

**ONLINE SHOP DAN PERUBAHAN GAYA HIDUP
MASYARAKAT MUSLIM DI MASA PANDEMI
(Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard Di
Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk,
Kabupaten Lamongan)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial
(S. Sos) dalam Bidang Sosiologi**



Oleh:

Laili Masyurrotin Fitriya

NIM. I73218041

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
MARET 2022**

PERYATAAN

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Laili Masyurrotin Fitriya

NIM : I73218041

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : *Online Shop* Dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Muslim di Masa Pandemi Masyarakat Muslim di Masa Pandemi (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atau karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Lamongan, 25 Maret 2022

Yang Menyatakan



Laili Masyurrotin Fitriya

NIM. I73218041

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah memeriksa dan memberikan arahan terhadap proposal skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Laili Masyurrotin Fitriya

NIM : I73218041

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul: ***Online Shop Dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Muslim Di Masa Pandemi (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan)*** saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Sosiologi

Lamongan, 25 Maret 2022

Pembimbing



Dr. Isa Anshori, Drs., M.Si
NIP.19670506199031002

PENGESAHAN

Skripsi Oleh Laili Masyurrotin Fitriya dengan judul: **Online Shop Dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Muslim Di Masa Pandemi (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard Di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan.**

Telah dipertahankan dan dinyatakan lulus didepan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 25 Maret 2020.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Dr. Isa Anshori, Drs., M. Si
NIP. 19670506199031002

Penguji II



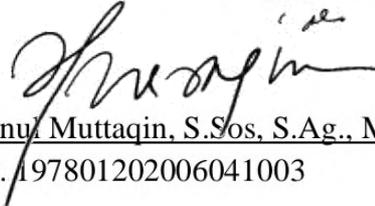
Prof. Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si.
NIP. 195801131982032002

Penguji III



Dr. Amin Tohari, S.Ag, M.Si, M.Pd.I
NIP. 197007082000031004

Penguji IV



Husnu Muttaqin, S.Sos, S.Ag., M.S.I
NIP. 197801202006041003

Surabaya, 25 Maret 2022

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Akh. Muzakki, Dip. SEA, M.Ag, M.Phil, Ph.D.
NIP: 197402091998031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Laili Masyurrotin Fitriya
NIM : I73218041
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Sosiologi
E-mail address : lailimasyurrotinfitriya28@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain

Yang berjudul :

ONLINE SHOP DAN PERUBAHAN GAYA HIDUP MASYARAKAT MUSLIM
DI MASA PANDEMI (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard Di
Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan).

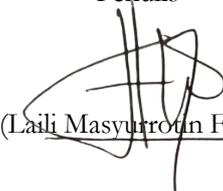
Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif
ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-
media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database),
mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media
lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya
selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit
yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas
pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Lamongan, 25 Maret 2022

Penulis


(Laili Masyurrotin Fitriya)

ABSTRAK

Laili Masyurottin Fitriyah, 2022, *Online Shop Dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Muslim di Masa Pandemi (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudillard Di Dusun Mulung, Desa Karangtinggi, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan)*, Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: *Online Shop*, Perubahan Gaya Hidup

Penelitian ini meneliti tentang penggunaan *online shop* dan gaya hidup masyarakat muslim di masa pandemi, penggunaan *online shop* saat ini telah berkembang pesat. Perkembangan *E-commerce* yang telah banyak mengalami kemajuan di manfaatkan masyarakat dalam melakukan pemenuhan kebutuhan, terutama dimasa pandemi saat ini, sehingga menciptakan suatu fenomena baru dalam mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Untuk dapat memberikan penjelasan gaya hidup yang berpengaruh pada perilaku konsumsi masyarakat ini dapat dianalisis menggunakan salah satu konsep utama masyarakat konsumsi dari tokoh Postmodern Jean Baudirillard.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui Penggunaan aplikasi *online shop* pada masyarakat Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan, sehingga berpengaruh pada gaya hidup dan kegiatan konsumsinya (2) Mengetahui bagaimana pandangan mayoritas masyarakat yang beragama muslim di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan pada berkembangnya penggunaan dan kegiatan berbelanja melalui *online shop*.

Metode yang digunakan adalah kualitatif, jenis penelitian Fenomenologi dengan menggunakan wawancara mendalam dan dokumentasi. Pemilihan subjek penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Teori yang digunakan untuk menganalisis data adalah teori masyarakat konsumsi dengan tokoh Jean Baudilliard. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: (1) Penggunaan aplikasi *online shop* dikalangan masyarakat Dusun Mulung saat ini banyak dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan terutama kebutuhan yang bersifat sekunder. Masyarakat Dusun Mulung dapat menggunakan aplikasi belanja online, hal ini di karenakan diantara masyarakat satu dengan yang lainnya saling melakukan interaksi dan saling membantu dalam memahami penggunaan teknologi berbasis online. Factor yang melatar belakangi masyarakat melakukan pembelian online didasarkan pada suatu kebutuhan atau Hasrat/keinginan. (2) Pandangan masyarakat muslim Dusun Mulung pada pemanfaatan media online shop terutama di masa pandemic saat ini dianggap sebagai suatu alternatif karena mengingat adanya pembatasan kegiatan masyarakat yang diakibatkan oleh adanya virus covid-19. Masyarakat muslim Dusun Mulung menganggap bahwa pembelian barang melalui *online shop* dengan memiliki Batasan dapat mencerminkan nilai-nilai syariat Islam terutama dalam proses melakukan transaksi jual beli. (3) Dalam menganalisis penggunaan aplikasi belanja online shop dari pandangan Jean Baudrillard sendiri saat ini masyarakat lebih cenderung melakukan konsumsi berdasarkan pada hasrat atau keinginan dibanding kebutuhan, tanda (sign) menjadi suatu alasan masyarakat melakukan kegiatan konsumsi untuk menunjukkan statusnya dimasyarakat.

DAFTAR ISI

COVER	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
PERYATAAN DAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
Bab I: Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi Konsep	12
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II: Kajian Teoretik	
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Perkembangan Online Shop Di Indonesia.....	21
C. Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard	31
BAB III: Metode Penelitian	
A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	37
C. Pemilihan Subjek Penelitian	38
D. Tahap-Tahap Penelitian	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisa Data	41
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
H. Teknik Keabsahan Data	45
BAB IV: Online Shop Dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Muslim Di Dusun Mulung Desa Karangtinggil Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan	
A. Deskripsi Umum Objek penelitian.....	46
B. Penggunaan <i>Online Shop</i> Sebagai Bentuk Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Muslim Pada Masa Pandemi covid-19 di Dusun Mulung Desa Karangtinggil Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan	51
C. Pandangan Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Aplikasi <i>Online Shop</i> di Masa Pandemi covid-19 di Dusun Mulung Desa Karangtinggil Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan	65
D. Analisis Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Dalam Penggunaan Online Shop Ditinjau Dari Teori Konsumsi Jean Baudrillard	73
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan	80
B. Temuan	82

C. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN
A. Pedoman Wawancara	89
B. Jadwal Penelitian.....	91
C. Biodata Peneliti	92
D. Dokumentasi Penelitian.....	93



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Produk Promo Yang Dibeli Oleh Narasumber Di Aplikasi Belanja Online Shopee	54
Gambar 4.2 Poster Pop Up Artis KPOP (Blackpink Dan BTS) Yang Bekerja Sama Dengan Platform Belanja Online Di Indonesia.....	55
Gambar 4.3 Lightstick BTS “Army Bomb” Yang Dibeli Melalui Aplikasi Belanja Online.....	55
Gambar 4.4 Postingan Instagram Influencer Fashion Di Media Sosial	56
Gambar 4.5 Foto Boneka Boba Yang Dibeli Narasumber.....	57
Gambar 4.6 Foto Dengan Kurir Pembelian Barang Sebagai Bukti Barang Telah Sampai Di Tangan Pelanggan	64
Gambar 4.7 Foto Beberapa Paket Produk Yang Dibeli Melalui Aplikasi Belanja Online.....	71
Gambar 4.8 Foto Tumpukan Paket Produk Yang Dibeli Melalui Aplikasi Belanja Online.....	73

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Kerangka Berpikir.....	35
Tabel 3.1 Informan Utama	39
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Usia.....	47
Tabel 4.2 Jumlah Pendidikan Masyarakat Desa	48
Tabel 4.3 Mata Pencaharian.....	49
Tabel 4.4 Agama Dan System Kepercayaan Masyarakat	50



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, perkembangan teknologi berbasis digital telah mampu mempengaruhi ruang lingkup kehidupan sosial masyarakat. Semakin banyaknya penggunaan media berbasis digital menyebabkan perubahan pula pada kegiatan masyarakat dalam melakukan aktivitas sosialnya. Perkembangan teknologi berbasis digital turut berpengaruh pada kegiatan transaksi melalui media online atau dikenal dengan istilah *E-Commerce*. Banyaknya *E-Commerce* dengan berbagai platform dalam memberikan kenyamanan pada penggunaannya menjadikan pemilihan dalam penggunaan *E-commerce* semakin meningkat. Salah satu bidang *E-Commerce* yang banyak diminati masyarakat adalah pada platform pembelian kebutuhan secara online melalui Marketplace dengan berbagai platform yang ada di Indonesia.

Ketertarikan masyarakat pada penggunaan aplikasi online ini juga dimanfaatkan dalam melakukan pembelian secara online melalui toko online (Online Shop). Penggunaan online shop sebagai aplikasi dalam melakukan belanja dan pembelian tidak hanya di dasarkan rasa ketertarikan saja. Namun, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Penggunaan aplikasi online shop banyak dilakukan masyarakat terutama karena adanya efisiensi dan efektivitas dalam memberikan pelayanan. Kemunculan *E-commerce* dan Marketplace di Indonesia turut menciptakan fenomena baru

dalam proses jual beli barang.

Perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja melalui media online sedikit banyak telah menggeser nilai sosial yang ada dimasyarakat dalam melakukan proses jual-beli yang sebelumnya dilakukan secara langsung dengan penjual atau pembeli di tempat. Banyaknya media sosial yang turut menjadi fasilitas dalam mengakses informasi memudahkan masyarakat dalam mengikuti perkembangan zaman masa kini atau dapat dikenal dengan istilah (trend). Media sosial yang seringkali turut mengiklankan suatu produk bahkan menjadi salah satu tempat dalam melakukan jual-beli menjadikan pembelian secara online yang dilakukan masyarakat semakin banyak dilakukan, hal ini terkait pula pada minat masyarakat dalam melakukan pembelian secara online dengan didasarkan oleh berbagai hal.

Smartphone sebagai media dalam melakukan transaksi tentu membantu masyarakat dalam mengakses online shop yang ada, dimana para konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto atau bahkan juga video yang disediakan oleh online shop tersebut. *Online shop* sendiri merupakan toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung online shop dapat melihat barang-barang di toko online. Toko online atau online shop bisa dikatakan sebagai tempat berjualan yang sebagian besar aktivitasnya berlangsung secara online di internet².

² Chacha Andira Sari, *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*, Jurnal Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, 2015, hlm. 207

Perkembangan penggunaan online shop sebagai salah satu alternatif dalam melakukan proses pembelian atau kegiatan jual-beli tidak hanya dilakukan oleh masyarakat kota saja yang lebih di identikan dengan suatu hal yang modern dan berkembang, namun perubahan ini turut pula dirasakan oleh masyarakat desa yang mana, masyarakat desa selalu di identikan dengan suatu kesederhanaan dan nilai sosial di masyarakat yang masih terjaga. Kemajuan penggunaan aplikasi belanja online (*online shop*) juga dialami oleh sejumlah masyarakat desa, salah satu desa yang mayoritas masyarakatnya telah memahami teknologi dan penggunaan media online shop sebagai media pembelian dalam kegiatan jual-beli adalah masyarakat Dusun Mulung. Dusun Mulung merupakan salah satu Dusun yang berada didalam satu wilayah Desa Karangtinggil, Lamongan. Kehidupan sosial masyarakat Dusun Mulung mengalami banyak perubahan manakala banyaknya masyarakat yang telah memahami penggunaan teknologi. Perkembangan penggunaan teknologi yang ada di Dusun Mulung ini turut berdampak pada kegiatan konsumsi masyarakat, yang mana banyak masyarakat Dusun Mulung yang telah memahami bagaimana cara penggunaan aplikasi belanja online dalam proses pembelian atau penjualan suatu barang.

Masyarakat Desa Karangtinggil merupakan mayoritas pemeluk agama Islam, yang mana dalam kegiatan sehari-hari tentu masyarakat juga memahami suatu transaksi yang dilakukannya tidak melanggar ketentuan

atau syariat Islam dalam melakukan proses jual-beli. Perubahan kegiatan konsumsi masyarakat Desa Karangtinggil sebelum dan sesudah mengenal penggunaan aplikasi belanja online (*onlineshop*) menjadikan suatu kecenderungan baru masyarakat dalam melakukan pembelian barang berdasarkan nilai gunanya. Masyarakat desa yang memiliki keterikatan kuat antara masyarakat satu dengan yang lain, terutama dalam kehidupan sehari-hari dan pola interaksinya menjadikan masyarakat memiliki solidaritas yang kuat. Solidaritas masyarakat Desa Karangtinggil dapat terlihat dari bagaimana masyarakat saling membantu masyarakat lainnya dalam melakukan suatu kegiatan yang bermanfaat, seperti saling membantu dalam memahami penggunaan teknologi dan memanfaatkannya.

Adanya suatu bencana besar yang melanda dunia, yakni dengan munculnya suatu virus baru Corona Virus Disease atau yang lebih dikenal dengan (Covid-19) menjadikan masyarakat harus selalu menjaga diri agar tidak tertular oleh penyebaran virus ini. *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-CoV-2). SARS-CoV-2 merupakan coronavirus jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Diketahui penyebaran virus ini pertama kali terjadi di wuhan, china pada akhir Desember 2019. Virus ini dinyatakan sebagai pandemi, karena menyebabkan kematian, serta penularan dari orang ke orang terus berlanjut tak terkendali.

Virus ini juga telah menyebar ke hampir seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia. Hingga Pada tanggal 30 Januari 2020 WHO menetapkan kejadian tersebut sebagai Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Dunia (KKMMD)/*Public Health Emergency of International Concern* (PHEIC) dan pada tanggal 11 Maret 2020, WHO sudah menetapkan COVID-19 sebagai pandemi. Hal ini tentunya juga terjadi di Indonesia, dimana jumlah masyarakat yang terinfeksi virus covid-19 setiap harinya mengalami peningkatan.

Indonesia sebagai salah satu negara di asia tenggara melaporkan pertama kali mengkonfirmasi kasus COVID-19 pada 2 Maret 2020. Bahkan berdasarkan laporan Menteri Kesehatan pada tanggal 16 Desember 2021 tercatat adanya virus covid-19 baru yang masuk ke Indonesia dengan varian omicron sehingga hal tersebut menambah total kasus penyebaran covid-19 di Indonesia. Kasus covid-19 di Indonesia secara kumulatif per tanggal 21 Desember 2021 adalah sebanyak 4.112.040 kasus dengan penambahan kasus sebanyak 216 kasus baru³. Berbagai anjuran, kebijakan serta peraturan tentang protokol kesehatan dalam upaya pencegahan virus covid-19 dilakukan pemerintah agar masyarakat dapat melindungi dirinya dari penyebaran virus ini selalu digencarkan. Upaya yang dilakukan pemerintah tersebut dapat berbentuk himbauan, peraturan atau kebijakan mengenai physical distancing, Penjagaan jarak, memakai masker bahkan pembatasan

³ Totalan sebaran virus corona di indonesia, Covid19.go.id, diakses pada 21 Desember 2021 pukul 17:40

kegiatan sosial dimasyarakat dalam memutus mata rantai penyebaran covid-19. Pembatasan kegiatan sosial di masyarakat ini menjadikan masyarakat terbatas dalam melakukan kegiatan dilur rumah,. Seluruh aktivitas kegiatan bahkan pekerjaan dilakukan di rumah atau dikenal dengan *istilah (Work From Home)*, selain itu adanya syarat tertentu yang harus dipenuhi masyarakat luar kota atau daerah dalam mengunjungi beberapa tempat di daerah lain turut menjadi hambatan sejumlah masyarakat dalam melakukan kegiatannya.

Salah satu dampak yang ditimbulkan dengan adanya pembatas kegiatan masyarakat adalah pada kegiatan konsumsi atau jual-beli masyarakat. Keterbatasan masyarakat dalam melakukan pemenuhan kegiatan untuk membeli kebutuhannya baik dipasar, mall atau bahkan pusat perbelanjaan menjadikan masyarakat sangat kesulitan karena aturan dari pemerintah untuk melakukan pembatas kegiatan di masyarakat tersebut. Untuk menciptakan suatu alternatif dalam melakukan kegiatan konsumsinya agar berjalan dengan lancar, masyarakat banyak yang mengandalkan dan memanfaatkan media belanja online (*online shop*) dalam memenuhi kebutuhannya, terutama kebutuhan yang tidak dapat ditemukan dipasar tradisional atau pusat perbelanjaan terdekat. Perkembangan *Online shop* di masa pandemi Covid-19 ternyata semakin pesat, ditandai dengan penggunaan berbagai media, baik melalui internet seperti *website*, maupun media sosial mendorong terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat. Jejaring terbentuk secara luas, kualitas barang yang ditawarkan dan dibeli,

bahkan minat, karakter dan semangat yang berkembang tidak hanya lokal, tetapi juga nasional bahkan internasional⁴.

Sama halnya yang dilakukan oleh masyarakat Dusun Mulung Desa Karangtinggil, dimana dalam menerapkan surat himbauan mengenai pembatasan kegiatan masyarakat yang disampaikan pemerintah pusat, pemerintah daerah turut melaksanakan jam operasional dan pengawasan masyarakat dalam melakukan segala kegiatan terutama kegiatan konsumsi agar tetap menerapkan protokol kesehatan. Keterbatasan dalam melakukan kegiatan ini menjadikan banyak masyarakat Desa Mulung memanfaatkan media online shop dalam melakukan pembelian. Adanya beberapa masyarakat Dusun Mulung yang telah memahami teknologi menjadikan masyarakat juga belajar dalam penggunaan aplikasi atau website berbasis toko online (online store) dalam melakukan suatu kegiatan pembelian melalui platform media online. Kegiatan konsumtif yang dilakukan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya ini juga berdampak pada gaya hidupnya.

Hal ini turut dirasakan oleh sejumlah masyarakat yang berada di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan. Masyarakat Islam terutama para wanita di Dusun Mulung menganggap bahwa *online shop* telah mempengaruhi gaya hidupnya. Hampir sebagian besar perempuan di Desa terutama kalangan mahasiswa

⁴ Isa Anshori, Elly Elvina Sahara, INTERNATIONALIZATION OF ISLAMIC EDUCATION INSTITUTIONAL CHARACTERS THROUGH THE ENGLISH ACCULTURATION STRATEGY. *Humanities & Social Sciences Reviews*, Vol 8 No. 5 (2020): September. 140.

atau anak remaja bahkan para masyarakat yang telah bekerja banyak menggunakan aplikasi belanja online dalam memenuhi kebutuhannya. Kegiatan konsumtif masyarakat dusun mulung dilabelkan oleh berbagai faktor serta motif tersendiri. Dalam Barry (1994) Konsumtif diartikan sebagai pembelian atau pengonsumsi barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan⁵.

Aktivitas berbelanja online yang dilakukan masyarakat Dusun Mulung tentunya dapat dilihat dari segi pandangan agama, hal ini dikarenakan sebagian besar atau mayoritas penduduk di Dusun Mulung adalah agama Islam. Tentu hal ini dapat dikaitkan bagaimana Islam memandang proses berbelanja online itu sendiri. Dalam Islam sendiri kegiatan konsumtif manusia di beri kebebasan, namun dalam kebebasannya itu harus berpijak pada aturan-aturan yang telah diatur dalam ajaran Islam pada umumnya. Islam mempunyai batasan dalam kegiatan konsumsi. Perilaku konsumen yang sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan As-Sunnah tentu akan membawa pada kebaikan, keberkahan. Perilaku konsumen merupakan tahapan-tahapan ataupun langkah yang di tempuh dan dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan⁶.

⁵ Al-Barry, M. Dahlan. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. (Surabaya: Arkola Surabaya)

⁶ Damiati dkk., *Perilaku Konsumen*, Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017, hlm. 20

Kegiatan konsumsi dalam kehidupan setiap manusia tidak hanya sekedar makan dan minum. Konsumtif di anggap sebagai suatu perkara yang baik, selama tidak membahayakan diri maupun orang lain. Islam mendorong manusia untuk mengkonsumsi sesuatu yang baik lagi halal untuk mewujudkan tujuan dari penciptaan manusia itu sendiri, yaitu beribadah kepadanya dan menjadi khalifahnyanya di muka bumi.

Dalam agama Islam sendiri menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi yang di atas melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap *Israf* dan tidak disenangi oleh Islam (Aravik, 2016: 120). Oleh karena itu hendaknya para remaja harus berperilaku rasional dalam mengkonsumsi suatu produk, dan juga harus mengetahui batasan-batasan konsumsi yang ada dalam Islam. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan, bahwa fitur dan kualitas, kinerja dan daya tahan, kepercayaan dan keandalan, kualitas *e-service*, kemudahan penggunaan dan faktor waktu mempengaruhi perilaku pelanggan membeli online selama pandemic. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini lebih fokus pada belanja online sebagai bentuk gaya hidup masyarakat Muslim di kawasan perdesaan.

Peneliti merasa tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam, untuk menggali bagaimana gaya hidup tersebut terbentuk dan berlangsung dalam masyarakat muslim perdesaan, melalui pemanfaatan media online dalam proses berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama

dimasa pandemi covid-19 saat ini. Peneliti mengambil judul “*Online Shop Dan Perubahan Gaya Hidup (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudillard di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan)*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah di atas, yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mengenal penggunaan aplikasi online shop sebagai bentuk perubahan gaya hidup masyarakat pada masa pandemi COVID-19 di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan?
2. Bagaimanakah pandangan masyarakat terhadap penggunaan aplikasi online shop di masa pandemic Covid-19 di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, dan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas. Maka, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Menggali Bagaimana Penggunaan aplikasi online shop dikalangan Masyarakat Muslim pada Masyarakat Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan, sehingga berpengaruh pada gaya hidup dan kegiatan konsumsinya
2. Untuk Memahami bagaimana pandangan masyarakat muslim di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten

Lamongan dalam penggunaan aplikasi belanja online selama masa pandemi covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian memiliki manfaat yang diklasifikasikan menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini bermanfaat untuk mencabar teori masyarakat konsumsi oleh Jean Baudrillard yang menyatakan bahwa fenomena belanja online sebagai bentuk perubahan gaya hidup masyarakat. Objek konsumen dan sistem komunikasi pada dasar periklanan sebagai pembentukan “sebuah kode signifikansi”, yang mengontrol objek dan individu di tengah masyarakat. Itu artinya objek menjadi tanda (sign) dan nilainya ditentukan oleh sebuah aturan kode

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini bermanfaat bagi penelitian untuk memenuhi sebagian syarat untuk meraih gelar Sarjana Sosiologi. Bagi masyarakat Muslim Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan sebagai masukan bagaimana seharusnya berbelanja menggunakan online shop secara benar di masa Pandemi Covid-19 ini, sehingga lebih menguntungkan dan dibenarkan menurut syariat Islam.

E. Definisi Konsep

1. *Online Shop*

Online Shop merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi bidang bisnis. Dahulu sebelum adanya internet, kegiatan jual beli dapat dilakukan dengan adanya pertemuan pelaku ekonomi secara langsung.

Online shop, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjual belikan ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu website atau tokonya. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan atau cod alias pembayaran di rumah. Setelah proses pembayaran di terima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.

2. Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Muslim

Gaya hidup menurut Mowen adalah “ *life-style relates to how people live, how they spend their money, and how they allocate their time. Life-style mais concern the overt actions and behaviors of consumers*”⁷. Gaya hidup terkait bagaimana individu hidup,

⁷ Mowen, J. C., *Consumer Behavior* (4th ed). New Jersey: Prenticehall, in, 1995

menghabiskan uangnya, dan bagaimana orang tersebut mengatur waktunya. Engel mengartikan gaya hidup sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang⁸. Gaya hidup mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang dari dia menghabiskan waktu dan uang⁹.

Perubahan gaya hidup masyarakat Muslim merupakan perubahan-perubahan pola hidup yang terjadi pada masyarakat Muslim dalam memanfaatkan uang dan waktu yang dimiliki untuk memenuhi Kebutuhan hidupnya sehari-hari.

3. Pandemic

Pandemi sendiri merupakan sebuah epidemi yang telah menyebar ke berbagai benua dan negara, umumnya menyerang banyak orang. Sementara epidemi sendiri adalah sebuah istilah yang telah digunakan untuk mengetahui peningkatan jumlah kasus penyakit secara tiba-tiba pada suatu populasi area tertentu. Palsunya, istilah pandemi tidak digunakan untuk menunjukkan tingginya tingkat suatu penyakit, melainkan hanya memperlihatkan tingkat penyebarannya saja. Perlu diketahui, dalam kasus pandemi COVID-19 ini menjadi yang pertama dan disebabkan oleh virus corona yang telah ada sejak akhir tahun lalu.

⁸ Engel, J.F., Blackwell, R.D, dan Miniard, P.W. 1994. Perilaku Konsumen Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.

⁹ Solomon, M. R., Consumer Behavior 7th Edition: Buying, Having and Being. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2007.

Dengan demikian yang dimaksud “*Online Shop* Dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Muslim (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudillard di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan)” menggalih dan memahami bagaimana Penggunaan *online shop* yang menjadikan suatu perubahan gaya hidup masyarakat terutama di masa pandemi covid-19.

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dapat diuraikan menjadi beberapa bab dan sub bab untuk memudahkan dalam penulisan agar runtut dan mudah dipahami. Adapun sistematikanya yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: Peneliti memberikan gambaran tentang latarbelakang masalah *online shop* dan perubahan gaya hidup (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudillard), kedua adalah rumusan masalah, yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang dipaparkan oleh peneliti. Ketiga adalah tujuan penelitian, didalamnya terdapat uraian mengenai tujuan dari penelitian serta menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah. Keempat adalah manfaat penelitian, didalamnya terdapat uraian kebermanfaatan hasil penelitian untuk berbagai pihak. Kelima adalah definisi konsep, dimana didalamnya terdapat uraian mengenai beberapa konsep yang digunakan oleh peneliti. Keenam adalah sistematika pembahasan, didalamnya berisi uraian mengenai pokok bahasan dalam masing-masing bab dan sub bab yang ditulis secara runtut dan sistematis. manfaat

penelitian, definisi konseptual, metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, subjek penelitian, jenis dan sumber data, tahap – tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan teknik keabsahan data) dan sistematika pembahasan, serta jadwal penelitian.

Bab II Kajian Teoretik: Pembahasan dalam bab kedua ini peneliti memberikan ulasan lebih rinci mengenai onlineshop dan perubahan gaya hidup masyarakat (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudillard Di Dusun Mulung, Desa Karangtinggi, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan). Dilanjutkan dengan ulasan mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang diangkat peneliti serta bagaimana persamaan maupun perbedaan dalam pembahasan di dalamnya. Selain itu, dalam bab ini peneliti memberikan penjelasan mengenai kajian pustaka yang dimaksudkan kepada penyajian informasi mengenai gambaran secara umum tentang onlineshop dan perubahan gaya hidup masyarakat. Serta melihat korelasi dan relevansi yang sesuai dengan teori yang digunakan sebagai acuan dalam menganalisis permasalahan atau fenomena yang sesuai dengan judul penelitian.

BAB III Metode Penelitian: Dalam bab ketiga ini peneliti memberikan penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam proses pencarian data-data pada saat penelitian dilapangan. Diantaranya membahas tentang lokasi penelitian, subjek penelitian, Jenis dan sumber data, tahap penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yakni wawancara, observasi, dan studi pustaka. Serta teknik

analisis data dan teknik pemeriksaan data.

BAB IV Penyajian Dan Analisis Data: Dalam bab empat ini peneliti berisi jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya sesuai dengan fakta yang ditemukan melalui proses penelitian lapangan. Peneliti juga memberikan penjelasan tentang deskripsi umum objek penelitian, narasi hasil penelitian yaitu deskripsi mengenai Online Shop dan Perubahan Gaya Hidup (Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudillard Di Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan). Dalam hal ini peneliti menyajikan data keseluruhan baik primer maupun data sekunder. Dalam penyajian data ini dapat dilakukan dengan cara tertulis yang disertai dengan gambar maupun tabel yang dijadikan pelengkap dan pendukung data dalam suatu penelitian. Selanjutnya data yang telah diperoleh di analisis menggunakan teori yang relevan dengan judul penelitian yang diangkat.

BAB V Penutup: Dalam Bab kelima ini peneliti memberikan kesimpulan secara keseluruhan hasil penelitian yang berisi kesimpulan peneliti kepada pembaca. Selain itu juga peneliti memberikan saran kepada pihak yang sudah banyak terlibat dalam proses penyusunan laporan penelitian.

BAB II

ONLINE SHOP DAN PERUBAHAN GAYA HIDUP MASYARAKAT MUSLIM MASA PANDEMI COVID-19

(Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard)

A. Penelitian Terdahulu

- 1) Penelitian Dinda Nurvianti Pratiwi dan Khusnul Fikriyah Vol 4 No.1, Hlm 219-231 yang berjudul “Determinan perilaku konsumen muslim dalam belanja online menurut perspektif ekonomi Islam” pada tahun 2021. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode eksplanatori dengan tinjauan menurut perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini membahas mengenai kegiatan ekonomi masyarakat selama masa pandemic covid-19 cenderung melakukan belanja online sebagai solusi yang aman serta menghindari maupun untuk meminimalisir penularan virus covid-19. Hasil dari penelitian ini bahwa factor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologi berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam belanja online selama pandemic covid-19, sedangkan faktor pribadi tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam belanja online selama masa pandemic covid-19.
- 2) Penelitian oleh Andi Maghfiroh Juniar (Juni 2021) Vol 4 No 1. Hlm 37-51 yang berjudul “Belanja online di masa pandemic covid-19: studi kasus ibu-ibu rumah tangga di Makassar ” pada tahun 2021. Penelitian ini

membahas mengenai kemudahan dalam melakukan belanjaonline dalam masa pandemic covid-19 tanpa harus keluar rumah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan subjek penelitian yaitu ibu-ibu rumah tangga di kota Makassar yang menggunakan aplikasi belanja online Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berbelanja secara online melalui aplikasi, belanja bukan hal baru bagi masyarakat Indonesia, penggunaanya malah menjadi semakin intensif selama pandemic covid-19. Hal ini disebabkan oleh perubahan perilaku konsumen yang memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan berbelanja *online*, terutama di masa PSBB. Dalam penelitian ini ibu-ibu rumah tangga memiliki alasan kenapa berbelanja *online* semakin digemari selama pandemic covid-19 adalah karena sebagaimana belanja offline, ketersediaan barang juga beraneka ragam, kemudahan dan kepraktisan, keamanan dan kenyamanan, dan tawaran diskon yang menggiurkan.

- 3) Penelitian oleh Alvin Edgar Permana, Arvy Muhammad reyhan, Hidayattul Rafli, Nur Aini Rakhmawati Vol 15 No 1. Hlm 32-37 yang berjudul “Analisa transaksi belanja online pada masa pandemi covid-19” pada tahun 2021. Penelitian ini membahas mengenai pola perilaku masyarakat Indonesia dalam transaksi belanja online pada masa pandemic covid-19. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengukur bagaimana perubahan transaksi jual beli *E-commerce* pada masa pandemic covid-19. Pengumpulan data diperoleh dari penyebaran kusioner. Subjek penelitian ini adalah orang

yang pernah bertransaksi dan mengetahui tentang *E-commerce* di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pandemic covid-19 di Indonesia berpengaruh cukup signifikan terhadap pola penggunaan *E-commerce* oleh masyarakat sebagai sarana pemenuhan kebutuhan. Peningkatan ini terlihat pada kuartal pertama pada tahun 2020, sebanyak 38% untuk pembelian barang dari *E-commerce*. Serta faktor kenyamanan menjadi alasan paling banyak responden memilih *E-commerce*, kenyamanan dapat membeli dengan duduk dirumah sebesar 52,5%, dan kenyamanan transaksi dapat dilakukan 24 jam sebesar 50,7%.

- 4) Penelitian oleh Farha Fatema Vol 9 No 2. Hlm 67-79 yang berjudul, "*Factors Affecting Customers' Online Shopping Behavior During Covid-19 Pandemic in Bangladesh*" atau judul lain "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Online Pelanggan Selama Pandemi Covid-19 di Bangladesh" peneliti telah mengumpulkan informasi kuantitatif yang secara langsung mempengaruhi perilaku belanja online pelanggan selama Covid-19 di Bangladesh. Pengambilan sampel Kerangka kerja diberikan di mana peneliti telah memilih bagian tertentu sebagai sampel dari seluruh populasi untuk melakukan kuesioner. Pertama, pada tahap populasi target, peneliti memiliki mencoba memasukkan pelanggan yang terus-menerus membeli/ berbelanja online selama Covid-19 saja di Divisi Dhaka di Bangladesh. Kedua, pada tahap sampling frame, peneliti telah memilih keduanya. pelanggan pria dan

wanita berdasarkan kelas yang berbeda (jenis kelamin, usia, pendapatan, pekerjaan.). Ketiga, untuk Teknik sampling, peneliti telah menggunakan teknik convenience sampling untuk memilih responden dan akhirnya melakukan kuesioner survei untuk mengumpulkan informasi. Peneliti telah direncanakan untuk memiliki 400 pengguna di berbagai bidang berdasarkan distribusi kenyamanan. Untuk studi ini, kuesioner terstruktur telah disiapkan untuk mendapatkan persepsi pelanggan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online pelanggan di Bangladesh.

Perbedaan : Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada focus, metode dan setting penelitian yang digunakan peneliti. Fokus penelitian ini pada perubahan gaya hidup, menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan fenomenologi. Ini dilakukan untuk memahami secara lebih dalam pendapat dan pengalaman narasumber yang akan peneliti tuju untuk melengkapi data yang akan di kumpulkan pada penelitian. Dengan menggunakan subjek penelitian yaitu purposive sampling. Disamping itu setting penelitian difokuskan pada masyarakat muslim di kawasan perdesaan, dimana masyarakat ini sehari-hari bekerja pada sektor pertanian, yang sebelumnya tidak banyak menggunakan teknologi.

Persamaan: Persamaan peneliti ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada tujuan dari penelitian yang dilakukan, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana pendapat masyarakat

tentang penggunaan online shop dimasa pandemic covid-19.

B. Kajian Pustaka

1) Perkembangan Online Shop Di Indonesia

Proses pembelian barang atau jasa dari orang yang menjual barang atau jasa di internet tanpa bertemu atau melakukan kontak fisik antara penjual dan pelanggan dikenal sebagai toko online. Berbelanja di toko online berbeda dari berbelanja di toko fisik. Jika penjual atau pembeli perlu berinteraksi langsung dengan toko belanja tradisional, atau jika penjual dan pembeli belanja online tidak perlu bertemu, mereka tersedia langsung melalui situs web dan aplikasi belanja online.

Karena kedua belah pihak tidak dapat bertemu secara langsung, pembelian online hanya dapat dilakukan jika ada kepercayaan antara penjual dan pembeli¹⁰. Banyak situs belanja online terkenal diantaranya yaitu Lazada, Shopee, Tokopedia, dan masih banyak aplikasi untuk belanja online lainnya yang tersedia di Indonesia. Masyarakat dapat mengunjungi toko online dengan menggunakan jaringan media sosial seperti facebook, whatsapp, dan instagram. Media social memungkinkan pelanggan untuk membeli banyak barang yang mereka butuhkan.

Konsumen dapat mengamati pemasaran produk yang dijual

¹⁰ Wikan Pribadi, Blog Peneur: Menjadi Entrepreneur dan Mengembangkan Bisnis Lewat Blog, (Jakarta : Bukune,2009), 31-32.

di dunia bisnis, sehingga mereka tidak asing dengan istilah pemasaran. Adapun beberapa media online atau website berbasis online yang menyediakan pembelian atau penjualan melalui online. Berbagai platform media sosial yang turut menyediakan layanan kemudahan dalam melakukan suatu promosi dalam suatu media online yaitu:

A. Media Sosial

1) Facebook

Facebook merupakan situs jaringan sosial yang saat ini sedang marak di kalangan masyarakat. Facebook merupakan karya dari Mark Elliot Zuckerberg bersama kawannya, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes, saat belajar di Harvard University pada tahun 2004. Pada Februari 2004, Zuckerberg meluncurkan program tersebut dan langsung disambut hangat oleh siswa di Amerika Serikat dengan langsung membuka account facebook. Pada tahun 2005, Zuckerberg resmi menamakan perusahaannya yaitu Facebook. Awalnya facebook dikenal dari mulut ke mulut di antara para siswa di Amerika Serikat, selanjutnya menyebar ke sekolah lain dan universitas lain di Amerika Serikat, sampai akhirnya terkenal di seluruh dunia¹¹. Keunggulan menggunakan facebook untuk para penjual

¹¹ Eva Sativa Nilawati, *Kaya dan Gaya Via Facebook*, (Yogyakarta : Andi Offest, 2010), 1.

yaitu tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan sangat mudah mendapatkan relasi karena facebook saat ini di jangkau oleh jutaan orang. Sehingga kemungkinan besar seseorang yang berjualan di facebook mudah ditemui oleh banyak orang.

2) Instagram

Instagram adalah salah satu aplikasi yang tersedia di hp yang biasa di manfaatkan oleh seseorang untuk membagikan foto. Cara kerja di aplikasi instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan begitu muculah interaksi antar pengguna instagram. Instagram menjadi pilihan favorit oleh para penjual online karena ketika mengunggah produk di instagram langsung bisa di bagikan melalui facebook. Sehingga para penjual online jika ingin menampilkan produknya di facebook juga tidak perlu mengunggah fotonya lagi.

3) Whatsapp

WhatsApp adalah aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dengan orang lain. WhatsApp memiliki banyak fitur seperti halnya: mengirim pesan, gambar, suara, ataupun berkas-berkas dokumen. Dalam aplikasi whatsapp juga terdapat fitur

WhatsApp status, biasanya para penjual online memanfaatkan status WhatsApp ini untuk menampilkan produk-produknya.

Selain ketiga aplikasi diatas penjual yang menjalankan situs online shop juga memanfaatkan marketplace dalam mengembangkan usahanya. Yang dimaksud dengan marketplace adalah sebuah tempat perantara terjadinya transaksi jual beli di dunia maya. Posisi marketplace dalam transaksi online sebagai pemenuhan tempat dan pembayaran dalam online shop. Dapat dibilang marketplace adalah perusahaan toko online. Tiga besar marketplace di bawah ini semuanya termasuk dalam jenis marketplace asli karena dapat mudah di jangkau oleh koleh konsumen dan pilihan tokonya banyak dan beragam¹².

Adapun juga aplikasi atau marketplace yang digunakan masyarakat Indonesia secara online dan dapat diunduh melalui playstore yang disediakan oleh aplikasi google yaitu:

1) Tokopedia

Tokopedia adalah marketplace yang didirikan

¹² Maria Tri Handayani, Apa itu marketplace?, Ekrut: 6 juli 2021, <https://www.ekrut.com/media/apa-itu-marketplace>, diakses pada tanggal 18 oktober pukul 14.30

oleh William Tanuwijaya pada Februari 2009. Di usia kesepuluhnya Tokopedia berhasil mendapatkan predikat marketplace terbesar di Indonesia dengan jumlah kunjungan per bulan mencapai 137.200.900. Tidak hanya itu, Tokopedia juga termasuk menjadi salah satu startup unicorn Indonesia. Artinya valuasi marketplace ini sudah mencapai lebih dari 1 milyar dollar Amerika.

2) Shopee

Shopee adalah marketplace asal Singapura yang sejak 2015 mulai mengekspansi pasar Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Setelah empat tahun sejak ekspansi Shopee berhasil menjadi marketplace terbesar ketiga di Indonesia. Kunjungan bulanan Shopee mencapai sekitar 74.995.300. Marketplace yang berada di bawah SEA Group ini mampu merebut perhatian konsumen Indonesia dengan kampanye-kampanye kreatifnya yang melibatkan selebritas internasional.

2) Gaya Hidup Konsumtif

Perilaku Konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia memintangkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan (Indah Haryani, 2015). Menurut Noor (2007), perilaku konsumtif

merupakan kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi untuk memperoleh kepuasan secara maksimal. Adapun menurut Engel (1994) berpendapat bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan individu dalam mendapatkan dan mempergunakan atau mengkonsumsi serta menghabiskan barang atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Seseorang berpikir terlebih dahulu sebelum ia memutuskan untuk memperoleh atau menggunakan barang dan jasa demi mendapatkan kepuasan yang maksimal. Dari beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa, perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tidak terbatas, tanpa mementingkan kebutuhan daripada keinginan, serta menghabiskan barang dan jasa. Berdasarkan dari beberapa definisi yang telah di kemukakan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seorang individu dalam melakukan konsumsi terhadap barang dan jasa berlebihan tanpa melihat barang dan jasa tersebut dibutuhkan atau tidak. Perilaku ini sering dipengaruhi oleh kepuasan dan kesenangan sehingga tidak mempertimbangkan kebutuhan terlebih dahulu. Ada beberapa aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu:

- a) Pembelian implusif (*impulsive buying*) Aspek ini menunjukkan bahwa seseorang membeli semata-mata

didasari oleh hasrat tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

- b) Pemborosan (*wasteful buying*) Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburhamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kepuasan butuhan yang jelas.
- c) Mencari kesenangan (*non rational buying*) Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan sematamata untuk mencari kesenangan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada dua, yaitu internal dan eksternal:

- a) Faktor Eksternal/Lingkungan Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan keluarga.

1. Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota

masyarakat (Mangkunegara, 2002). Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi kebutuhan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dan keinginan perilaku seseorang (Kotler, 2000).

2. Kelas Sosial

Pada dasarnya manusia Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan (Mangkunegara, 2002) yaitu: golongan atas, golongan menengah dan golongan bawah. Perilaku konsumtif antara kelompok sosial satu dengan yang lain akan berbeda dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif (Mangkunegara, 2002).

3. Keluarga

Sangat penting dalam perilaku membeli karena keluarga adalah pengaruh konsumsi untuk banyak produk. Selain itu keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli (Mangkunegara, 2002). Peranan setiap

anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang dibelinya.

b) Faktor internal

Faktor internal ini juga terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

1. Faktor psikologis, juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Kotler, 2000), diantaranya:

a) Motivasi, dapat mendorong karena dengan motivasi tinggi untuk membeli suatu produk, barang/jasa maka mereka cenderung akan membeli tanpa menggunakan faktor rasionalnya.

b) Persepsi, berhubungan erat dengan motivasi. Dengan persepsi yang baik maka motivasi untuk bertindak akan tinggi, dan ini menyebabkan orang tersebut bertindak secara rasional.

c) Sikap pendirian dan kepercayaan. Melalui bertindak dan belajar orang akan memperoleh kepercayaan dan pendirian. Dengan kepercayaan pada penjual yang berlebihan dan dengan pendirian yang tidak stabil dapat

menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

2. Faktor pribadi, menurut Kotler (2000) keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu:

a) Usia, pada usia remaja kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif lebih besar daripada orang dewasa. Tambunan (2001) menambahkan bahwa remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.

b) Keadaan ekonomi. Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang (Kotler, 2000). Orang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat (Swastha & Handoko, 1998).

c) Jenis kelamin. Jenis kelamin mempengaruhi kebutuhan membeli, karena remaja putri cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan pria (Tambunan, 2001).

C. Teori Masyarakat Jean Baudrillard

Kerangka teori ini merupakan salah satu jenis kerangka yang di dalamnya menegaskan tentang teori yang dijadikan sebagai landasan serta digunakan untuk menjelaskan fenomena yang sedang diteliti¹³. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori “Masyarakat Konsumsi” yang di cetuskan oleh Jean Baudrillard. Jean Baudrillard merupakan tokoh postmodern yang mempunyai pemikiran yang kritis mengenai masalah kehidupan sosial masyarakat dewasa ini. Menurut Baudrillard, masyarakat konsumsi merupakan masyarakat yang mengkonsumsi bukan hanya barang, namun juga jasa manusia¹⁴.

Jadi individu tidak mengkonsumsi objek terhadap nilai gunanya, melainkan objek digunakan sebagai nilai tanda untuk membedakan status individu dengan yang lain. Adanya nilai tanda juga di penagruhi oleh nilai simbol, dimana setiap aktifitas konsumsi dilakukan bukan karena kebutuhan melainkan atas dasar pemenuhan simbol seperti status atau prestise. Saat ini individu membeli suatu barang karena adanya makna simbol di dalamnya, bukan karena nilai guna atau manfaatnya¹⁵.

Seiring berkembangnya zaman ke zaman seorang yang mengkonsumsi

¹³ Handari, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta : CV. Pustaka Ilmu, 2020), 327.

¹⁴ Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, Trjem. Wahyunto, (Yogy akarta: Kreasi Wacana, 2010), 61.

¹⁵ Aginta Hidayat,..Menggugat Modernisme : *Mengenal Rentang Pemikiran Postmodernisme JeanBaudrillard*, (Yogyakarta : Jallalustra, 2012), 69.

tidak lagi mementingkan fungsinya. Tetapi hanya sebatas ingin memiliki simbol terhadap barang yang di konsumsi tersebut. Fenomena masyarakat konsumsi ini bisa dilihat melalui suatu barang yang mereka konsumsi, saat ini mayoritas masyarakat lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Seperti yang dikatakan oleh Baudrillard “bahwa dalam masyarakat berkembang, masyarakat mengkonsumsi suatu barang bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan sebagaigaya hidup atau fashion.”

Menurut Baudillard dengan menggunakan istilah sistem kebutuhan, kebutuhan tidak disusun satu per satu dalam hubungannya dengan objek-objek. Namun disusun dengan kekuatan konsumtif, sebagai kesediaan secara global dalamlingkup yang lebih umum dari kekuatan-kekuatan produktif. Konsumsi adalah sebuah ideologi dan sistem komunikasi dan dapat dilihat sebagai *exclusive of pleasure*. Kesenangan bukanlah tujuan utama konsumsi melainkan suatu rasionalisasi dari konsumsi. Tujuan pokok konsumsi adalah memperkuat pertumbuhan sistem objek- objek. Konsumsi dimaknai Baudillard sebagai sebuah tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda. Agar sebuah objek dapat menjadi objek konsumsi, maka objek tersebut harus mengandung atau bahkan menjadi tanda.

Masyarakat konsumsi tidak lagi digerakkan oleh kebutuhan dan tuntutan konsumen, melainkan oleh kapasitas produksi yang sangat besar, sehingga masalah-masalah yang timbul dalam sistem masyarakat konsumsi tersebut tidak lagi berkaitan dengan produksi melainkan dengan kontradiksi antara level produktivitas yang lebih tinggi dengan kebutuhan untuk

mengatur produk. Oleh karena itu, kunci utama dalam sistem sekarang adalah mengontrol mekanisme produksi sekaligus permintaan konsumen sebagai bahan dari sosialisasi yang terencana melalui simbol-simbol. Rasionalitas konsumsi dalam sistem masyarakat konsumsi telah jauh berubah, karena saat ini masyarakat membeli barang bukan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan (needs), namun lebih sebagai pemenuhan hasrat (desire). Kebutuhan mungkin dapat dipenuhi dengan mengonsumsi objek, sebaliknya, hasrat justru tidak akan pernah terpenuhi. Konsumsi melibatkan hasrat, oleh karena itu proses konsumsi bukan hanya sekedar proses ekonomi, melainkan melibatkan proses psikologis, aspek bawah sadar manusia yang dapat dikaji melalui perspektif psikoanalisis¹⁶.

Jean Baudrillard memandang objek konsumen dan sistem komunikasi pada dasar periklanan sebagai pembentukan “sebuah kode signifikansi”, yang mengontrol objek dan individu di tengah masyarakat. Itu artinya objek menjadi tanda (sign) dan nilainya ditentukan oleh sebuah aturan kode¹⁷. Saat ini kebanyakan orang yang lebih suka membeli barang dengan melihat mereknya, menurutnya jika ia memakai pakaian bermerk nantinya dapat menunjang status di kehidupannya. Hal ini yang dimaksud oleh Baudrillard orang lebih suka mengonsumsi nilai tanda daripada nilai guna barang yang dibelinya. Dahulu ketika orang mengonsumsi itu sebagai pemenuhan

¹⁶ Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), 90-96.

¹⁷ George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern*, Terj. Alimandan, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009), 136

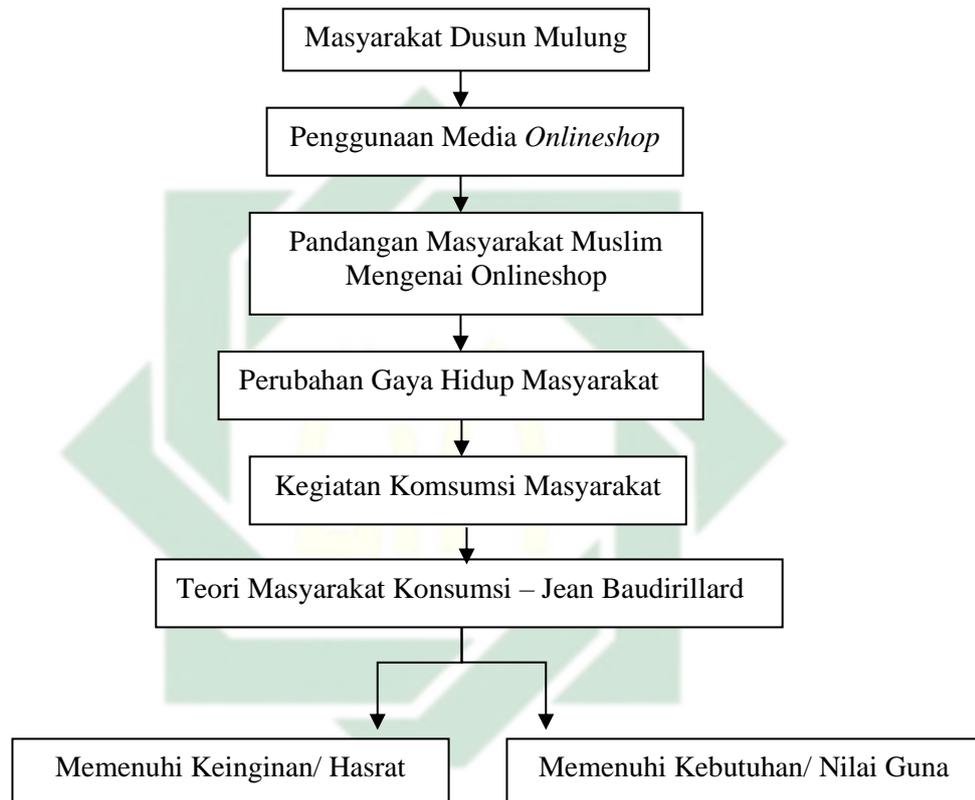
kebutuhannya. Tetapi saat ini sudah dialih fungsikan sebagai jaminan hidup seseorang di masyarakat. Saat ini orang mengkonsumsi tidak sekedar barang, tetapi juga makna-makna sosial yang tersembunyi dibalik barang yang dikonsumsi tersebut.



Kerangka Berpikir

Dalam penelitian yang dilakukan, dapat ditampilkan kerangka berfikir sebagai berikut:

Tabel 2.1



Keterangan Bagan: Masyarakat Modern saat ini yang telah mengenal berbagai perkembangan teknologi dan turut memanfaatkan kemajuan tersebut dalam mempermudah segala aktivitasnya. Kegiatan konsumsi yang dilakukan masyarakat memiliki alasan dan motif tersendiri. Misalnya saja dalam melakukan aktivitas belanja online melalui platform marketplace tertentu. Dalam menanggapi perihal tindakan konsumsi masyarakat ini tentu pandangan masyarakat berpengaruh terhadap keputusannya dalam melakukan suatu kegiatan konsumsi. masyarakat muslim sendiri memiliki syariat yang mengatur dalam melakukan aktivitas jual beli, terutama dimasa pandemi saat ini, sebagai amsyarakat muslim tentulah harus memahami dengan benar bagaimana transaksi jual-beli sesuai dengan syariat islam serta dapat menguntungkan konsumen, hal ini turut dianalisis menggunakan teori masyarakat konsumsi tokoh jean baudrillard agar dapat menganalisis fenomena yang terjadi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipilih yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi lebih perhatian pada kajian bagaimana kehidupan bermasyarakat itu dibentuk. “Fenomenologi” berpendirian bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan social bila manusia memberikan arti (makna) tertentu terhadap tindakannya, dan manusia lain memahami pula tindakannya itu sebagai sesuai yang penuh arti. Pemahaman secara subyektif terhadap suatu tindakan sangat menentukan kelangsungan proses interaksi social. Baik bagi aktor yang memberikan arti terhadap tindakannya sendiri maupun bagi pihak lain yang akan menerjemahkan dan memahaminya, serta yang akan bereaksi atau bertindak sesuai dengan dimaksudkan oleh aktor¹⁸.

Penelitian kualitatif ini dipilih dengan maksud untuk mengetahui dan menjelaskan kondisi objek penelitian secara apa adanya tanpa manipulasi atau perubahan data dari peneliti, sehingga peneliti hanya berperan sebagai pengumpul data dan tidak mempengaruhi keorisinilan hasil penelitian¹⁹. Penelitian kualitatif juga dinilai dapat menghasilkan data secara mendalam dan terperinci karena interaksi yang dilakukan antara peneliti dengan informan lebih intens dan dekat.

¹⁸ Anshori, Isa, “Melacak State Of The Art Fenomenologi dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial”, HALAQA: Islamic Education Journal, 2 (2), Desember 2018, 166-167. , <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/halaqa>

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2015), 131.

Penelitian kualitatif digunakan memahami suatu fenomena tertentu²⁰. Penelitian kualitatif berusaha mendapatkan pemahaman terhadap suatu fenomena dan extrapolasi pada situasi yang sama.

Peneliti berupaya mendeskripsikan, menggambarkan, menguraikan dan memahami mengenai penggunaan online shop pada masyarakat muslim selama pandemic. Dengan pendekatan ini diharapkan dalam penemuan-penemuan empiris dapat di deskripsikan secara lebih rinci, lebih jelas dan juga lebih akurat. Terutama dengan berbagai hal yang berkaitan dengan penggunaan online shop pada masyarakat muslim pada masa pandemic covid-19.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dusun Mulung, Desa Karangtiggil, Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan. Adapun alasan peneliti memilih lokasi tersebut yaitu:

- a) Peneliti mengenali dan mengetahui lokasi yang hendak dituju sebagai penelitian
- b) Peneliti mengetahui permasalahan dasar yang pengguna online shop pada masyarakat muslim di Dusun Mulung,

Waktu dalam penelitian ini berlangsung sekitar 2 bulan (November-Desember 2021).

²⁰ Albi Anggito, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Sukabumi : Cv Jejak, 2018), 8

C. Pemilihan Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini lebih akrab disebut dengan informan yang berperan sebagai sumber informasi yang dibutuhkan sesuai dengan topik penelitian, serta memahami kondisi atau fakta-fakta yang berada dilapangan²¹. Subjek penelitian ini adalah para ibu dan remaja muslim di Dusun Mulung. Mereka secara aktif berperan sebagai aktor maupun pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung saling berhubungan satu sama lainnya. Mereka memahami penggunaan online shop, menggunakan dan menjadikan mereka sebagai pelaku shopaholic.

Peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah salah satu jenis teknik pengambilan sampel yang biasa digunakan dalam penelitian ilmiah. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria tertentu.

Alasan pengambilan subjek penelitian ini karena peneliti memberikan karakteristik atau syarat narasumber yang akan di tuju, diantaranya adalah: Masyarakat Muslim di Dusun Mulung Desa Karangtinggil Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan, dengan rentang usia 17-35 tahun. Dengan jumlah narasumber sebanyak sepuluh orang. Dari penjabaran di atas, peneliti mengambil informan para perempuan di Desa Karangtinggil yang sering menggunakan online shop.

²¹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), 145

Tabel 3.1
Informan Utama

No	NAMA	PEKERJAAN	USIA
1	I'is Fitriah Mei Syaroh	J&T	21
2	Nur Faiza	Permodalan Nasional Madani Mekar Lamongan	23
3	Jihan Balqis Aghniya	Mahasiswa	22
4	Ifdatus Sa'diyah	Mahasiswa	22
5	Safira Putri	Mahasiswa	21
6	Lila Nisa'ul Maghfiroh	Mahasiswa	23
7	Cindi Fatikah	Pelajar	19
8	Naneng Rahayu	Ibu rumah tangga	31
9	Vita Sari	Wiraswasta	28
10	Jumini	Ibu rumah tangga	35

Sumber: data wawancara Masyarakat Dusun Mulung

D. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data penelitian kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif berupa kuisisioner, wawancara, dokumentasi. Sedangkan data kualitatif berupa Wawancara, Dokumentasi, Observasi. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yang diperoleh dari sumber primer dan sekunder.

- a. Data primer: dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara secara langsung dengan informan yang berkaitan dengan tema penelitian di Dusun Mulung Desa Karangtinggil, Lamongan.
- b. Sumber data sekunder: Berupa literatur kepustakaan, dokumen yang mendukung berkaitan dengan proses Penggunaan Online Shop di Lingkungan masyarakat serta dokumentasi pemerintah daerah setempat berupa data monografi dan demografi.

E. Tahap-Tahap Penelitian

Agar dalam proses penelitian dapat lebih terarah dan terfokus serta mendapatkan kevalidan yang maksimal dan memperoleh hasil yang diinginkan maka dalam penelitian ini Terdapat 3 tahapan pengambilan data:

1) Pra Lapangan

Pada tahap ini peneliti menyiapkan berbagai persiapan untuk menghadapi masyarakat saat berada di lapangan seperti menyiapkan berbagai pertanyaan yang akan di tanyakan oleh peneliti sehingga peneliti tidak kesusahan dalam hal wawancara dan juga konsep-konsep penelitian bagaimana alur dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

2) Pekerjaan Lapangan

Pada tahap ini peneliti sangat fokus dengan keadaan yang ada dilapangan seperti mencatat berbagai hal yang penting dalam proses wawancara serta dibantu dengan alat perekam suara agar setiap perkataan yang disampaikan oleh narasumber tidak terlewat dan juga sesi pemotretan dengan narasumber yang bersangkutan.

3) Penulisan Laporan

Pada tahap akhir ini penulis menuangkan semua hasil data yang sudah didapatkan di lapangan dalam bentuk laporan. Pada tahap ini perlu diperhatikan keabsahan data maupun materi-materi beserta teori yang akan digunakan dalam analisis masalah yang ada dilapangan dengan menjelaskan permasalahan sebaik mungkin

dengan menunjang sistematika kepenulisan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi dokumen. Untuk data primer diperoleh secara langsung oleh peneliti, melalui proses wawancara, observasi. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh secara tidak langsung, berasal dari media cetak, buku, jurnal dan lain sebagainya.

1) Observasi (pengamatan)

Observasi yakni salah satu metode pengamatan mengenai suatu fenomena yang tengah terjadi pada objek penelitian. Penelitian secara langsung ke lapangan dengan mengunjungi dan menemui informan terkait di lokasi penelitian serta melihat secara langsung proses interaksi sosial yang terjadi didalamnya. Sehingga melalui proses observasi ini peneliti mendapatkan pengalaman serta pengamatan secara langsung bagaimana belanja online sebagai perubahan gaya hidup perempuan masa kini.

Proses observasi dalam penelitian ini antara lain adalah untuk melihat bagaimana pandangan masyarakat muslim dusun mulung dalam memahami penggunaan online shop. peneliti dapat mengetahui secara langsung dengan mengambil gambar, mengambil rekaman suara dan lain sebagainya. proses pengamatan ini dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan objek yang akan diteliti, sehingga observasi berlangsung bersama dengan terjadinya suatu fenomena

maupun peristiwa yang diteliti.

2) Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang mempunyai maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua orang, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan atau yang biasa disebut sebagai informan²². Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara mendalam (*In depth Interview*), yaitu proses untuk memperoleh keterangan demi tercapainya tujuan penelitian dan teknis tanya jawab yang diusahakan dilakukan secara bertatap muka antar pewawancara dengan informan dengan menggunakan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama²³. Wawancara ditujukan kepada masyarakat muslim yang sering menggunakan online shop melalui dalam aktivitas berbelanja.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik yang berupa pengumpulan dokumen, catatan, gambar, maupun karya bersejarah.²⁴ dokumentasi dalam penelitian ini terdiri dari bukti foto catatan kependudukan

²² Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2015), 29.

²³ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 139.

²⁴ Irwan Suhartono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996), 70.

Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Lamongan, Dokumentasi aktivitas masyarakat dalam melakukan belanja melalui online shop, screenshot bukti yang terdapat di media sosial yang berhubungan dengan penggunaan online shop.

G. Teknik Analisa Data

Setelah pengumpulan data, tahap selanjutnya yakni analisis data, dimana dalam kegiatan analisis data ini terdapat 3 tahap yakni :

1) Reduksi data

Merupakan tahap yang bertujuan untuk mengerucutkan data, memfilter data dan mengkode atau mengelompokkan data, membuat memo dan lain sebagainya. Tahap reduksi ini berlangsung secara terus menerus mulai dari tahap pengumpulan data sampai akhir proses penelitian dan pelaporan hasil penelitian tersebut.

2) Penyajian data

Miles & Huberman mendeskripsikan penyajian data sebagai tahapan menyusun informasi atau data yang diperoleh sebelumnya yang kemudian dapat diolah dan diambil tindakan lanjutan sehingga dapat ditarik kesimpulan. Tahapan ini dilakukan dengan tujuan untuk menggabungkan data hasil penelitian.

3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi,

Merupakan ringkasan yang mencakup keseluruhan data yang disajikan. Kesimpulan dibuat untuk memudahkan

pemahaman mengenai hasil dari proses penelitian. Kesimpulan final tergantung pada kumpulan catatan lapangan, pengkodean data sebelumnya, dan metode pencarian ulang sehingga kejelian peneliti sangat berpengaruh dalam tahap penarikan kesimpulan ini. Teknik analisis lainnya dalam penelitian kualitatif ini yakni teknik komparatif, yakni analisa yang dilakukan dengan cara membandingkan satu data dengan data yang lainnya, antara satu variabel dengan variabel yang lainnya pula. Hal ini bertujuan untuk memperoleh keselarasan suatu metode yang mana nantinya digunakan untuk membandingkan data yang diperoleh dari lapangan dengan kajian kepustakaan (teori) yang digunakan sebagai dasar untuk melihat fenomena tersebut, apakah terdapat kesamaan maupun perbedaan antara keduanya yang selanjutnya dapat ditarik kesimpulan²⁵.

H. Tehnik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan hal terpenting dalam suatu penelitian. Penelitian ini yang nantinya dipertanggung jawabkan dari berbagai sisi. Adanya yang perlu diperiksa dari dasar atas kepercayaan, kepastian, ketergantungan, dan keterahlian. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Menurut Sugiyono, triangulasi sumber

²⁵ Nama Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah Makalah, Skripsi, Tesis dan Desertasi*, (Bandung: Sinar Baru, 1998), 45.

dapat dilakukan dengan menelaah kembali data yang telah dikumpulkan melalui beberapa sumber.²⁶



²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : ALFABETA, 2015), 373

BAB IV
ONLINE SHOP DAN PERUBAHAN GAYA HIDUP MASYARAKAT
MUSLIM
(PERSPEKTIF TEORI KONSUMSI JEAN BAUDRILLARD DI DUSUN
MULUNG DESA KARANG TINGGIL KECAMATAN PUCUK
KABUPATEN LAMONGAN)

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

Desa Karangtinggil merupakan salah satu desa yang secara administratif berada di Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan dan tentunya menjadi bagian dari Provinsi Jawa Timur Indonesia. Kabupaten Lamongan sendiri dijuluki sebagai Kota soto karena mayoritas masyarakat Kabupaten Lamongan banyak yang berjualan soto.

1. Kondisi Geografis

Desa Karangtinggil Dusun Mulung Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan terletak di sebelah barat Kota Lamongan dan sebelah timur Kecamatan Pucuk. Memiliki luas wilayah seluas 569.31 H dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- 1) Sebelah Utara : Desa Ploso setro Kecamatan Pucuk
- 2) Sebelah Selatan : Desa Kedali Kecamatan Pucuk
- 3) Sebelah Timur : Desa Waruwetan Kecamatan Pucuk
- 4) Sebelah Barat : Desa Paji Kecamatan Pucuk

2. Kondisi Demografis

Jumlah penduduk yang tercatat sampai dengan desember 2021 sebanyak 4.468 jiwa yang terdiri dari 2.237 jiwa penduduk yang berjenis

kelamin Laki-laki dan 2.231 jiwa penduduk yang berjenis perempuan²⁷.

Adapun rincian jumlah penduduk Desa Karangtinggil Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan berdasarkan rentang usia:

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk Menurut Usia

NO	USIA	PEREMPUAN	LAKI-LAKI	JUMLAH
1	0-12 Bln	13	7	20
2	1-5 Thn	40	45	85
3	6-10 Thn	123	91	214
4	11-16 Thn	342	226	568
5	17-22 Thn	262	350	612
6	23-28 Thn	230	250	480
7	29-34 Thn	197	213	410
8	35-40 Thn	174	188	362
9	41-46 Thn	181	195	376
10	47-51 Thn	138	163	301
11	52-57 Thn	176	138	314
12	58-63 Thn	157	162	319
13	64-69 Thn	83	105	188
14	70-75 Thn	48	47	95
15	Lebih Dari 75 Thn	67	57	124
Jumlah				4.468

Sumber: Monografi Desa Karangtinggil

Dari data tersebut usia penduduk belum produktif (0-16 tahun) di Desa Karangtinggil sebanyak 887 jiwa. Sedangkan, penduduk usia produktif (16-63 tahun) sebanyak 3.174 jiwa. Dan usia penduduk yang tidak produktif (64->75 tahun) sebanyak 407 jiwa. Oleh sebab itu sumber daya manusia (SDM) yang ada, ini tentulah menjadi modal yang cukup besar untuk masyarakat.

²⁷ Dokumen Monografi Desa Karangtinggil, 2020

3. Pendidikan Masyarakat Desa Karangtinggil

Sebagai masyarakat Desa Karangtinggil tingkat pendidikan dalam suatu wilayah sangat penting karena hal tersebut pendidikan merupakan modal pokok untuk mengembangkan jati diri. Tingkat pendidikan masyarakat di Desa Karangtinggil dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa

NO	PENDIDIKAN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
3	Tidak pernah sekolah	4	4	8
6	Tamat TK	24	61	85
8	Tamat SD	1.388	1.559	2.987
9	Tamat SMP	449	396	845
11	Tamat SMA/Sederajat	315	186	501
12	Tamat D1/D2/D3	6	1	7
15	Tamat S1/Sederajat	18	17	35
Jumlah				4.468

Sumber: Monografi Desa Karangtinggil

Berdasarkan tabel data tersebut terlihat bahwa kesadaran untuk menempuh pendidikan lebih tinggi masih sangatlah kurang, hal ini terlihat pada tingkat pendidikan masyarakat dengan kelompok pendidikan tamat SD/Sederajat cukup tinggi dengan persentase (66,8%) atau sebanyak 2.987 jiwa dari total penduduk desa katrangtinggil. Selanjutnya pada posisis kedua ditempati oleh kelompok pendidikan tamat SMP/Sederajat dengan persentase (18,9%) atau sebanyak 845 jiwa dari total keseluruhan penduduk. Posisi ketiga selanjutnya ditempati oleh kelompok pendidikan tamat SMA/Sederajat dengan persentase (11,2%) atau sebanyak 501 jiwa. Sedangkan, untuk masyarakat yang telah melanjutkan pendidikan pada jenjang perguruan tinggi, baik tingkat

diploma I/II/II sampai pada Strata I yakni dengan persentase (1%) atau sebanyak 35 jiwa dari total keseluruhan penduduk desa Karangtinggil.

Status pendidikan masyarakat dapat menjadi faktor terbentuknya pola pikir dalam memahami atau mengetahui sesuatu hal yang terjadi dimasyarakat, terutama dalam memahami dan menggunakan kemajuan teknologi yang berkembang pesat di zaman modern saat ini. Masyarakat yang memiliki status pendidikan tinggi cenderung dapat memahami dan mengetahui berbagai hal baru di masyarakat sehingga status pendidikan masyarakat juga dapat mempengaruhi sikap dan tindakan yang akan diambil dalam memahami lingkungan sekitarnya.

4. Mata Pencaharian dan Sumber Perekonomian

Dengan penduduk wilayah Desa Karangtinggil memiliki banyak jenis pekerjaan. Berikut ini data-data mata pencaharian di penduduk Desa Karangtinggil sebagai berikut:

Tabel 4.3
Mata Pencaharian

NO	JENIS PEKERJAAN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1	Petani	1.195	177	1.372
2	Pengusaha Kecil, Menengah dan Besar	244	164	408
3	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	21	10	31
4	Perangkat Desa	8	1	9
5	Buruh Jasa	52	0	52
6	Pemuka Agama	1	0	1
7	Pegawai Swasta	327	68	395
8	Montir	8	0	8
9	Bidan Swasta	0	1	1
10	Pembantu Rumah Tangga	0	1	1
11	Tidak mempunyai pekerjaan tetap	124	64	188

12	Belum Bekerja	330	316	646
13	Ibu Rumah Tangga	0	1.306	1.193
14	Purnawirawan	8	1	9
15	Sopir	41	0	41
Total				4.468

Sumber: Monografi Desa Karangtinggil

Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa penduduk yang bekerja sebanyak 4.468 jiwa, dengan mayoritas bekerja sebagai petani sebanyak (1.372) sedangkan yang memiliki status ibu rumah tangga sebanyak (1.193). Adapun masyarakat yang berpendidikan tinggi bekerja sebagai guru, karyawan, PNS, dan lainnya. Dalam tabel data tersebut, dijelaskan pula masyarakat desa karangtinggil masih mengalami kesejahteraan hidup yang tidak merata. dimana terdapat suatu pendominasian dalam ruang lingkup pekerjaan dan kurang terserapkan tenaga kerja usia produktif.

5. Agama dan kepercayaan Masyarakat

Agama di masyarakat Desa Karangtinggil secara keseluruhan adalah agama Islam. Dengan Jumlah Pemeluk Agama Islam Mencapai 4.468 jiwa.²⁸

Tabel 4.4
Agama dan Sistem Kepercayaan Masyarakat

Agama	
Islam	4.468
Jumlah	4.468

Sumber: Monografi Desa Karangtinggil

Desa Karangtinggil ini memiliki dua organisasi keagamaan yaitu

²⁸ Dokumen Monografi Desa Karangtinggil

Nahdlatul ulama dan Muhammadiyah. Meskipun di Desa ini memiliki dua organisasi tetapi masyarakat Desa Karangtinggil ini tetap dengan toleransi yang sangat kuat. Agama dan budaya ini memiliki hubungan saling keterkaitan satu sama lainnya seperti salah satunya yakni terletak pada sifat dan asal usul kepercayaan masing-masing. Masyarakat Islam ini memiliki suatu kelompok manusia yang mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan agama yaitu agama Islam.

Di Desa ini memiliki pondok kecil yaitu untuk mengaji TPQ dan Al-qur'an. Masyarakat Desa ini sangat menjunjung tinggi nilai keagamaan dan kerukunannya, seperti halnya ada kegiatan tahlilan baik tahlilan RT, maupun ahlilan fatayatan yang terkadang kala penentuan tempat berdasarkan undian.

B. Penggunaan *Online Shop* sebagai bentuk perubahan gaya hidup masyarakat di Dusun Mulung Desa Karangtinggil Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan

Saat ini perkembangan teknologi berbasis virtual atau online mulai berdampak besar bagi kehidupan bermasyarakat. Pengaruh penggunaan aplikasi berbasis media online kini dimanfaatkan masyarakat untuk mempermudah aktivitas mereka dalam melakukan kegiatan konsumsi. Sehingga, dengan tingginya ketertarikan masyarakat terhadap kemudahan yang ditawarkan sejumlah platform media belanja online ini menimbulkan suatu kecenderungan yang baru di lingkungan masyarakat, yaitu perubahan pada

gaya hidup sehari-hari.

Masyarakat Dusun Mulung merupakan salah satu komunitas masyarakat yang mayoritas memiliki mata pencaharian sebagai petani dan pekerja pabrik. Masyarakat Dusun Mulung baik pria maupun wanita kini memiliki peran yang turut penting dalam mencari nafkah untuk kehidupan sehari-hari. Masyarakat Dusun Mulung terkhususnya wanita, karena disibukkan dengan pekerjaan diluar rumah memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan kegiatan lain. Kegiatan yang dimaksud adalah melakukan pembelian di pasar tradisional sekitar (Pasar Sukodadi, Pasar Babat, Lamongan), terlebih lagi dengan kondisi saat ini yang terjadi yakni, penyebaran virus covid-19.

Hubungan sosial yang terjadi antar masyarakat dusun mulung sangatlah baik, dimana dengan saling berdampingannya rumah antara warga satu dengan yang lain, serta sangat minimnya rumah antar warga yang dibatasi oleh pagar tinggi, memungkinkan masyarakat untuk saling berinteraksi dengan tetangga terdekatnya. Masyarakat dusun mulung juga sering melakukan kegiatan kumpul bersama, seperti: arisan PKK, Pengajian rutin dirumah warga, serta beberapa kegiatan yang memungkinkan warga berkumpul setiap minggunya.

Banyaknya anak berusia produktif di dusun mulung memungkinkan pengenalan teknologi menjadi lebih baik dan dapat mudah diterima dimasyarakat. Seringkali banyak anak muda didusun mulung justru yang lebih terdahulu memahami teknologi dan kemudian memepkenalkan pada orang tua, teman bahkan sanak saudaranya yang belum memahami penggunaan

teknologi.

Dengan semakin banyak masyarakat dusun mulung yang telah banyak memahami teknologi, bahkan diantaranya memiliki kecenderungan yang cukup intens dalam hal pembelian barang melalui online, hal ini menjadikan masyarakat memiliki pertimbangan serta perbandingan dalam kegiatan membelanjanya. Terlebih lagi, dengan adanya beberapa kantor pengiriman seperti, J&T, JNE, TIKI di sekitar dusun mulung, hal ini mempermudah masyarakat dalam melakukan belanja melalui online.

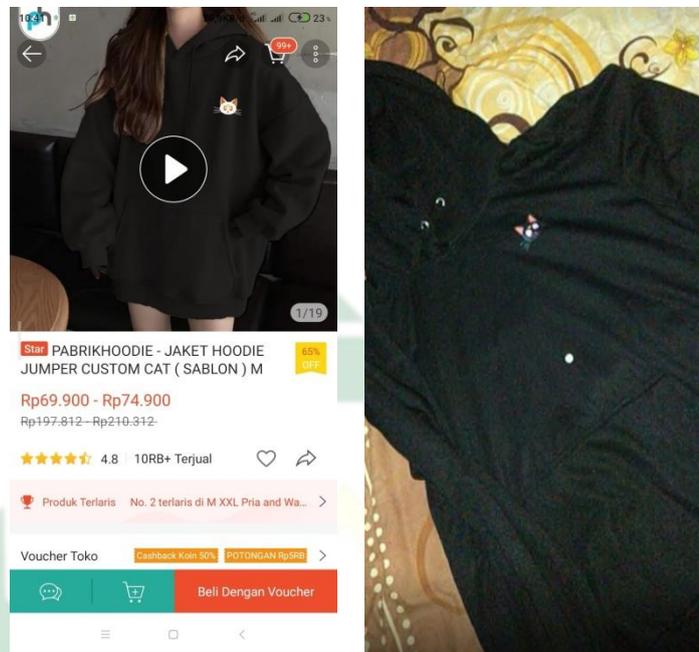
Adapun beberapa faktor atau alasan masyarakat dalam melakukan pembelian barang secara online, dengan pertimbangan tertentu. Faktor-faktor tersebut diantaranya: efektivitas, efisiensi, harga, variasi atau jenis barang yang diinginkan lebih baik dibandingkan yang ada di pasar tradisional atau yang tersedia di pusat perbelanjaan terdekat. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh I'is dalam menanggapi perihal adanya promo atau diskon di sejumlah platform aplikasi belanja online.

Lek aku iku kadang belonjo online yo soale regane luwih murah ngunu mbak timbang nak pasar, lek nak pasar iku kan pinter ngenyang yo entok rego murah. Tapi, lek gak iso ngenyang yo lumayan mbak regane. Lek nak online kan regane wes onok ngunu, malah akeh diskon. Gurung maneh lek onok voucher karo gratis ongkir iku, dadi yo lebih efektif ngunu gaperlu keliling nak pasar opo maneh toko gawe golek barang'^{e29}.

(Kalau saya terkadang belanja online karena harganya lebih murah dibandingkan di pasar, kalau dipasar itu kan pintar menawar ya dapat harga murah. Tapi, kalau tidak bisa menawar ya lumayan mbak harganya. Kalau di online kan harganya sudah ada (tertera) begitu, malahan banyak diskon.

²⁹ Wawancara oleh peneliti dengan Iis selaku warga desa Mulung pada hari Rabu, tanggal 15 Desember 2021, Pukul 19:00 WIB

Belum lagi kalau ada voucher dan gratis ongkir (ongkos pengiriman), jadi ya lebih efektif, tidak perlu berkeliling dipasar apalagi tokountuk mencari barangnya)



Gambar 4.1 Produk promo yang dibeli oleh narasumber di aplikasi belanja online shopee
Sumber: Dokumentasi oleh penulis

Selain itu, Banyaknya platform belanja online yang bekerja sama dengan group K-POP luar negeri yang sedang hangat diperbincangkan, hal ini membuat sebagian masyarakat antusias dan tertarik dengan adanya sponsor dari group K-POP tersebut. Terkhususnya bagi para penggemar K-POP. Sehingga, hal ini menjadikan mereka merasa termotivasi untuk melakukan pembelian barang terutama yang berhubungan dengan idola mereka secara online di platform tersebut. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Cindi dalam menanggapi perihal adanya group K-POP yang bekerjasama dengan media belanja online favoritnya.

kalau aku sih semenjak ada BTS, Blackpink di tokopedia itu saya jadi lebih tertarik. Selain gara-gara merchandise yang disediakan banyak tentang

group itu. misalnya saya beli lightstick BTS “Army Bomb” sebagai penggemar kan kalau punya aksesorisnya itu kayak wajib gitu, apalagi ada voucher dan gratis ongkir.³⁰



Gambar 4.2 Poster Pop Up Artis KPOP (Blackpink dan BTS) yang bekerja sama dengan platform belanja online di Indonesia
Sumber: Poster Blackpink dan BTS di Beranda Aplikasi Tokopedia



Gambar 4.3 Lightstick BTS “Army Bomb” yang dibeli melalui aplikasi belanja online
Sumber: Dokumentasi oleh Penulis

Faktor masyarakat melakukan pembelian secara online juga dilatarbelakangi karena terinspirasi influencer di media sosial. Dimana terdapat influencer idolanya yang turut menjadi influencer fashion dengan membuka toko fashion yang menjadi trend ia berbusana melalui web atau aplikasi belanja online. Masyarakat yang merasa harus mengikuti trend fashion

³⁰ Wawancara oleh peneliti dengan Cindi selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 13:06 WIB

berkembang tentunya berusaha menemukan barang yang sedang banyak dibicarakan oleh masyarakat. Hal ini seperti diungkapkan oleh Nisa perihal faktor yang melatar belakangi ia membeli barang secara online.

Kadang-kadang sih. Namanya juga cewek ya mbak semisal sekarang kan ada aplikasi tiktok saya merasa barang itu ‘wahhh bagus nih’ dan banyak spill baju atau apa gitu dimedia sosial yang jadi trend. Akhirnya saya pingin ikutan dan tertarik untuk membeli. Saya ituterinspirasi sama influencer fashion kekinian mbak, kayak nabilah cill itu yang sekarang bahkan punya toko online shop sendiri³¹



Gambar 4.4 Postingan Instagram Influencer fashion di media sosial
Sumber: Screenshoot Intagram @cilaoutfit akun online fashion shop @nabilahcill salah seorang influencer fashion populer di Indonesia

Melalui hal tersebut, dapat diketahui bahwa masyarakat Dusun Mulung memilih berbelanja melalui online dikarenakan faktor kisaran harga, hasrat keinginan, efektif, serta efisien dalam memanfaatkan waktu dan tenaga yang dibutuhkan untuk sekedar berbelanja.

Pergeseran minat masyarakat terhadap pembelian secara online, tentu memiliki maksud dan tujuan tersendiri. Masyarakat Dusun Mulung sebagai salah satu

³¹ Wawancara oleh peneliti dengan Nisa selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 16:00 WIB

komunitas masyarakat desa yang dikenal akan mayoritas penduduknya bekerja pada sektor agraris tentu hal seperti penggunaan teknologi dipandang sangat minim. Namun, faktanya banyak masyarakat dusun mulung yang telah memahami teknologi bahkan beberapa diantaranya telah dapat membuka usaha melalui media online. Kemajuan pengetahuan dan berubahnya pola pikir masyarakat terhadap penggunaan teknologi dalam aktivitas sehari-hari menjadikan masyarakat mulai dapat mengalihfungsikan kegiatan konsumsi dimana yang mulanya berdasarkan kebutuhan, saat ini telah berubah pada keinginan atau hasrat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Nisa' dalam menanggapi perihal pemanfaatan media online shop.

Saya sih biasanya lebih pada memenuhi hasrat atau keinginan saya sih mbak. kan saya sering gitu liat-liat barang di media online shop, seperti iseng karena lagi bosan. Akhirnya ada barang yang saya rasa unik dan jarang ada ditempat lain, yaudah akhirnya saya memutuskan untuk membelinya itu, meskipun barangnya tidak saya butuhkan dan penting sih. contohnya boneka Boba itu kan lucu ya mbak jadi saya tertarik.³²



Gambar 4.5 Foto Boneka Boba yang dibeli Narasumber

³² Wawancara oleh peneliti dengan Nisa selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 16:00 WIB

Sumber: Dokumentasi oleh Peneliti

Berdasarkan hal tersebut, Masyarakat Dusun Mulung telah mengali fungsikan tujuan serta alasan mereka dalam kegiatan konsumsi melalui pembelian barang secara online. Dimana masyarakat melakukan pembelian secara online lebih pada untuk memenuhi hasrat atau keinginannya pada barang yang dirasa berbeda dan unik bahkan yang kini telah menjadi trend dikalangan masyarakat. Selaras dengan hal tersebut pendapat lain turut disampaikan oleh Nisa' dalam menanggapi perihal pemanfaatan online shop bagi dirinya

kadang saya itu pesen barang atau pake online shop karena keinginan saya, kayak saya tertarik sama barang tertentu gitu mbak. Kalo karena kebutuhan sih enggak yah. Saya itu sekali melihat barang yang bagus lucu atau unik langsung tertarik. Padahal saya gatau itu gunanya buat apa. Padahal dipikir-pikir gak penting-penting banget. Apalagi saya itu jarang keluar rumah untuk mencari barang-barang di pasar atau di mana gitu, jadi ya online shop bagi saya bermanfaat banget.³³

Melalui hal tersebut, dapat dikatakan bahwa pemanfaatan media belanja oleh sbagian amsyarakat dusun mulung adalah untuk pemenuhan hasrat atau keinginan akan suatu barang tertentu. Kecenderungan tersebut turut berdampak pada aktivitas atau kegiatannya dalam melakukan belanja secara online. Masyarakat dusun mulung lebih sering membeli kebutuhan pada media online yang bersifat pribadi atau sekunder .

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media online shop telah banyak berdampak pada perubahan gaya hidup individu. Individu

³³ Wawancara oleh peneliti dengan Nisa selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 16:00 WIB

yang lebih mementingkan bagaimana penilaian orang lain pada dirinya tentu akan berusaha memenuhi tuntutan-tuntutan atau arus perkembangan zaman yang saat ini terjadi. Hal ini dimaksudkan agar individu tersebut dapat selalu berkembang dan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Salahsatunya adalah pemanfaatan media online shop untuk memenuhi hasrat dan keinginannya terhadap ketertarikan akan suatu barang, yang mana hal ini menjadikan masyarakat selalu mengkonsumsi barang berdasarkan makna barang tersebut bagi dirinya. Meskipun demikian, karena banyaknya masyarakat yang mulai banyak yang menggunakan aplikasi belanja online dalam membeli beberapa barang yang dibutuhkan maupun inginkan, hal tersebut tidak seluruhnya merubah kecenderungan masyarakat bergantung pada media online shop. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Nisa dalam menanggapi perihal penggunaan media online shop bagi dirinya. Kata Nisa, “kalau saya pada kebutuhan pokok itu langsung membeli ditempat, soalnya kadang kan ada yang lama kalo beli di online, tapi kalau kebutuhan pribadi, atau yang bersifat sekunder sih saya beli di online”³⁴

Selaras dengan pendapat tersebut, hal ini turut disampaikan oleh Ifdatus dalam menanggapi perihal penggunaan media online shop bagi dirinya, dimana ia membeli beberapa barang melalui platform media online, dengan pertimbangan tertentu khususnya kebutuhan yang bersifat pokok serta jangka waktu kebutuhan yang dimaksudkan.

³⁴ Wawancara oleh peneliti dengan Nisa selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 16:00 WIB

Nggak sih mbak, kalau untuk ini tergantung barang yang saya butuhkan. Kalau semisal saya butuh barangnya itu masih lama, saya lebih memilih untuk berbelanja di online. Tapi kalau barangnya yang saya butuhkan itu bersifat harus cepat saya memilih untuk belanja di offline. Karena belanja di online itu biasanya lebih murah dari pada di pasar atau dimana gitu yang lainnya³⁵

Kecenderungan masyarakat dalam memanfaatkan media belanja online, dapat dilihat dari bagaimana intensitas mereka dalam menggunakan media tersebut, serta berapa kali mereka melakukan pembelian barang melalui online shop dalam setiap minggu maupun bulannya. Individu yang telah bergantung pada media online tentu memiliki intensitas yang tinggi dalam penggunaan platform aplikasi belanja online. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa masyarakat memiliki kepercayaan yang baik pada platform belanja online yang ia gunakan. Adapun alasan masyarakat mulai bergantung pada aplikasi belanja online terutama dalam memenuhi kebutuhan bersifat sekunder ataupun pemenuhan hasrat terhadap barang yang diinginkan.

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Jihan dalam menanggapi perihal Intensitas penggunaan media belanja online dalam memenuhi kebutuhan. Kata Jihan, “Lumayan sering sih mbak karna saya sendiri males untuk keluar rumah. jadinya lebih sering belanja lewat online gitu, terutama belanja make up, baju, celana”³⁶

³⁵ Wawancara oleh peneliti dengan Ifdatus selaku warga desa Mulung pada hari Senin, tanggal 20 Desember 2021, Pukul 13:22 WIB

³⁶ Wawancara oleh peneliti dengan Jihan selaku warga desa Mulung pada hari Senin, tanggal 20 Desember 2021, Pukul 12:38 WIB

Hal ini juga diungkapkan oleh Vita dalam menanggapi barang yang dibeli di situs belanja online

kalo saya sejak pandemi iki apa-apa beli di online ya mbak, barangnya seng biasae tak beli iku kosmetik, baju dan kebutuhan yang bukan ke pokok. Soale nek kebutuhan pokok tuku lewat online lebih beresiko lebih besar dari kebutuhan sekunder yang dibeli. Jadi nek mau beli sembako ya langsung beli didepan rumah mbk.

Adapun juga pendapat yang diungkapkan oleh Bu Jumini dalam menanggapi perihal pengeluaran yang dikeluarkan untuk membeli kebutuhan semasa pandemi. Kata bu Jumini “wah kalo pas pandemi sekarang itu sih mbk, kalau ada sirup atau kebutuhan bahan-bahan masakan promo kan itu kadang belinya lewat online. Tapi gak semua dibeli online ya mbk, gak apik sisan boros-boros dalam yang kurang bermanfaat”.

Selaras dengan pendapat tersebut, masyarakat Dusun Mulung juga menilai bahwa pembelian melalui aplikasi belanja online dinilai sangat efektif dan efisien. Hal ini diungkapkan oleh salah seorang masyarakat Dusun Mulung yakni, Nisa perihal intensitas pembelian secara online. Kata Nisa” “sangat sering mbak kalau saya, soalnya lebih murah dan lebih enak tidak perlu kesana langsung dan tidak mengahabiskan tenaga. Cuman tinggal duduk dirumah nunggu kurir yang nganter”.³⁷

Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa intensitas pembelian melalui online yang dilakukan masyarakat cukup intensif dan berdampak signifikan pada pengalihan serta peningkatan minat terhadap

³⁷ Wawancara oleh peneliti dengan Nisa selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 16:00 WIB

pembelian melalui online shop. Hal ini dikarenakan sejumlah keuntungan dari onlineshop yang menyediakan kelebihan layanan di setiap platformnya.

Dengan banyaknya keunggulan dan kemudahan yang ditawarkan oleh media online shop, tentunya hal tersebut memberikan suatu efektifitas dan efisiensi bagi sejumlah masyarakat. Tentunya setiap kemudahan yang ditawarkan tersebut menarik rasa minat yang tinggi pada masyarakat terhadap pemilihan melakukan pembelian secara online. Efektifitas dan efisiensi ini tentunya baik berbentuk waktu, tenaga, kualitas, serta harga yang ditawarkan dapat lebih baik dari pada pasar tradisional. Masyarakat tentunya akan mempertimbangkan berbagai segi aspek dalam melakukan pembelian secara online, hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Faizha perihal efisiensi dan pemanfaatan media online dalam membantu kegiatan konsumsi. Kata Faizha “Iya mudah untuk saya, karena saya lagi kerja juga kan mbak jadi terbantu sekali terutama hal waktu”³⁸

Selaras dengan hal tersebut, pendapat lain juga diungkapkan bahwa onlineshop memang telah banyak membantu masyarakat perihal efisiensi waktu serta efektifitas dalam pembelian barang tersebut. Terlebih lagi banyak Masyarakat merasa bahwa barang yang disediakan melalui media online lebih banyak dan bervariasi. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Putri perihal efisiensi dan pemanfaatan media online dalam membantu kegiatan konsumsi. Kata Putri “sangat membantu sekali, soale kan masa

³⁸ Wawancara oleh peneliti dengan Faizha selaku warga desa Mulung pada hari Rabu, tanggal 15 Desember 2021, Pukul 20:00 WIB

pandemic. Psbb juga kan kemaren itu, jadi sangat-sangat membantu terlebih lagi barang yang ditawarkan lebih banyak jadi kita bisa memilih bener-bener yang bisa kita butuhkan saat itu juga dan lebih murah juga mbak”³⁹

Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa dengan adanya aplikasi belanja online, masyarakat merasa terbantu. dimana pandemi covid-19 turut menjadi pertimbangan masyarakat dalam melakukan pembelian barang di pasar maupun tempat-tempat perbelanjaan lainnya. Sehingga, online shop dianggap sebagai alternatif atau pilihan yang tepat untuk melakukan suatu pembelian barang. Hal ini agar meminimalisir adanya mobilitas dan menghindari perkumpulan masa yang dapat menyebabkan penyebaran virus covid-19.

Online shop yang memiliki berbagai platform tentu menciptakan suatu pilihan pada masyarakat untuk memilih dimana ia akan melakukan pembelian secara online. Dalam hal ini tentu setiap platform menyuguhkan berbagai keuntungan yang diunggulkan pada platform mereka. Adapun platform media online shop yang banyak digunakan di indonesia di antaranya adalah shopee, tokopedia, blibli, lazada, Bukalapak yang merupakan suatu platform online shop besar di Indonesia dengan persaingan yang begitu ketat. Adapun masyarakat yang melakukan pembelian pada platform tertentu baik melalui situs web maupun aplikasi yang banyak mereka gunakan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Nisa’

³⁹ Wawancara oleh peneliti dengan Putri selaku warga desa Mulung pada hari Jum’at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 13:40 WIB

dalam menanggapi perihal pemilihan platform tertentu dalam melakukan pembelian secara online.

Saya sih seringnya menggunakan aplikasi shopee untuk pesen makanan maupun barang-barang soalnya banyak promo juga sih mbak, kan lumayan juga menghemat apalagi kalo ada voucher dan flashsale itu menguntungkan sekali, terlebih harganya lebih murah dari pada di toko offline terus didukung oleh cod dan gratis ongkir jadi kayak kita belanja offline aja. jadi saya tuh ngerasa memang lumayan boros gara-gara sering beli-beli.⁴⁰

Berdasarkan hal tersebut, kepercayaan masyarakat terhadap platform tertentu dalam melakukan pembelian secara online, juga berdasarkan pertimbangan layanan yang diberikan oleh platform tersebut terhadap customernya. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat ketertarikan masyarakat terhadap platform belanja online tersebut.



Gambar 4.6 Foto Dengan Kurir Pembelian barang sebagai bukti barang telah sampai di tangan pelanggan.

Sumber: Dokumentasi Oleh Penulis

⁴⁰ Wawancara oleh peneliti dengan Nisa selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 16:00 WIB

Perbedaan yang dirasakan masyarakat sebelum mengenal pembelian secara online cukup berdampak pada kehidupan sosial ekonominya dimana karena saat ini semua serba online terutama belanja hal ini menuntut masyarakat untuk memahami perkembangan hal tersebut, dan pengetahuan yang telah dipahami menimbulkan suatu hal yang baru bagi masyarakat dalam penggunaan berbagai layanan yang ditawarkan. Hal ini diungkapkan oleh salah seorang masyarakat desa karang tinggil yakni, mbk I'is

lek biyen iku mungkin awakdewe sek angel lah gae gawe aplikasi online-online iku, istilah e sek gaeroh opo-opo. lek saiki wes gampang atekan onok fitur koyok o COD, gratis ongkir dadi yo podo koyok awakdewe belonjo langsung ngunu mbak. opo maneh kan males lek belonjo langsung mikir kiro-kiro cukup enggak duit'e dll, lek saiki kan garek mbuka aplikasi, beli, bayar. Tapi yo ngunu mbak, saiki malah dadi boros.⁴¹

(kalau untuk dulu itu mungkin kita masih gaptek ya masih susah untuk mempergunakan aplikasi belanja online, masih butalah istilahnya sama belanja online. Kalau sekarang sudah mudah dan ada fitur-fitur kayak codgratis ongkir jadi sama aja kayak kita belanja offline gitu. belum lagi dulu itu gak ada belanja online kan mikirnya aduh males ke toko aduh males mager, kalau bawa uang segini cukup nggak gitu dll. Kalau sekarang kan tinggal buka aplikasi, beli, langsung bayar nah semenjak ada onlineshop ini kan bisa tuh yg namanya paylater bisa beli dulu terus bayar bulan depan. tapi ya begitu mbak, sekarang malah jadi boros)

Berdasarkan Hal tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan online shop pada masyarakat dusun mulung telah berdampak pada perubahan gaya hidup, bahkan diantaranya banyak masyarakat yang menyadari bahwa dampak dari penggunaan online shop yang sering itu

⁴¹ Wawancara oleh peneliti dengan Iis selaku warga desa Mulung pada hari Rabu, tanggal 15 Desember 2021, Pukul 19:00 WIB

menimbulkan perilaku boros dan konsumernya. Terlebih lagi untuk mengikuti trend yang saat ini berkembang banyak masyarakat yang membeli sejumlah kebutuhan karena hasrat atau keinginan bukan karena kebutuhan. Hal ini menyebabkan kegiatan konsumsi masyarakat mulai berubah yaitu untuk mendapatkan nilai lebih di mata masyarakat.

Penggunaan aplikasi belanja online (Online Shop) pada masyarakat dusun ulung berdampak pada perubahan gaya hidupnya sehari-hari. Pealihfungsian kegiatan konsumsi pada pemenuhan hasrat, menjadikan aplikasi online shop banyak digunakan untuk memenuhi keinginan bukan pada kebutuhan.

C. Pandangan masyarakat Muslim terhadap penggunaan aplikasi *online shop* di masa pandemi covid-19 di Dusun Mulung Desa Karangtinggil Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan

Masyarakat dalam kehidupan sosialnya tentu saling berinteraksi. Interaksi sosial yang dilakukan dalam rangka memahami kondisi sosial yang terjadi tentu akan menciptakan suatu pemahaman mengenai kondisi yang berlangsung di lingkungannya, hal ini berdampak pada terbentuknya pandangan masyarakat mengenai suatu hal yang melalui proses pemaknaan dan pemberian arti.

Dalam Islam sendiri memandang kegiatan konsumsi bertujuan sebagai upaya memenuhi kebutuhan. Oleh sebab itu, pemenuhan kebutuhan diupayakan dapat sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan dalam melakukan kegiatan konsumsi ini menjadikan masyarakat harus memiliki kontrol diri agar tidak berlaku secara berlebihan pada pembelian

kebutuhan. Salah satu alasan masyarakat dalam memanfaatkan media online adalah sebagai alternatif pilihan terutama di masa pandemi covid-19 yang terjadi saat ini, dalam memahami kondisi yang berlangsung dimasyarakat saat ini, seperti pandemi covid-19. Sebagai seorang muslim tentunya kita harus berikhtiar, berdoa dan berusaha agar dapat berdamai dengan kondisi yang terjadi saat ini. Berbagai upaya dilakukan guna melawan virus covid-19 ini telah banyak dilakukan, salah satunya adalah pembatasan kegiatan sosial di masyarakat. Masyarakat muslim Dusun Mulung yang dalam aktivitas sehari-hari melakukan interaksi dengan tetangga atau masyarakat sekitar lainnya, tentu memiliki hambatan yang diakibatkan oleh kondisi pandemi yang terjadi. Namun, dalam rangka mencari alternatif lain agar dapat menjalani kegiatan sehari-harinya masyarakat berupaya mencari suatu solusi yang dirasa dapat bermanfaat bagi kemaslahatan. Salah satunya adalah dalam kegiatan konsumsinya, masyarakat dalam hal ini dituntut untuk selalu menaati protokol kesehatan namun juga harus dapat menjalani aktivitasnya seperti sedia kala. Untuk mencari solusi dari hal tersebut, banyak masyarakat yang menggunakan media online sebagai solusi terbaik untuk mempermudah aktivitas mereka. Media online yang banyak digunakan saat ini adalah aplikasi belanja online, yang mana dalam tujuan memenuhi atau membeli barang dan kebutuhan yang di perlukan masyarakat telah memilih beberapa platform yang digunakannya.

Oleh karenanya, masyarakat dusun saat ini telah banyak yang menggunakan aplikasi belanja online dalam kehidupan sehari-harinya. pemanfaatan media belanja online sendiri tidak lepas dari pandangan masyarakat dalam penggunaan media belanja online sebagai alternatif atau solusi menanggapi kondisi pandemi covid-19

saat ini. Tuntutan untuk menghindari kerumunan dan menjaga jarak antara masyarakat satu dengan yang lain bertujuan untuk menekan mobilitas yang terjadi di masyarakat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh salah seorang masyarakat Desa Karangtinggil yakni, Nisa' yang menanggapi perihal pemanfaatan media belanja online dimasa pandemi covid-19.

Menurut ku sendiri, onlineshop itu sekarang jadi solusi ya mbak. gara-gara covid-19 ini kan apa-apa susah termasuk beli keperluan gitu, jadi ya sekarang lebih sering beli di online kalau semisal dipasaran juga barang yang dimaksud gak ada. apalagi kan pemanfaatan online shop ini juga jadi ikhtiar kita ngelawan pandemi covid-19 biar gak terus-terusan tertekan sama keadaan, yang bisa dibilang kita sendiri gak mau kondisi kayak gini terjadi.⁴²

Pendapat lain diungkapkan oleh mbak naneng dalam menanggapi perihal pemanfaatan media belanja online dimasa pandemi

kalo aku bien iku mbk gakero carae gae hp android gae belanja online ngene iki. Terus tonggo-tonggo iki mesti jalok ajari anake masalah hp iku mbk. Adine aku saiki wes isok hpan wes isok belanja online yo teko tonggoku ambek anakku mbk. Opo maneh saiki covid yo mbk, nak lamongan iki wes akeh seng tutup adine aku gelek-gelek jubah iku teko online shop iki mbk.

(kalau aku dulu itu mbak gatau caranya menggunakan hp android untuk belanja online seperti ini. Terus banyak tetangga yang kayak saya minta belajar ke anaknya masalah handphone itu mbk. Jadinya sekarang saya sudah mulai mengerti penggunaan handphone ini mbk dibelari anakku sama tetanggaku yang udah ahli mbk. Ditambah lagi masa pandemi yam bk, di lamongan ini sudah banyak yang tutup toko-toko baju di pasar atau bahkan mall yang nyewa itu sudah banyak yang tutup. Jadinya nyari gamis itu lebih mudah di toko online shop mbak)

⁴² Wawancara oleh peneliti dengan Nisa selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 16:00 WIB

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa pemanfaatan media online shop sebagai salah satu solusi dalam kegiatan memenuhi kebutuhan. Dimana adanya pembatasan kegiatan sosial di masyarakat ini menimbulkan keterbatasan pada beberapa tempat atau pusat perbelanjaan karena ketatnya syarat yang ahrus dipenuhi untuk dapat memasuki fasilitas umum lainnya.

Selaras dengan hal tersebut, pemanfaatan media onlineshop sebagai alternatif atau pilihan yang tepat dimasa pandemi covid-19 saat ini, tentunya dimanfaatkan secara baik oleh masyarakat dusun mulung. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Jihan dalam menanggapi perihal pemanfaatan media belanja online dimasa pandemi covid-19. Kata Jihan “iya sih mbak sekarang itu saya lebih ke online shop ya, apalagi pandemi gini kan susah buat kemana-mana, jadi ya bermanfaat banget sih mbak.”⁴³

Dampak dari pandemi covid-19 ini turut dirasakan oleh masyarakat dusun mulung. Mobilitas masyarakat yang terjadi telah banyak berubah, dimana aktivitas warga seperti kumpul bersama didepan rumah dengan bebas, kini masyarakat seluruhnya menggunakan masker dan menjaga jarak. perubahan lain juga terlihat saat tingginya kasus covid-19 di lamongan dan beberapa masyarakat dusun mulung juga terinfeksi virus tersebut menjadikan dusun muung mempunyai agenda tambahan dalam menmerangi virus covid-19 ini. Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat adalah penyemprotan disinfektan dirumah-rumah warga, senam pagi bersama setiap hari pukul 08:00 Wib, penetapan aturan bagi pendatang dari

⁴³ Wawancara oleh peneliti dengan Jihan selaku warga desa Mulung pada hari Senin, tanggal 20 Desember 2021, Pukul 12:38 WIB

luar kota menunjukkan surat negatif swab di puskesmas pucuk, Lamongan serta melakukan isolasi mandiri bagi yang terkena covid-19.

Beberapa dampak tersebut menuntut masyarakat untuk selalu taat pada protokol kesehatan agar terhindar dari covid-19. Salah satunya adalah membatasi kegiatan diluar rumah, dimana dalam penerapannya masyarakat mulai melakukan kegiatan memenuhi kebutuhannya dengan berbelanja melalui aplikasi belanja online. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Faizha dalam menanggapi perihal aplikasi belanja online sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kata Faizha “Iyaaa menjadi yang utama sih mbak untuk sekarang, soalnya kan sekarang pandemic juga jadi sudah males kalau keluar rumah, belum lagi gara-gara takut virusnya menyebar lebih luas kan, apalagi meskipun didesa yang katanya penyebarannya minim tentu kita masih harus waspada juga”⁴⁴

Berdasarkan hal tersebut, aplikasi belanja online dianggap sebagai media pengganti dalam melakukan pembelian atau memenuhi kebutuhan. Hal ini mengingat adanya pandemi covid-19 menimbulkan sejumlah kekhawatiran pada masyarakat terkait penyebaran serta penularannya. Namun, terdapat pula masyarakat yang menjadikan online shop bukan sebagai pilihan utama. Hal ini mengingat adanya beberapa barang yang tidak dapat dibeli secara langsung pada aplikasi belanja online. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Putri, dalam menanggapi perihal pemilihan onlineshop sebagai platform utama membeli kebutuhan.

⁴⁴ Wawancara oleh peneliti dengan Faizha selaku warga desa Mulung pada hari Rabu, tanggal 15 Desember 2021, Pukul 20:00 WIB

Kalau yang utama sih mungkin tidak ya, tapi kalau untuk sampingan bisasih sering belanja online. Namun, tidak dijadikan sebagai tempat pembelanjaan utama. Karena ada barang yang tidak bisa dibeli lewat online, kayak sayur, ikan dan kebutuhan pokok lainnya. saya tau cara pakai online shop juga karena diajarin sama tetangga saya mbak maya itu mbak, mulanya saya gak tau apa-apa⁴⁵

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa aplikasi belanja online digunakan untuk membeli beberapa keperluan saja yang memang bisa dibeli melalui online. Namun untuk kebutuhan pokok sehari-hari, membeli langsung pada tempat yang tepat seperti pasar, atau toko terdekat masih menjadi suatu pilihan.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, mudah, dan beragam membuat perubahan pada perilaku masyarakat terutama dalam kegiatan berbelanja. Pada saat ini, media sosial menjadi platform yang sangat digemari oleh masyarakat dikarenakan sangat mudahnya melakukan transaksi jual beli. Islam merupakan agama yang sesuai dengan setiap perkembangan zaman. Dengan demikian, Islam juga tidak melarang jual beli online. Islam sebagai agama yang turut mengatur kehidupan manusia, didalamnya juga terdapat suatu syariat agama islam dalam melakukan transaksi jual-beli.

Dalam membelanjakan suatu keperluan melalui media sosial ini masyarakat seringkali berlebihan dan melampaui batas bahkan berdampak pada menipisnya kondisi keuangan karena membelanjakan keperluan yang kurang begitu bermanfaat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Jihan yang menanggapi perihal management pengeluaran dalam pembelian belanja online.

⁴⁵ Wawancara oleh peneliti dengan Putri selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 13:40 WIB

Iya betul sekali, kadang kan semisal keuangan di bulan ini udah cukup udah sangat mepet, tapi kalau udah liat barang ini tertarik ya aku beli. Jadi yaa banyak penyakit juga sih e-commercenya ini, sampai kadang di ingetin ayah buat hemat jangan boros gitu, apalagi buat beli hal yang kurang begitu bermanfaat, apalagi diislam sendiri kan disebutkan kalau tidak boleh berperilaku boros gitu mbak jadi kayak ada kontrol dirinya juga⁴⁶



Gambar 4.7 Foto beberapa paket produk yang dibeli melalui aplikasi belanja online

Sumber: Dokumentasi Oleh Penulis

Berdasarkan hal tersebut, Masyarakat muslim dusun mulung menyadari bahwa pembelian secara berlebihan tidaklah baik. Di dalam Islam sendiri perilaku boros adalah perilaku yang buruk. Oleh sebab itu, masyarakat turut dapat mengontrol diri dengan adanya ajaran-ajaran agama islam yang mengatur kehidupan dengan baik.

Untuk menghindari adanya penipuan melalui aplikasi belanja online, masyarakat memiliki cara tersendiri. Diantara beberapa cara yang digunakan oleh masyarakat adalah dengan melihat deskripsi box pada produk, serta ulasan pembeli pada kolom komentar. Hal tersebut diungkapkan oleh Nisa dalam menanggapi

⁴⁶ Wawancara oleh peneliti dengan Jihan selaku warga desa Mulung pada hari Senin, tanggal 20 Desember 2021, Pukul 12:38 WIB

perihal keyakinan dan kualitas terhadap barang yang dibeli melalui media belanja online.

gini mbak saya pribadi kalau mau belanja itu liat ulasannya dulu kalau semisal bintangnya ada 4.9 saya beli pokoknya diatas 4,5. Liat komentarnya dulu. Soalnya saya pernah tidak sesuai ukurannya atau tdak sesuai warnanya tapi ya gak sering cuman 1 2 kali saja. Jadi tidak sesuai sama yang di foto, tapi kan di E'commerce dikasih kemudahan untuk mengembalikan barang bila tdak sesuai pesenannya. Jadi gak khawatir untuk belnja online⁴⁷

Adapun beberapa upaya yang dilakukan oleh masyarakat dalam mengontrol diri untuk lebih mengatur pembelian secara online. Hal ini dimaksudkan agar diri masyarakat tersebut tidak terlewat batas dalam melakukan pembelian belanja secara online. Dan masyarakat dapat memanage pengeluaran yang digunakan dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Jihan dalam menanggapi perihal kontrol diri yang dilakukan dalam melakukan pembelian barang secara online.

Kalau cara saya sendiri untuk mengotrol diri mungkin saya setelah menemukan barang yang saya perlukan saya akan langsung keluar dari aplikasi tersebut dan tidak melihat lagi sehingga tidak ada keinginan untuk belanja hal-hal yang tidak diperlukan, apalagi kebutuhan kan banyak mbak jadi harus berhemat kan⁴⁸

⁴⁷ Wawancara oleh peneliti dengan Nisa selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 16:00 WIB

⁴⁸ Wawancara oleh peneliti dengan Jihan selaku warga desa Mulung pada hari Senin, tanggal 20 Desember 2021, Pukul 12:38 WIB



Gambar 4.8 Foto tumpukan paket produk yang dibeli melalui aplikasi belanja online

Sumber: Dokumentasi Oleh Penulis

Pendapat lain turut diungkapkan oleh Nisa dalam menanggapi perihal kontrol diri yang dilakukan dalam melakukan pembelian barang secara online

Biasanya saya gak buka aplikasi tersebut sih mbak nek semisal awal bulan, awal bulan kan lagi banyak-banyaknya duwit jadi saya menghindari untuk membuka e-commerce tersebut. Tapi semisal kayak kebutuhan apa gitu baru buka. Semisal paket data, sekarang kan paket data ada di e-commerce.⁴⁹

Berdasarkan pemaparan diatas, masyarakat muslim memandang bahwa belanja online dimasa pandemi saat ini sangatlah membantu dan bermanfaat. terlebih lagi dengan adanya aplikasi nline mereka tidak diharuskan keluar rumah untuk membeli beberapa keperluan. Namun, masyarakat Dusun Mulung juga berpendapat meskipun melakukan belanja online mereka sebisa mungkin menghindari pembayaran kredit, karena menurut mereka hal tersebut

⁴⁹ Wawancara oleh peneliti dengan Nisa selaku warga desa Mulung pada hari Jum'at, tanggal 14 Januari 2022, Pukul 16:00 WIB

mengandung Riba. terlebih adanya perilaku lupa mengontrol diri seringkali menjadikan masyarakat tidak dapat mengatasi bagaimana mengontrol sikap tersebut. sehingga masyarakat juga sering menerapkan ajaran islam mengenai tidak berbelanja secara berlebihan.

D. Analisis Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Dalam Penggunaan *Online Shop* Ditinjau Dari Teori Konsumsi Jean Baudillard

Dalam Penelitian mengenai Online Shop Dan Perubahan Gaya Hidup masyarakat, Penelitian ini dianalisis menggunakan Teori Masyarakat Konsumsi Dengan Tokoh Jean Baudillard. Jean Baudrillard adalah seorang sosiolog (postmodern) dari perancis yang mengkritisi banyak realitas masyarakat modern⁵⁰. menurut Baudrillard, masyarakat konsumsi merupakan masyarakat yang mengkonsumsi bukan hanya barang, namun juga jasa manusia.⁵¹

Teori ini digunakan peneliti dalam memahami bagaimana penggunaan online shop dikalangan masyarakat Dusun Mulung, Desa Karangtinggil, Kabupaten Lamongan serta mengetahui motif yang dimiliki masyarakat dalam melakukan belanja online, serta pengalaman yang telah ia dapat dalam melakukan kegiatan konsumsi saat ini, sehingga menjadi suatu gaya hidup baru.

Hal ini dikarenakan dalam melakukan kegiatan konsumsinya masyarakat dusun mulung, saat ini tidak lagi didasarkan oleh suatu kebutuhan

⁵⁰ Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial*, 89–90.

⁵¹ Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, Trjem. Wahyunto, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010), 61.

saja melainkan dikarenakan suatu tanda “sign”, keinginan atau hasrat, serta simbol dari barang yang ia konsumsi. Baudrillard menyatakan bahwa, Masyarakat Konsumsi akan melihat identitas dan kebebasan diri sebagai perwujudan dari hasrat akan produk industri. Menurutnya, Konsumsi dipandang oleh masyarakat sebagai upaya untuk mengabil alih fungsi sosial atau posisi sosial dalam masyarakat.

Dimana hal ini menjadi dimungkinkan mengingat dalam kapitalisme global, kegiatan produksi sudah bergeser dari penciptaan barang konsumsi ke penciptaan suatu tanda.

Baudrillard memulai perdebatan tentang masyarakat konsumsi dengan melihat dari gejala globalisasi yang saat ini marak terjadi diseluruh dunia serta bagaimana kapitalisme mengeksploitasi keadaan globalisasi saat ini untuk memperluas pasarnya, dan bagaimana globalisasi digunakan sebagai alat yang diciptakan oleh sistem kapitalis untuk melakukannya.

Masyarakat bisa dengan bebas mengakses berbagai informasi melalui berbagai macam gadget dan dengan mudah mendapat informasi melalui internet⁵². Seperti yang disampaikan oleh para informan dari penelitian ini Dalam memahami dan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini, serta akses yang tidak terbatas pada sejumlah media sosial bahkan berbagai platform E’Commerce, Masyarakat mulai mengenal berbagai Marketplace yang berkembang di indonesia saat ini. Beberapa marketplace yang berlomba

⁵² Saputra, “Studi Deskriptif Gejala Konsumerisme Jasa Tato Pada Masyarakat Kota Surabaya,” 7–8.

menarik minat masyarakat dengan menyuguhkan sejumlah kemudahan baik pembelian, pembayaran, bahkan pengiriman barang, menjadikan masyarakat mulai tertarik untuk melakukan pembelian barang secara online.

Bahkan diantara narasumber menyatakan terkait motif ia tertarik berbelanja online adalah karena ia terinspirasi beberapa fashion dimedia sosial yang dianggap bagus dan aesthetic, atau dikenal dengan istilah Outfit Of The Day (OOTD), Sehingga hal ini banyak menarik masyarakat untuk membeli berbagai barang yang dianggapnya unik dan sedang trend saat ini. Terlebih lagi saat ini dengan berbagai platform yang menyediakan “Flashsale” setiap bulan bahkan minggunya dengan berbagai barang yang di jadikan diskon secara besar menjadikan masyarakat saling berlomba membeli barang tersebut, meskipun diantara barang yang dibeli tidak diketahui kegunaannya karena bukanlah suatu barang yang dibutuhkan. Dengan perkembangan segala teknologi informasi diberbagai bidang hingga mendorong suatu perilaku konsumerisme masyarakat yang cukup tinggi akibat banyaknya platform media online yang saling bersaing dalam menarik minat masyarakat untuk melakukan pembelian.

Hal ini seperti yang di ungkapkan beberapa narasumber melalui wawancara yang telah dilakukan, dimana beberapa narasumber menyebutkan alasan atau motif ia melakukan aktivitas berbelanja online adalah karena merasa tertarik dengan beberapa barang serta terinspirasi oleh influencer dimedia sosial. Maka, pembelian barang melalui online shop yang telah banyak dilakukan masyarakat saat ini lebih pada barang tersebut memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri bukan pada kebutuhan yang memang sangat ia perlukan.

Baudrillard mengatakan realitas masyarakat modern dengan menyebutnya sebagai masyarakat konsumsi. Masyarakat konsumsi tidak hanya mengonsumsi nilai guna barang yang dibelinya. Namun, manusia modern lebih tertarik untuk lebih membeli makna, simbol, atau tanda yang melekat dalam barang yang dibelinya. Setiap simbol menginisiasi status seseorang, simbol yang paling mudah menunjukkan status ini adalah merk⁵³. Menurut Baudrillard, perilaku konsumtif yang dilakukan oleh individu maupun kelompok memiliki kecenderungan melakukan konsumsi yang memperlihatkan tanda dan simbol, hal itu disebabkan karena masyarakat melakukan konsumsi tidak memandang pentingnya barang atau jasa tersebut namun dengan melihat citra dari produk tersebut yang mengakibatkan individu atau kelompok tidak akan pernah puas dengan terus-menerus melakukan konsumsi yang akan mempengaruhi gaya hidupnya⁵⁴. Sama halnya dengan hasil wawancara yang telah dilakukan pada beberapa informan Masyarakat Dusun Mulung, Desa Karangtinggil dimana banyak dari masyarakat seringkali membeli berbagai barang melalui media online dengan Dalam pembelian beberapa barang melalui online yang menjadi trend saat ini, para informan memiliki alasan tersendiri, dimana mereka ingin memperlihatkan tanda pada masyarakat bahwa mereka mengikuti trend yang ada sehingga tidak dianggap ketinggalan jaman, selain itu banyak dari mereka yang terinspirasi fashion dari para influencer yang diikuti dan berusaha untuk

⁵³ Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial*, 99.

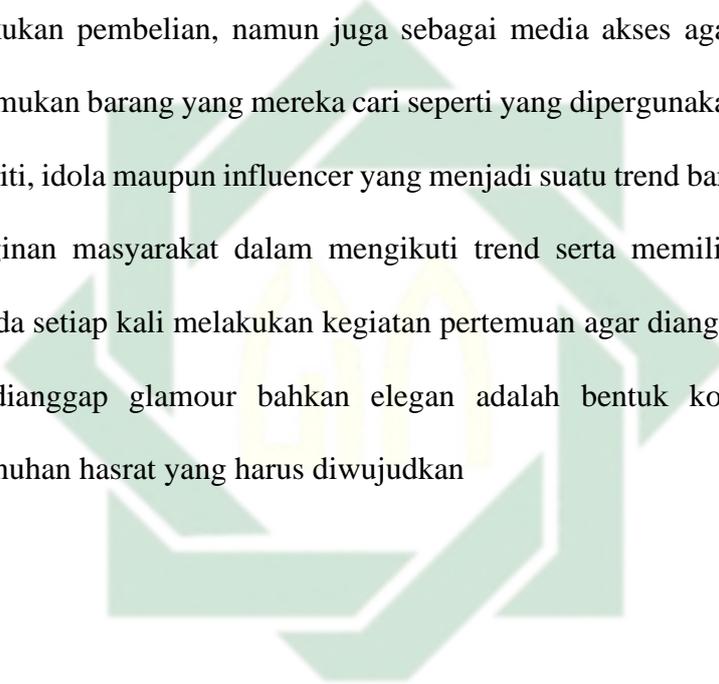
⁵⁴ Ananda, Hadi, dan Meiji, "Di balik perilaku konsumtif NCTZEN dalam pembelian merchandise NCT," 1019.

membeli barang yang di pakai influencer bahkan beberapa artis Internasional yang turut mempromosikan fashion yang mereka gunakan. Selain itu terdapat suatu barang yang digunakan para informan karena makna yang terkandung seperti, yang disampaikan informan yang bernama cindi, bahwa ia membeli beberapa merchandise artis K-POP yang ia sukai karena merchandise yang di jual tersebut memiliki arti bagi idola dan fans grup K-POP tersebut dan memiliki makna, seperti merchandise Pot atau Tas yang didesain member BTS yaitu J-Hope dengan Simbol “HOPE” yang berarti harapan. Hal tersebut memiliki makna bahwa fans akan selalu memiliki energi positif dalam menjalani hari-harinya. Barang yang dibeli beberapa informan tersebut akan menunjukkan simbol serta tanda bahwa mereka merupakan salah satu bagian dari anggota komunitas tersebut.

Rasionalitas konsumsi dalam sistem masyarakat konsumsi telah jauh berubah, karena saat ini masyarakat membeli barang bukan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan (needs), namun lebih sebagai pemenuhan hasrat (desire). Kebutuhan mungkin dapat dipenuhi dengan mengonsumsi objek, sebaliknya, hasrat justru tidak akan pernah terpenuhi. Konsumsi melibatkan hasrat, oleh karena itu proses konsumsi bukan hanya sekedar proses ekonomi, melainkan melibatkan proses psikologis⁵⁵. Hal ini terlihat dari wawancara yang telah dilakukan bahwa para informan bahwa mereka lebih sering membeli suatu barang yang dianggapnya menarik dan unik, terlepas bahwa mereka juga terbantu dengan adanya onlineshop saat ini yaitu mereka dapat membeli

⁵⁵ Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial*, 93–94.

berbagai kebutuhan yang tidak dapat dibeli secara langsung di toko tempat tinggalnya, Namun banyak narasumber yang mengakui mereka lebih sering mengkonsumsi serta membeli suatu barang karena keinginan mereka bukan karena kebutuhan mereka. Masyarakat Dusun mulung memanfaatkan onlineshop selain sebagai media yang mempermudah mereka dalam melakukan pembelian, namun juga sebagai media akses agar mereka dapat menemukan barang yang mereka cari seperti yang dipergunakan oleh beberapa selebriti, idola maupun influencer yang menjadi suatu trend baru dimasyarakat. Keinginan masyarakat dalam mengikuti trend serta memiliki OOTD yang berbeda setiap kali melakukan kegiatan pertemuan agar dianggap selalui eksis dan dianggap glamour bahkan elegan adalah bentuk konsumsi sebagai pemenuhan hasrat yang harus diwujudkan



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan berbagai paparan diatas dapat disimpulkan, bahwa:

- 1) Masyarakat Dusun Mulung memiliki intensitas yang cukup tinggi pada penggunaan aplikasi atau platform belanja online, hal ini terlihat dari sebagian masyarakat pernah melakukan belanja online lebih dari sekali dengan intensitas jarang, dan sering. Penggunaan *Onlineshop* dikalangan masyarakat Dusun Mulung ini menimbulkan perubahan gaya hidup dimana diakui oleh para informan, mereka mulai merasa berperilaku boros dan konsumeris, yang mana mereka seringkali membeli beberapa barang baik fashion, lifestyle, maupun berbagai kosmetik, dan barang-barang unik karena rasa tertarik. Hal ini dikarenakan oleh Media sosial, yang mana seringkali mereka terinspirasi oleh gaya hidup dengan membeli beberapa barang seperti yang dimiliki idola yang bahkan diantaranya mereka mengoleksi berbagai fashion terkini agar dapat mengikuti trend yang berkembang. Dimana masyarakat Dusun Mulung memanfaatkan media belanja online mayoritas untuk membeli suatu barang yang diinginkan bukan dibutuhkan, sehingga kecenderungan ini menimbulkan perilaku konsumeris dan merubah gaya hidup masyarakat Dusun Mulung saat ini. Hal ini seperti yang dinyatakan Baudirillard bahwa masyarakat

modern mengkonsumsi suatu barang bahkan jasa berdasarkan hasrat/keindahan bukan pada kebutuhan.

- 2) Masyarakat Muslim Dusun Mulung berpandangan bahwa penggunaan media *online shop* dalam memenuhi suatu kebutuhan maupun keinginan sehari-hari memang sangat dirasakan manfaatnya, terlebih, situasi pandemi covid-19 saat ini. Masyarakat menjadikan media belanja online sebagai salah satu alternatif dalam membeli beberapa keperluannya. Namun, masyarakat muslim juga memiliki pendapat bahwa didalam proses transaksi melalui media online terdapat suatu syariat dalam agama Islam yang mengatur jual-beli agar dapat dikatakan sah. Masyarakat seringkali melihat ulasan pembeli yang ada pada setiap produk, bahwa barang yang hendak dibelinya memang ada nyata, serta menghindari pembayaran berbasis kredit (*paylater*). Masyarakat Dusun Mulung sendiri memahami bahwa terdapat suatu hukum *riba'* mengenai pembayaran secara kredit yang ditawarkan oleh platform media belanja online tersebut, yang mana dalam Islam sendiri tidak diperbolehkan. Untuk itu, sekalipun online, mereka berusaha membayarnya dengan cara langsung. Banyaknya masyarakat yang melakukan transaksi secara online terutama karena faktor pandemi covid-19, dipandang masyarakat sebagai suatu usaha, ikhtiar untuk mengurangi mobilitas dimasyarakat agar penyebaran virus covid-19 dapat di hentikan.

B. Temuan

Peneliti menemukan, bahwa:

- 1) Mayoritas masyarakat Dusun Mulung menggunakan online shop dan melakukan pembelian pada platform tertentu karena merasa tertarik pada barang yang dijual di toko online tersebut.
- 2) Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di lokasi penelitian, mayoritas masyarakat telah memahami betul bagaimana penggunaan aplikasi belanja online, hal ini dipelajari dari tetangga yang terlebih dahulu mengetahui cara penggunaannya, kemudian berlanjut pada masyarakat lain yang juga mempelajarinya dan menggunakan aplikasi tersebut.
- 3) Masyarakat Muslim di Dusun Mulung memanfaatkan penggunaan onlineshop dimasa pandemi, namun mereka menghindari pembayaran secara kredit (Paylater) karena mengetahui adanya hukum Riba didalam proses pembayaran tersebut.
- 4) Mayoritas Masyarakat Dusun Mulung, membeli barang sekunder pada aplikasi belanja online, sangat jarang yang membeli kebutuhan pokok (sembako, bumbu-bumbu masakan, keperluan pokok sehari-hari lainnya)
- 5) Berbagai temuan tersebut membuktikan kesesuaian teori Baudirillard yang menyatakan bahwa masyarakat modern mengkonsumsi suatu barang bahkan jasa berdasarkan hasrat/ keindahan bukan pada kebutuhan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan temuan temuan tersebut, ada beberapa saran yang peneliti berikan:

1) Masyarakat Dusun Mulung, Desa Karangtinggil

Untuk masyarakat dusun mulung, kedepannya harus dapat lebih mengontrol diri dalam membelanjakan suatu barang, hal ini dikarenakan sebagian masyarakat membelanjakan suatu barang didasarkan karena keinginan bukan kebutuhan. Alangkah lebih baiknya al-qur'an sebagai pedoman hidup manusia terkhususnya umat muslim hendaklah ajaran tersebut diterapkan dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam mengatur keuangan. hal ini agar individu dapat mengontrol diri lebih baik sehingga tidak adanya perilaku boros dan melewati batasan serta tidak memperhatikan kondisi keuangan demi masa depan.

2) Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti berharap data yang didapatkan lebih lengkap baik mengenai perilaku maupun faktor masyarakat dalam melakukan pembelian secara online, serta dapat menggali informasi secara lebih luas dan valid. Dapat pula menggunakan metode penelitian lainnya sehingga hasil yang diperoleh dapat dilihat dari sudut pandang lainnya. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan kemajuan dalam hal penelitian dan temuan data dilapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Barry, M. Dahlan. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. (Surabaya: Arkola Surabaya)

Anshori, Isa. & Elvina Sahara, Elly. (2020), INTERNATIONALIZATION OF ISLAMIC EDUCATION INSTITUTIONAL CHARACTERS THROUGH THE ENGLISH ACCULTURATION STRATEGY. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8 (5) Sep 20, 140-157, <https://mgesjournals.com/hssr/article/view/3888>

Anshori, Isa. (2018), “Melacak State Of The Art Fenomenologi dalam Kajian Ilmu- Ilmu Sosial”, HALAQA: Islamic Education Journal, 2 (2), Desember 166 167. ISSN 2503-5045 (online), <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/halaqa>, <http://doi.org/10.21070/halaqa.v2i2.1814>

Anggito A. (2018) *Metodelogi penelitian kuantitatif*. (Sukabumi: Cv jejak, h 8.

Baudrillard, J. (2010), *Masyarakat Konsumsi*, Trjem. Wahyunto, (Yogyakarta: KreasiWacana)

Damiati dkk. (2017), *Perilaku Konsumen*, Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Eva Sativa Nilawatti, (2010) *Kaya dan Gaya Via Facebook*, (Yogyakarta : Andi Offest), 1.

Engel,J.F., Blackwell, R.D, dan Miniard, P.W. 1994. *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.

Handari, dkk. (2020) *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu)

Handayani, Maria Tri. (2021) , Ekrut: Apa itu marketplace?, Diakses pada

tanggal 18 oktober pukul 14.30 pada laman web:

<https://ekrut.com/media/apa-itu-marketplace/>

- Herdiansyah, H. (2015) *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Depok: Raja Grafindo Persada)
- Hidayat, A. (2012) *Menggugat Modernisme: Mengenal Rentang Pemikiran Postmodernisme Jean Baudrillard*, (Yogyakarta: Jallalustra), hlm 69
- Kunto, A & Suharsini (2006) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Martono, Nanang. (2018) *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*, (Depok: Rajawali Pers).
- Moeleong, Lexy J. (2011) *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: RemajaRosdakarya)
- Mowen, J. C. 1995. *Consumer Behavior* (4th ed). New Jersey: Prenticehall, in Nilawati, Eva S. (2010) *Kaya dan Gaya Via Facebook*, (Yogyakarta: Andi Offset). Noor, J. (2011), *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana) hal 139
- Pribadi, Wikan. (2009), *Blog Peneur: Menjadi Enterpreneur dan Mengembangkan Bisnis Lewat Blog* (Jakarta : Bukune)
- Putra, Afif P (2019) *Skripsi : Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Di Era Globalisasi (Studi Kasus di Pasar Sidayu Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik)*, (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Uin Sunan Ampel

Surabaya)

- Ritzer, G. (2009) *Teori Sosial Postmodern*, Terj. Alimandan, (Yogyakarta: Kreasi Wacana)
- Rukajat, A. (2018) *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*, (Yogyakarta: Deepublish)
- Sarbini, Muhammd. (2013), Masyarakat islami, Kompasiana: diakses pada tanggal 8 september 2021, pukul 07.05, pada laman https://www.kompasiana.com/Muhammad_sarbini_/551fb5d4813311f4379df343/masyarakat_islami
- Sari Chacha A.(2015) *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*, Jurnal Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas.
- Solomon, M. R. 2007. *Consumer Behavior 7th Edition: Buying, Having and Being*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Sudjana, Nama. (1998) *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah Makalah, Skripsi, Tesis dan Desertasi*, (Bandung: Sinar Baru).
- Wikan Pribadi, (2009) .*Blog Peneur: menjadi entrepreneur dan mengembangkan bisnis lewat Blog*, (Jakarta : Bukune), 31-32.