa mau menjadi diri sendiri sehingga mengakibatkan dirinya bisa saja kehilangan jati dirinya sendiri (Yulianti & Ardiansyah, 2023).

Dalam perkembangannya, Menurut Nurwitasari 2015 dalam (Khairunnisa, 2023) perilaku konsumtif tidak hanya dimiliki oleh remaja yang status sosial ekonomi orang tuanya menengah keatas, akan tetapi remaja yang status sosial ekonomi orang tuanya yang rendah juga banyak

memiliki perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain diluar status ekonomi dapat mempengaruhi kecenderungan remaja mengadopsi perilaku konsumtif.

Fenomena yang serupa juga terjadi di Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara dimana mayoritas orang tua dari remaja memiliki tingkat sosial ekonomi yang rendah sebagai petani dan peternak, namun remaja di Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara tetap terpengaruh oleh perilaku konsumtif. Fenomena tersebut dapat terjadi karena pada sebagian besar kalangan remaja pada usianya sedang berada dalam tahap perkembangan. Remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, mempunyai ciri khas dalam fashion, serta selalu ingin berpenampilan menarik agar menjadi perhatian teman sebayanya dan dapat diterima dilingkungannya. Karena hal itu, mereka sering kali terlibat dalam perilaku konsumtif seperti pengeluaran yang berlebihan, sering membeli barang karena kemasannya yang menarik, sering membeli barang tidak sesuai dengan kebutuhannya dan sering membeli pakaian model terbaru supaya terlihat modis. Tidak hanya itu para remaja juga suka mengikuti gaya hidup selebriti dan *influencer*, membeli barang baru walaupun barang lama masih bisa digunakan dan yang terakhir para remaja lebih sering berbelanja secara *online* karena tergoda oleh iklan dan penawaran diskon yang menarik.

Mangkunegara dalam (Khrishananto & Adriansyah, 2021) menjelaskan lebih lanjut lagi bahwa perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja di atas dapat dipengaruhi oleh adanya globalisasi. Dengan adanya

globalisasi seseorang akan lebih mudah dipengaruhi pola pikirnya sehingga seseorang akan melakukan apa saja untuk mendapatkan apa yang diinginkannya.

Globalisasi saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman dan kemajuan teknologi seperti internet (Thamrin & Saleh 2021) Internet saat ini telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan, ada banyak hal yang dapat kita lakukan menggunakan bantuan dari internet salah satunya adalah aktivitas belanja *online* dengan menggunakan platform *e-commerce* yang dapat menyediakan kenyamanan serta kemudahan ketika berbelanja online kepada para penggunanya. Dengan adanya *e-commerce* dapat membuat belanja lebih mudah dan efisien tanpa harus menghabiskan waktu dan tenaga karena dapat berbelanja secara fleskibel dan sesuai dengan keinginan mereka (Eka Putri, 2023)

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia, belanja *online* menempati urutan ketika sebagai jenis konten internet yang paling sering diakses pada tahun 2023, dengan tingkat akses sebesar 56,04% dari total responden dengan *e-commerce* Shopee yang menjadi aplikasi Top of Mind atau aplikasi yang pertama kali dipikirkann dan digunakan oleh responden dibandingkan *e-commerce* lainnya. (APJI 2023)

Shopee tercatat telah melayani hingga 244,8 juta pesanan pada 2017 dan mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebanyak 604,5 juta pesanan.

Hal tersebut terjadi karena banyaknya kemudahan yang dapat diperoleh melalui aplikasi Shopee diantaranya yaitu, akses penggunaan yang begitu mudah, modal yang diperlukan tidak terlalu besar, tidak perlu keluar rumah dan sebagainya, membuat Aplikasi Shopee semakin diminati oleh remaja. Shopee banyak menghadirkan fitur-fitur menarik seperti berbagai macam promosi dan pilihan produk yang sangat luas. Disamping itu adanya gratis ongkir, diskon dan *flash sale* dengan harga yang sangat murah dapat berpengaruh dalam minat belanja online dan mendorong pengguna untuk lebih sering berbelanja. Beberapa fitur yang telah diberikan Shopee dapat memberikan kemudahan dan keuntungan kepada konsumen. (Sulistiyawati & Widayani 2020).

Dari penjelasan di atas, maka hal tersebutlah yang dapat memicu minat beli yang tinggi dengan memanfaatkan teknologi baru, salah satunya Aplikasi Shopee dan berujung terbentuknya perilaku konsumtif, terkhususnya para remaja. Dimana, perilaku konsumtif ini bukan hanya membeli produk untuk memenuhi kebutuhan, akan tetapi untuk menaikkan gengsi terhadap lingkungannya dan terobsesi dengan harga yang murah dan mereka akan rela menghabiskan uangnya hanya demi barang yang sebenarnya tidaklah terlalu dibutuhkan.

Berdasarkan hasil penelitian awal yang telah dilakukan terhadap 50 remaja Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab Batu Bara sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner secara *online*, pernyataan menunjukkan para remaja yang menggunakan aplikasi shopee untuk berbelanja *online* adalah 45 remaja dengan jumlah usia 17-

20 tahun sebanyak 21 orang, dan usia 21-24 tahun sebanyak 24 orang, mengacu pada data tersebut diketahui bahwa Remaja Desa Sei Suka Deras lebih sering menggunakan Aplikasi Shopee dibanding platform lain untuk berbelanja *online.* Hal tersebut karena sebanyak 43 remaja menggunakan Aplikasi Shopee karena mempunyai fitur yang lengkap. Selain itu, sebanyak 38 remaja berbelanja di Shopee untuk memenuhi apapun kebutuhan saya dengan mudah. Dan yang terakhir sebanyak 43 remaja setuju harga yang murah membuat remaja memilih untuk berbelanja melalui Shopee. Oleh sebab itu maka, remaja lebih memilih berbelanja *online* melalui Aplikasi Shopee baik untuk memenuhi kebutuhan maupun sekedar membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan.

Penulis tertarik pada remaja di Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara yang menggunakan aplikasi Shopee dengan alasan masyarakat desa ini masih kuat mempertahankan kebudayaan lokal dan menjaga keberadaan pasar tradisional namun mereka tetap memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan transaksi *online.* Seiring dengan berjalannya waktu pasar tradisional menjadi tidak kalah saing dengan Aplikasi Shopee sehingga muncul perilaku konsumtif yang tidak lagi pandang umur, jenis kelamin ataupun status sosial. Melihat dari pernyataan tersebut, peneliti mengambil kesimpulan untuk memunculkan topik mengenai pengaruh belanja online terhadap perilaku konsumtif seseorang dengan judul **"Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Sei Suka Deras, Kec. Sei Suka, Kab. Batu Bara"**

1.2. Identifikasi Masalah

1. Terdapat remaja yang berbelanja di luar kebutuhannya.
2. Remaja berbelanja dengan intensitas yang tidak wajar.
3. Remaja di Desa Sei Suka Deras, Kec. Sei Suka, Kab. Batu Bara mayoritas berasal dari keluarga sosial ekonomi yang rendah
4. Remaja pedesaan sekarang lebih sering berbelanja menggunakan teknologi daripada berbelanja di pasar tradisional.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee (X) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada Remaja di Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah tersebut, maka masalah yang dapat dirumuskan merupakan sebagai berikut :

1. Bagaimana penggunaan aplikasi Shopee di kalangan remaja di Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara?
2. Bagaimana perilaku konsumtif remaja di Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara?
3. Sejauh mana pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja di Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Menganalisis penggunaan aplikasi Shopee di kalangan remaja di Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara
2. Menganalisis perilaku konsumtif remaja di Desa Sei Suka Deras. Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara
3. Menganalisis sejauh mana pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja di Desa Sei Suka Deras Kec. Sei Suka Kab. Batu Bara.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memperluas pengetahuan tentang perilaku konsumtif yang terkait dengan pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Remaja

Penelitian ini diharapkan dapat jadikan dorongan untuk tidak berperilaku konsumtif dan dapat mengatur pengeluaran untuk kebutuhan serta meminimalisir berbelanja hanya untuk memenuhi keinginan saja.

b. Bagi Jurusan Pendidikan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan sumber referensi bagi mahasiswa Jurusan Pendidikan Masyarakat mengenai pengaruh penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif remaja.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya yang berkairan mengenai variabel serupa. Serta dapat menjadi pijakan dan referensi untuk penelitian masa depan yang dapat melengkapi dan memperluas pemahaman tentang topik ini.