

**ONLINE SHOP SEBAGAI GAYA HIDUP SANTRIWATI
PESMA AN-NUR WONOCOLO SURABAYA DITINJAU DARI
PERSPEKTIF TEORI KONSUMERISME JEAN
BAUDRILLARD**

SKRIPSI

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



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**Oleh:
FITRI AYU WILUJENG
NIM. I73219047**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
APRIL 2023**

**PERNYATAAN
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Fitri Ayu Wilujeng

NIM : 173219047

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : Online Shop Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur

Wonocolo Surabaya Ditinjau dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard

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 saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 1 Maret 2023

Yang Menyatakan



Fitri Ayu Wilujeng

PERSUTUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Fitri Ayu Wilujeng

NIM : 173219047

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul "***Online Shop*** Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya Ditinjau Dari Perspektif Teori Konsumerisme Jean Baudrillard", saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Sosiologi.

Surabaya, 23 Februari 2023

Pembimbing



Muchammad Ismalil, S. Sos, MA.
NIP. 198005032009121003

PENGESAHAN

Skripsi oleh Fitri Ayu Wilujeng dengan judul: "ONLINE SHOP SEBAGAI GAYA HIDUP SANTRIWATI PESMA AN-NUR WONOCOLO SURABAYA DITINJAU DARI PERSPEKTIF TEORI KONSUMERISME JEAN BAUDRILLARD" telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 13 April 2023

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Muchammad Ismail, S.Sos, MA*
NIP. 198005032009121003

Penguji II



Drs. Warsito, M.Si
NIP. 195902091991031001

Penguji III



Dr. Iva Yulianti Umdatul Izza, S. Sos, M.Si
NIP. 197607182008012022

Penguji IV



Dr. Dwi Setianingsih, M.Pd I
NIP. 197212221999032004

Surabaya, 13 April 2023

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Dr. Abd. Chalik, M.Ag
NIP. 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



**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 : Fitri Ayu Wilujeng
NIM : 173219047
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Sosiologi
E-mail address : fitriayuwilujeng1@gmail.com

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

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Online Shop Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya Ditinjau Dari

Teori Konsumerisme Jean Baudrillard

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.

Surabaya, 1 Mei 2023

Penulis

(Fitri Ayu Wilujeng)

ABSTRAK

Fitri Ayu Wilujeng, 2023. *Online Shop* Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard. Skripsi, Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Strata Satu Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: *Online Shop, Gaya Hidup, Konsumeris, Santriwati*

Pada penelitian ini mengkaji sebuah fenomena *online shop* sebagai gaya hidup santriwati. Adapun fokus penelitian ini mengkaji dua permasalahan yakni; Bagaimana *online shop* sebagai gaya hidup santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya. Apa faktor yang melatarbelakangi santriwati Pesma An-Nur dalam melakukan *online shop* sehingga memiliki perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam melihat fenomena yang terjadi adalah teori konsumerisme Jean Baudrillard dengan teknik pemeriksaan keabsahan data dan pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi

Hasil penelitian yang peneliti temukan ialah: *Pertama*; penggunaan online shop sebagai gaya hidup santriwati digunakan untuk memenuhi keinginan yang lebih tepatnya mengkonsumsi kebutuhan seperti *fashion, beauty*. Akan tetapi santriwati cenderung mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan. Tujuan santri mengkonsumsi barang hanya untuk pemenuhan keinginan, kepuasan, serta kesenangan dalam mendukung penampilan mereka sebagai wujud identitas diri dimata pengakuan dari orang lain. Perilaku konsumtif ini menjadi habit atau kebiasaan gaya hidup yang dilakukan tidak hanya sekali atau dua kali, namun terulang berkali-kali, sehingga membentuk perilaku santriwati yang konsumeris.

ABSTRACT

In this study, it examines an online shop phenomenon as a lifestyle for female students. The focus of this research examines two problems namely; How do online shops become a lifestyle for female students from Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya. What are the factors behind Pesma An-Nur female students in conducting online shops so that they have consumptive behavior. This research uses descriptive qualitative method. With data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The theory used to view the phenomena that occur is the theory of consumerism by Jean Baudrillard. The technique for checking the validity of the data in this study uses a triangulation technique.

The research results that the researchers found were: First; the use of online shops as a lifestyle for female students is used to fulfill more specific desires to consume needs such as fashion, beauty. However, female students tend to consume goods that are not really needed. The purpose of students using goods is only to fulfill desires, satisfaction, and pleasure in supporting their appearance as a form of self-identity in the eyes of recognition from others. This consumptive behavior becomes a habit or lifestyle habit that is carried out not only once or twice, but is repeated many times, thus forming a consumptive behavior of female students.

Keywords: Online Shop, Lifestyle, Consumerists, Student

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERSUTUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Konseptual.....	9
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. <i>Online Shop</i>	23
C. Gaya Hidup	26
D. Santriwati	35
E. Konsumerisme Jean Baudrillard	39
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi dan Penelitian	49
C. Pemilihan Subyek Penelitian.....	49
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	51
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Teknik Analisis Data.....	55

G. Teknik Pemeriksaan Data.....	57
BAB IV <i>ONLINE SHOP</i> SEBAGAI GAYA HIDUP SANTRIWATI.....	59
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	59
B. <i>Online Shop</i> Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya	69
C. Faktor yang Melatarbelakangi Santriwati Pesma An-Nur Dalam Melakukan <i>Online Shop</i> Sehingga Memiliki Perilaku Konsumtif.....	77
D. Analisis <i>Online Shop</i> Sebagai Gaya Hidup Santriwati An-Nur Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard.....	103
BAB 5 PENUTUP	118
A. KESIMPULAN	118
B. SARAN	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	123



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Lokasi Pesma An-Nur.....	59
Gambar 4. 3 Bukti Transaksi	72
Gambar 4. 4 Bukti Pembayaran dan Barang.....	73
Gambar 4. 5 Bukti Link Telegram Rekomendasi Belanja	81
Gambar 4. 6 Pembelian Pada Aplikasi Tiktok.....	84
Gambar 4. 7 Bukti Member yang Diperoleh Pengguna Shopee	87
Gambar 4. 8 Bukti Shopee Pay Untuk Transaksi Transportasi.....	88
Gambar 4. 9 Bukti Pembelian di Aplikasi Zalora.....	91
Gambar 4. 10 Bukti Pembelian Photo Card.....	92
Gambar 4. 11 Bukti Usaha Santriwati Berjualan Buket	95
Gambar 4. 12 Bukti Santriwati Dengan Usaha Hampers.....	96
Gambar 4. 13 Bukti Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Sebagai Promosi Dagangan Santri	97
Gambar 4. 14 Skema Hasil Analisis	111



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Informan.....	50
Tabel 4. 1 Pendidikan Formal Universitas Prof. KH. Dr. Imam Ghazali Said, MA.....	64
Tabel 4. 2 Daftar Guru yang Berada di Timur Tengah.....	65



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi selalu berkembang dan tentu saja memiliki keunggulan dari hasil cipta inovasi tersebut. Saat ini semua peradaban di muka bumi ini selalu memiliki sisi bangga atau ketakjuban yang dihasilkan dari sebuah teknologi. Bukti tersebut dapat dilihat ketika masyarakat juga ikut menikmati hasil teknologi sehingga tidak hanya satu atau dua orang saja yang mengonsumsi teknologi sebagai implementasi dalam kehidupannya. Namun, hampir seluruh dunia sudah mulai memiliki pemikiran yang terbuka dengan melihat transformasi kehidupan dari masyarakat yang terpencil, terkucilkan hingga masyarakat tertinggal dengan perkembangan kehidupan di luar. Dengan adanya teknologi adalah sarana yang digunakan untuk mempermudah seluruh kehidupan manusia apabila digunakan dengan tepat. Salah satu teknologi yang paling canggih dan mampu menjangkau dunia luar mulai dari informasi, sosial, kesehatan, ekonomi. Semuanya mengglobal menjadi satu dalam internet dan mampu diakses tidak hanya untuk orang dewasa namun juga anak-anak.

Hal ini menjadikan penggunaan layanan internet hingga aplikasi pendukung dalam kehidupan terus mengalami perbaikan, perkembangan dengan cepat. Tentu saja ini juga menjadi peranan yang paling penting pada bidang kehidupan ekonomi tentunya dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Para pengguna juga tidak hanya pada kalangan terbatas

saja namun dari semua kalangan remaja seperti anak-anak, pelajar sekolah mahasiswa hingga orang dewasa tanpa terkecuali para orang tua ikut menjadi pengguna aktif internet. Akibatnya, seluruh informasi yang bersifat positif maupun negatif mampu dijelajahi dengan mudah. Maka tanpa disadari dan diakui atau tidaknya lambat laun mengubah cara gaya hidup dan menjadikan mereka konsumtif.

Tidak salah jika masyarakat sekarang menjadi masyarakat modern karena dari semua elemen masyarakat sudah mampu menggunakan teknologi dengan baik yang juga menjadikan masyarakat yang konsumtif akibat perkembangan teknologi dan budaya global yang masuk di Indonesia. Tidak hanya memenuhi dan mencukupi kebutuhan pokok saja dalam kehidupannya. Walaupun secara rinci hal tersebut sudah lebih dari cukup. Namun untuk kebutuhan tatanan interaksi sosial antara individu dengan individu tau kelompok lainnya, maka manusia modern mampu mengkonsumsi lebih dari 3 (sandang, pangan, papan) hal tersebut. Oleh sebab itu, masyarakat modern saat ini hidup dalam budaya konsumen dalam artian pengguna dan pemakai produk hasil teknologi. Akibat, teknologi dan budaya global yang bisa dilihat dan digunakan dari berbagai negara mampu menjadikan *online shop* yang ada di *handphone* individu sebagai tempat yang mudah diakses dan digunakan oleh para konsumen. Tentu saja hal ini memicu terjadinya proses permintaan pasar semakin besar apabila sudah masuk pasar *online*, apalagi jika terdapat barang yang hits atau kekinian.

Saat ini, peran produsen selalu melakukan inovasi dan kreatifitas hal terbaru yang didukung dengan adanya ciri khas yang dimiliki pada produk tersebut. Sehingga dengan hasil produksi tersebut mampu menarik konsumen untuk memilih dan memiliki apa yang diinginkan. Mulai dari daftar gambar (barang, makanan, minuman) untuk dipilih, dibeli, hingga penggunaan foto model yang sedang digandrungi atau artis yang memiliki pengikut terbanyak serta lagi *booming*. Tentu saja para konsumen dan para produsen atau pemilik toko *online* akan memperoleh berbagai keuntungan yang didapat. Bagi pembeli keuntungan mulai dari efektifitas serta efisiensi waktu dengan baik. Pilihan fitur berbagai potongan harga hingga pilihan jasa pengiriman yang dibeli. Keuntungan bagi penjual adalah tidak memerlukan ruang tempat untuk membuka toko seperti pada umumnya, hanya bermodalkan hp, barang yang diperjual belikan dan data internet.

Akan ada suatu konsekuensi yang harus diterima oleh masyarakat salah satunya adalah dengan lahirnya suatu “budaya baru” yang mulai berkembang pada saat ini. Salah satu permasalahan dari budaya baru tersebut yakni akan muncul budaya konsumerisme yang diakibatkan oleh rangsangan dari berbagai macam komoditi yang dihasilkan oleh dunia maya. Tentu saja akan diikuti oleh hal miring dengan adanya penipuan.

Di negara Indonesia sendiri, konsep mengenai *lifestyle* ada karena ada sebab dan akibat oleh adanya globalisasi di bidang industri yang melibatkan adanya penggunaan media dalam aplikasi pada *smartphone*. Salah satu sebabnya yang mampu dirasakan adanya perubahan teknologi

adalah negara ini selalu memfilter terlebih dahulu serta terbuka dengan adanya perkembangan teknologi sehingga menjadikan masyarakatnya mulai berpikir modern. Masyarakat yang termasuk dalam masyarakat konsumsi cepat atau lamban akan tergolong sebagai masyarakat konsumen karena diiringi dengan adanya pertumbuhan ekonomi global. Hal ini dapat ditandai dengan semakin menjamurnya pusat perbelanjaan, industri dibidang kain atau *fashion*, kecantikan seperti *make up* serta *skincare*, kuliner, banyaknya makanan cepat saji, dan beberapa faktor lainnya yang merupakan efek dari *life style* diakibatkan dari iklan dari tv dan sosmed dengan semakin disukainya produk dalam negeri hingga asing.

Masyarakat saat ini adalah masyarakat yang modern dengan konsumtif yang terus menerus suka berbelanja tiada henti. Namun, konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Bagi individu atau masyarakat hal ini tidak cukup hanya mengkonsumsi kebutuhan pokok saja untuk dapat bertahan hidup. Meskipun secara umum hanya memerlukan kebutuhan makanan, pakaian dan alat yang telah cukup terpenuhi. Bagi mereka yang mementingkan tatanan dalam kehidupan sosial masyarakat juga memerlukan sesuatu yang lebih agar mampu mencuri perhatian dari sekitar. Mampu diakui bahwa masyarakat makhluk sosial juga diimbangi dalam budaya konsumen. Tentu saja hal ini mempengaruhi kehidupan keseharian. Melalui nilai, makna, dan harga diri menjadikan suatu barang yang di pakai akan dianggap penting karena memiliki cerita pengalaman

dalam keseharian dan sosialnya ketika dalam ruang masyarakat. Karakteristik ini tampaknya semakin memudahkan mahasantri khususnya santriwati terjerat dalam perilaku membeli yang kurang efisien. Apalagi hidup di tanah rantau, untuk membeli kehidupan tidak hanya menyangkut pendidikan saja, namun juga penampilan yang mampu mencerminkan jati dirinya dengan menyandang sebagai mahasiswa juga santri dalam lingkungan pondok pesantren.

Maka tidak jarang membeli dan menggunakan produk *fashion*, *make up* hingga keinginan memiliki barang yang sama dengan temannya atau bahkan yang lebih parah adalah membanding-bandingkan barang kepemilikannya. Guna melihat barang siapa yang lebih bagus, mahal, berkualitas, dan yang paling penting adalah barang yang lagi hits/kekinian/viral. Banyaknya kegiatan penjualan *online* melalui platform digital yang semakin merebak luas diakses. Serta para produsen, pedagang pada dunia maya yang menyediakan berbagai produk yang diinginkan para mahasantri (mahasiswa santri) khususnya santriwati, turut mendorong untuk berperilaku konsumtif. Adapun salah satu faktor bagaimana para santriwati ini mampu mengakses situs perbelanjaan pada dunia maya karena pada dasarnya kebutuhan teknologi untuk menunjang perkuliahanlah yang membuat santriwati ini menggunakan teknologi. Selain laptop yang digunakan para santriwati ini juga diperbolehkan membawa dan menggunakan *handphone* sesuka hatinya. Sebab tidak ada larangan seperti pada pondok pesantren pada umumnya yang di mukimi

oleh para pelajar yang masih sekolah. Sedangkan pada pesma ini sudah memiliki jenjang yang lebih tinggi dan memiliki tanggung jawab sendiri karena dianggap sudah lebih pantas.

Semua pelajar adalah agen perubahan tak terkecuali khususnya santriwati, secara tidak langsung menjadi aktor perubahan dan mengedepankan nilai islami dalam bertindak. Apalagi santriwati dikalangan mahasiswa atau biasa disebut dengan mahasantri menempati lapisan tertinggi di kalangan pelajar yaitu sebagai golongan terpelajar yang tidak hanya paham ilmu umum (duniawi). Namun, santriwati ini juga paham ilmu agama karena bertempat tinggal di lingkungan pesantren mahasiswa (pesma).

Perubahan besar secara keseluruhan saat ini merupakan bentuk dampak dari berbagai kalangan tidak terkecuali para pelajar. Santri merupakan salah satu bagian dari kaum terpelajar yang tidak hanya berfokus pada ilmu duniawi saja, namun juga ilmu akhirat dalam agama Islam. Para santri ini memiliki ciri kehidupan yang wajib tinggal di pondok pesantren (ponpes) dan mengabdikan dirinya pada aturan yang dibuat oleh pimpinan pondok pesantren yang disebut kyai (orang tua pengganti). Kata santri ini tidak hanya digunakan sampai jenjang sekolah menengah atas saja. Akan tetapi, pada tingkat mahasiswa juga ada terdapat santri yang tingkatnya lebih tinggi yang dinamakan mahasantri. Sehingga dapat dipahami jika mahasantri merupakan para mahasiswa/i yang menempuh pendidikan di dunia kampus dan pondok pesantren. Di

lingkungan kampus terdapat pondok pesantren biasa dinamakan pesma (pesantren mahasiswa). Para santri ini tidak hanya dihuni oleh santri laki-laki saja namun setiap pesantren terdapat anak didik perempuan yang dinamakan santriwati.

Tingkatan mahasantri khususnya para santriwati juga dituntut untuk mampu menguasai segala perkembangan iptek sebagai bentuk mampu bertahan dan bersosialisasi dengan perkembangan yang sedang berubah dan mendunia. Salah satu perubahan tersebut adalah gaya hidup yang selalu mengacu pada trend yang terjadi sehingga pola hidup dan waktu juga berubah secara tidak langsung

Dalam hal ini para santriwati yang juga menyandang sebagai mahasiswa juga, mereka tentu saja tidak hanya membeli kebutuhan keperluan pendidikan, nilai untung atau kebutuhan yang mednesak. Melainkan karena dipengaruhi gaya hidup (*lifestyle*) hal ini dapat diketahui melalui kepribadian dalam mengekspresikan cara hidup dalam keseharian tertentu. Perubahan yang terlihat adalah cara hidup dari desa (tradisional, keterbelakangan) ke kota (modern) mengalami perubahan. Seperti pada penerapan dan penggunaan toko online dalam kehidupan sekarang yang mana jika para santriwati dahulu hanya mengandalkan toko di sekitar ponpes/pesma sekarang bisa menggunakan aplikasi tersebut. Dengan mulai dari cara berbicara, berpakaian, kebiasaan dan pola konsumsi. Tentu saja mereka merubah itu semua adalah berusaha untuk menghindari di cap atau di *labelling* sebagai orang kampung.

Dengan berbagai latar belakang kehidupan salah satunya adanya teknologi tersebut maka kejadian bisa jadi memperlihatkan kecenderungan perilaku santriwati yang dihadapkan pada gaya hidup berlebihan mengutamakan kesenangan sesaat sebagai tujuan hidup. Dari hasil orientasi tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti judul mengenai “***Online Shop* Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya Ditinjau dari Perspektif Teori Konsumerisme Jean Baudrillard**”.

B. Rumusan Masalah

Adanya tujuan dari rumusan masalah adalah untuk memberikan batasan pada pembahasan masalah yang akan diteliti, sehingga kedepannya diharapkan pemecahan masalah tidak menyimpang dari ruang lingkup permasalahan. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan masalah peneliti menjadi beberapa pertanyaan yang akan dijawab melalui penelitian ini. dengan demikian maka diperoleh masalah utama penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *online shop* sebagai gaya hidup santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya?
2. Apa faktor yang melatarbelakangi santriwati Pesma An-Nur dalam melakukan *online shop* sehingga memiliki perilaku konsumtif?

C. Tujuan Penelitian

Dengan berpedoman pada latar belakang serta dua rumusan masalah, Adapun tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui *online shop* sebagai gaya hidup santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya
2. Untuk mengetahui faktor yang melatarbelakangi santriwati Pesma An-Nur dalam melakukan *online shop* sehingga memiliki perilaku konsumtif.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini besar harapan mampu memberikan sumbangsih peranan dalam disiplin ilmu sosial kedepannya. Khususnya di Ilmu Sosiologi. Dan tidak lupa ini menjadi rujukan referensi penelitian lain.

2. Secara Praktis

Tentu dengan adanya penelitian ini, tentu memberikan kesan pengalaman terkhusus bagi peneliti dalam proses penelitian kedepannya, dan bagi pembaca atau mahasiswa/i lain diharapkan penelitian ini mampu menambah pengetahuan tentang *online shop* sebagai gaya hidup santriwati.

E. Definisi Konseptual

Setiap pengamatan penelitian dimulai dari menjelaskan gagasan yang ingin dicapai, karena konsep penelitian akan menjadi kerangka acuan bagi peneliti dalam melakukan observasi penelitian ketika dilapangan. Konsep adalah generalisasi dari fenomena yang identik agar peneliti memberikan batasan makna penjelasan yang dipakai dalam penelitian ini. Berdasarkan

judul studi penelitian “*Online Shop* Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya Ditinjau dari Perspektif Teori Konsumerisme Jean Baudrillard”

1. *Online Shop*

Toko dalam dunia maya atau *online shop* adalah sebuah toko berbasis digital dalam mengoperasikan usahanya dengan mandiri. Hal tersebut dikarenakan toko ini membutuhkan alamat internet atau *website* untuk memperdagangkan barangnya, tanpa harus membuka toko konvensional yang harus ada lahan dalam berdagang atau berbisnis. Tentu saja kegiatan jual beli ini menjadi lebih praktis karena tidak memerlukan biaya yang lebih mahal. Cukup dengan adanya barang, *website* yang harus dibuat, serta ketekunan dalam menjalankan toko *online* ini. Dalam penelitian ini kajian yang digunakan oleh peneliti adalah aplikasi online shop Shopee, Tiktok Shop, dan Lazada. Pada pembelian barang yang dilakukan oleh santriwati.

2. Gaya Hidup

Gaya atau cara hidup secara luas digambarkan sebagai cara hidup yang dikenali dari bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, apa yang tidak mereka lupakan penting dari lingkungan mereka (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan orang lain (opini). Dalam kehidupan masyarakat akan sering dijumpai gaya hidup individu satu dengan yang lain. Bahkan

pada kesempatan periode gaya hidup antara individu dengan sekelompok masyarakat akan bergerak dinamis².

Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan pada akhirnya memutuskan pilihan konsumsi seseorang. Gaya hidup merupakan salah satu konsep terbaru dan lebih mudah dibandingkan dengan kepribadian. Hal ini lebih menggambarkan aktivitas individu dalam mengoptimalkan waktu dan uang yang dimilikinya dalam berbelanja. Dalam penelitian ini peneliti juga membahas pengoptimalan sebuah teknologi sebagai penunjang pemenuhan dalam gaya hidup yang dijalani. Sehingga tidak hanya suka belanja hanya untuk kesenangan semata, namun juga bisa menghasilkan uang dengan hasil perkembangan teknologi dan budaya global.

3. Santriwati

Istilah santri merupakan sekumpulan orang yang berkumpul dalam satu tempat dari berbagai daerah dan tinggal pada kompleks pesantren. Pada tempat inilah para santri akan belajar ilmu agama, namun seiring perkembangan dan kebutuhan untuk bertahan hidup maka, tidak hanya diajarkan ilmu agama oleh pak kyai/ustadz saja. Namun ilmu umum juga di implemantasikan dalam kurikulum belajar pesantren. Penyebutan santri memiliki dua fungsi yakni

² M.M Nugroho J. Setiadi, S.E., "Perilaku Konsumen: Edisi Revisi - Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M - Google Buku," last modified 2013, accessed October 31, 2022, <https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.

santri untuk penyebutan murid yang laki-laki/atau umum. Sedangkan santriwati digunakan untuk para murid perempuan.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam memudahkan laporan kepenulisan ilmiah (skripsi) terdapat Lima Bab poin yang akan peneliti tulis dan harus disusun secara sistematis, sebagai berikut:

Bab pertama merupakan pendahuluan. Pada penulisan bab awal ini dijelaskan mulai dari latar belakang masalah guna menjelaskan mengapa penelitian ini dilakukan, setelah itu adanya rumusan masalah yang penting untuk mengarahkan titik fokus kajian yang dilakukan untuk mencari hasil temuan ketika proses penelitian berlangsung. Kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan manfaat penelitian untuk memastikan ada atau tidaknya hasil temuan. Setelah itu, adanya kajian pustaka untuk menentukan posisi penelitian itu dengan dengan penelitian terdahulu, selanjutnya metode penelitian digunakan untuk menunjukkan bahwasannya penelitian itu benar-benar dilakukan yang terakhir sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan kajian teoretik. Pada bab kedua ini berisi tentang penelitian terdahulu, serta uraian teori dengan studi pustaka yang sesuai dengan rumusan masalah dan data yang akan dikaji mengenai *online shop* sebagai gaya hidup santriwati berdasarkan yang ditinjau dengan teori konsmerisme Jean Baudrillard.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Yang merupakan paparan data yang akan digunakan serta acuan dalam pelaksanaan penelitian. Mulai

dari deskripsi subyek penelitian, dan mengenai deskripsi data penelitian yang didapat dari wawancara dan terjun ke lapangan (observasi).

Bab keempat yaitu analisis data yang membahas tentang temuan-temuan selama penelitian berlangsung dan menganalisis data konfirmasi temuan itu dengan teori.

Bab kelima merupakan penutup yang berisikan dari hasil penelitian yang disimpulkan dan terdapat saran penelitian untuk peneliti dan pembaca.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Penelitian Terdahulu

Selain menggunakan buku-buku atau referensi yang relevan dengan penelitian ini, peneliti juga melihat hasil penelitian terdahulu dengan tujuan untuk menghindari kesamaan dalam membahas suatu hal dari segi topik atau fokus penelitiannya sama dengan menggunakan sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Untuk itu, beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang berjudul “*Online Shop Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya Ditinjau dari Perspektif Teori Konsumerism Jean Baudrillard*” diantaranya adalah:

1. Etik Munawaroh 2101717238 mahasiswi prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada tahun 2021. Dengan judul “*Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda*” Jenis penelitian yang digunakan sejenis pemeriksaan lapangan atau eksplorasi lapangan dan menggunakan metodologi subjektif. Prosedur pengumpulan informasi yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi³. Hasil dari penelitian dari perilaku konsumtif santri putri di Pondok Pesantren Subulul Huda, Kembangawit Madiun,

³ E Munawaroh, “Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit Madiun DiMasa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam” (2021), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/16415>.

selama masa pandemic adalah para santriwati tidak mampu membedakan antara kebutuhan pokok dengan sekunder.

Persamaan dalam penelitian ini adalah subjek penelitiannya santriwati, dan membahas mengenai perilaku konsumtif yang terjadi di lingkungan pesantren.

Perbedaannya adalah jika saudari Etik Munawaroh membahas analisis perilaku konsumtif sedangkan peneliti melihat bagaimana tipe gaya hidup santriwati dalam penggunaan *online shop*.

2. Skripsi yang ditulis oleh Haning Dwi Pratiwi mahasiswa prodi Pendidikan Sosiologi dan Antropologi UNNES 2013. Dengan judul “*Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa UNNES*”. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi⁴. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa *online shop* dikalangan mahasiswa Unnes memberikan berbagai perubahan cara belanja perubahan tersebut selalu menggunakan *online shop* sebagai cara belanja untuk memenuhi kebutuhan. Mengubah model belanja konvensional menjadi *online shop*.

Persamaan dalam penelitian ini adalah pada teknik pengambilan data yang menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi serta penggunaan *online shop* sebagai pemenuhan kebutuhan hobi pada pembelian koleksi pakaian, tas, sepatu, mainan, serta alat olahraga.

⁴ Haning Dwi Pratiwi, *Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unnes, Skripsi Universitas Negeri Semarang*, 2015, <http://lib.unnes.ac.id/18067/>.

Perbedaan dalam penelitian ini jika saudari Haning Dwi membahas mengenai *online shop* sebagai media cara belanja dari konvensional menjadi modern. Pada penelitian yang akan dilakukan peneliti akan membahas mengenai termasuk kedalam tipe gaya hidup penggunaan *online shop* di kalangan santriwati.

3. Skripsi yang ditulis oleh Husainatul Jazilah I73217030 mahasiswa prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UINSA. Dengan judul “*Belanja Online Sebagai Bentuk Perubahan Gaya Hidup Perempuan Masa Kini di Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan*”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi⁵. Hasil penelitian ini adalah belanja *online* dalam membentuk perubahan pada perempuan yang terjadi pada Desa Dadapan berubah mengikuti perkembangan zaman, gaya hidup berubah menjadi boros dikarenakan dalam hitungan satu bulan dirasa tidak cukup untuk membeli satu barang saja. Gaya hidup akan berubah seiring perkembangan zaman, gaya hidup menarik perhatian dengan adanya pemberian gambar pada *marketplace*.

Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metodologi kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan observasi serta penggunaan *online shop* yang merubah gaya hidup.

⁵ Husainatul Jazilah, *Belanja Online Sebagai Bentuk Perubahan Gaya Hidup Perempuan Masa Kini Di Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan, Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2021, http://digilib.uinsby.ac.id/46823/3/Husainatul_Jazilah_173217030.pdf.

Perbedaan dalam penelitian ini jika saudari Husainatul memfokuskan penelitian pada pembahasan belanja online sebagai perubahan gaya hidup perempuan masa kini, sedangkan peneliti memfokuskan pada *online shop* sebagai gaya hidup santriwati yang berfokus pada tipe gaya hidup apa yang digunakan dalam kesehariannya.

4. Skripsi yang ditulis oleh Salsabila Nurul Hidayah mahasiswi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UINSA. Dengan judul “*Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI dan FISIP UIN Sunan Ampel Surabaya di Era New Normal Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan menggambarkan atau menjelaskan individu atau kelompok tertentu dalam masyarakat. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁶ Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa dampak yang menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa Febi dan Fisip UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu adanya faktor kepuasan mahasiswa dalam berbelanja dimana adanya jaminan yang diberikan oleh shopee dan kualitas baik pelayanan maupun barang. Mahasiswa akan banyak menghabiskan waktu untuk melakukan proses perbelanjaan dan akan lebih boros. Hal tersebutlah yang memicu adanya perilaku konsumtif dengan membeli barang secara berlebihan. Konsep konsumerisme

⁶ Salsabila Nurul Hidayah, “*Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI Dan FISIP UIN Sunan Ampel Surabaya Di Era New Normal Ditinjau Dari Teori Koneumerisme Jean Baudrillard*” 3, no. 2 (2021): 6, [http://digilib.uinsby.ac.id/49561/2/Salsabila Nurul Hidayah_I73217044.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/49561/2/Salsabila%20Nurul%20Hidayah_I73217044.pdf).

dalam Jean Baudrillard juga menjelaskan bahwa masyarakat modern tidak lagi melihat nilai guna.

Persamaan dalam penelitian ini adalah teori konsumtif yakni konsumerisme Jean Baudrillard dalam penggunaan *online shop*.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah jika saudari Salsabila memfokuskan pada lapak Shopee dan subyek penelitian dari mahasiswa Febi dan Fisip. Sedangkan yang akan peneliti ambil adalah *online shop* sebagai gaya hidup santriwati dengan berfokus pada tipe gaya hidup apa yang digunakan dalam kesehariannya.

5. Skripsi yang ditulis oleh saudari Anny Kholilatul Munthhiah dari jurusan Hukum Ekonomi Syariah dari Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, dengan judul “Perilaku Konsumtif Santri Asrama Putri Pondok pensatren Al- Islam Perspektif Al-Ghazali”.⁷ Penelitian ini dilakukan karena santri belum bisa mengatur keuangan dengan baik hal ini didukung dengan santri putri yang membawa uang saku tidak diatur, dan adanya perbedaan jumlah uang saku yang dipegang tiap santri. Maka para santri masih menggunakan dengan boros selagi belum adanya perihal informasi yang menekan, mereka membeli segala sesuatu serta mengonsumsi berbagai hal baru yang nilai guna kurang. Sehingga Imam Ghazali berpendapat bahwa dasar motivasi

⁷ Anny Kholilatul Munthi'ah, *Perilaku Konsumtif Santri Asrama Putri Pondok Pesantren “Al-Islam” Joresan Perspektif Al-Ghazali, Skripsi* (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021), http://etheses.iainponorogo.ac.id/14849/1/210214209_ANNY_KHOLILATUL_MUTHI%27AH_HES.pdf.

dan aktivitas konsumsi adalah untuk beribadah kepada Allah SWT. Dan santri setiap harinya dituntut untuk hidup sederhana.

Persamaan: Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan lapangan (*field research*) kemudian data yang diperoleh menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi

Perbedaan: Pada penelitian ini teori yang digunakan dalam mengkaji seutau fenomena tersebut mengacu pada salah satu tokoh besar Islam Al-Ghazali. Adapun penelitian kedepan ini menggunakan perspektif teori konsumerism Jean Baudrillard. Kemudian pada subyek yang diteliti yakni santriwati/putri yang levelnya yang berbeda. Pada penelitian yang akan peneliti teliti subyek ialah santriwati yang juga menjadi, mahasiswa atau dikenal dengan mahasantri. Berbeda dengan saudari Anny yang menggunakan santriwati pelajar di bangku sekolah.

6. Jurnal yang ditulis Bambang Setia Wibowo, STIE YKPN Yogyakarta. Dengan judul “*Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa*”.⁸ Hasil dari penelitian jurnal tersebut adalah penelitian ini menggunakan sumber data primer kuesioner untuk responden mahasiswa/i. hasil ini menyatakan bahwa Instagram *online shop* terhadap perilaku konsumtif

⁸ Bambang Setia Wibowo, “*Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas Dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa,*” *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi* 9, no. 1 (2018): 1–12, <http://journal.umy.ac.id/index.php/bti%0APENGARUH>.

konformitas yang ada di kalangan mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtifnya. Konformitas merupakan tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok atau teman akan tetapi memiliki pengaruh yang kuat sehingga menyebabkan munculnya perilaku. Salah satu faktornya mempengaruhi kelompok referensi yang memiliki cukup kuat dalam membentuk kepribadian. Adapun kesamaan dalam penelitian ini adalah penggunaan teknologi sebagai media untuk berbelanja *online* dan hasilnya adalah adanya perilaku konsumtif dan gaya hidup yang hedonis yang disebabkan oleh media massa dan lingkungan sekitar. Dalam penelitian ini yang membedakan adalah penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan dengan uji sampel data, serta subjek yang digunakan adalah mahasiswa/i. bukan santriwati yang menyandang sebagai mahasiswi juga. Sehingga penelitian ini condong ke arah *online shop* sebagai gaya hidup santriwati dengan berbagai perspektif mereka sebagai konsumennya.

7. Jurnal yang ditulis Noor Fatmawati dengan judul “*Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop*” pada Institut Agama Islam Negeri Kudus⁹. Jenis metode penelitian yang dilakukan ialah metode penelitian kualitatif dengan sumber data yang diperoleh adalah mahasiswa IAIN Kudus yang menggunakan jasa online. Hasil penelitian ini mengetahui gaya hidup mahasiswa IAIN Kudus akibat *online shop* dan menganalisis faktor yang melatarbelakangi mahasiswa

⁹ Noor Fatmawati, “*Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop*” 29, no. 1 (2020): 29–38, <https://dx.doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>.

melalui *online shop* dengan menunjukkan adanya gaya hidup mahasiswa yang menjadi perilaku konsumtif dengan penampilan yang menarik. Perbedaan dari penelitian ini dengan yang sedang peneliti lakukan adalah subjek yang berbeda jika saudari Noor hanya melibatkan mahasiswa saja, sedangkan peneliti menggunakan subjek santriwati yang juga menjadi santriwati taua biasa disebut dengan mahasantri. Adapun nantinya yang menjadi fokus penelitian ini adalah mengkaji bagaimana tipe santriwati dalam penggunaan *online shop* sebagai pilihan gaya hidupnya.

8. Jurnal yang ditulis oleh Triana Anggraini F, Hanifa Sri N, dan Abdurrahman. Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa, dengan judul: “*Keputusan Pembelian Di Online Shop Pada Pengguna Media Sosial (Studi Kasus pada Generasi Millenials)*”¹⁰. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan *purposive sampling*. Dengan hasil penelitian melihat fenomena pemakaian internet dan sosmed melalui perangkat media elektronik menjadi *new lifestyle* bagi masyarakat modern. Hal inilah yang menjadi penentu karakteristik generasi milenial, serba cepat, instan, menyukai hal baru. Tentu saja yang menjadi kesamaan penelitian ini terdapat pada kajian teori *online shop* serta metode penelitian yang dilakukan. Adapun untuk pembahasan penelitian yang

¹⁰ Triana Anggraini Fardiah, Hanifa Sri Nuryani, and Abdurrahman, “*Keputusan Pembelian Di Online Shop Pada Pengguna Media Sosial (Studi Kasus Pada Generasi Millenials)*,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (2019): 1–8, <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/303>.

lebih lanjut seharusnya penelitian ini menyertakan teori konsumtif dan hedonis sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini dan ketika mendisplay data menjadi sebuah jurnal ilmiah. Perbedaan yang menjadi tolak ukurnya adalah tipe gaya hidup santriwati dalam menggunakan *online shop* dalam hidupnya.

9. Jurnal yang ditulis oleh Eri Shofa, Moh. Nurul Qomar, dan Jaenal Arifin mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus dengan judul “*Keputusan Santri Dalam Membeli di Online Shop: Antara Lifestyle, Trust, dan Price*”¹¹. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* dengan turun langsung ke lapangan atau lingkungan tertentu, dengan metode pendekatan kuantitatif untuk perhitungan statistik. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat santri yang sempat berbelanja di *online shop*. Kemudian adanya rasa kepuasan dengan produk yang sudah datang maupun pelayanannya sehingga dia memberikan rekomendasi kepada santri yang lain agar membeli di toko yang sama. Hal inilah yang mendesak adanya santri yang lain untuk buat belanja secara *online*. Dari hasil penelitian dapat dilihat adanya kesamaannya yakni *online shop* dan santri, hanya saja pada penelitian ini kurang diperjelas ranah pengguna *online shop*,

10. Jurnal yang ditulis oleh Mujiyana dan Ingge Elissa, dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma. Dengan

¹¹ Eri Shofa et al., “*Keputusan Santri Dalam Membeli Di Online Shop : Antara Lifestyle , Trust Dan Price,*” *BISEI: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam* 05, no. 02 (2020): 15–30, <http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/bisei/article/view/1119/865>.

penelitian berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online”.¹² Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif sehingga dalam penyajian angka terdapat penjelasan yang bisa dipahami dengan mudah oleh pembaca dengan memberikan gambaran keseluruhan dari semua sampel (17) yang berhasil dikumpulkan. Hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya program periklanan, pemasaran melalui *E-mail* dan kepercayaan konsumen dalam keputusan pembelian produk yang dijual di Toko *Online*. Dengan begitu para konsumen akan mencari referensi secara online, dan melihat opini dari orang yang sudah mendapatkan manfaat dari produk yang dibeli.

B. Online Shop

Online shop berasal dari dua kata yakni *online* dan *shop*. *Online* secara etimologi adalah yang terkoneksi dengan internet atau paket data. Secara terminologi, istilah *online* adalah komputer atau handphone dalam keadaan terkoneksi ke internet sehingga mampu melakukan komunikasi secara daring atau virtual. Sedangkan kata *Shop* berasal dari bahasa Inggris yang berarti toko, secara terminologi, istilah *shop* adalah toko yang menjual jenis tertentu mulai dari kebutuhan pendidikan, pekerjaan.

¹² Ingge Mujiyana, dan Elissa, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online,” *J@TI UNDIP: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma* VIII, no. No. 03 September (2013): 143–152, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/download/5382/4824>.

Belanja *online* atau *online shop* secara terminologi adalah kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan melalui *smartphone* yang didukung dengan aplikasi belanja (*e-commerce*) melalui jaringan internet dengan berbagai hal yang tersedia secara luas. Secara mudah arti *online shop* adalah kegiatan jual beli barang dan jasa tanpa mempertemukan antara pembeli dan penjual dalam satu waktu dan tempat. Tentu saja terdapat situs atau jejaring media sosial yang menyediakan barang atau jasa yang dapat diperdagangkan untuk kegiatan jual beli. Saat ini kegiatan belanja sudah bertransformasi menjadi *online*, telah menjadi ketergantungan bagi sebagian orang. Karena kemudahan yang dihidirkannya, banyak orang beranggapan bahwa kegiatan belanja tersebut adalah sebuah cara untuk menemukan barang-barang kebutuhan serta kebutuhan sehari-hari, kebutuhan, dan lain sebagainya. Akan tetapi kegiatan jual beli secara konvensional juga masih ditemukan dan masih banyak juga yang melakukan. Menurut Mujiyana dan Elissa dalam kayanya Analisis Faktor-Faktor yang “*Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online*”, mengatakan bahwa proses ketika konsumen secara langsung membeli barang dan jasa dari seorang penjual secara interaktif melalui internet¹³.

Dalam buku karya Haubl dan Trifts yang berjudul “*Customer Decision Making In Online Shopping Environments: The Effects of Interactive Decision Aids*”, menjelaskan pengertian *online shop* atau

¹³ Ibid.

belanja internet adalah aktivitas jual beli yang dilakukan oleh konsumen melalui alat penghubung sebagai dasarnya dan terhubung ke jaringan internet. Tentunya berinteraksi dengan penjual toko *online* yang menjual produk dan jasa¹⁴.

Kegiatan jual beli *online* juga dapat diartikan sebagai pilihan konsumen untuk membelanjakan uang untuk mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan di platform internet (Whatsapp, Instagram, dan facebook) dan toko online mulai dari Shopee, Tokopedia, Blibli, Lazada, hingga yang terbaru saat ini pada aplikasi berjoget Tiktok juga terdapat aktivitas jual beli. Cara ini dapat dilakukan melalui pemesanan barang yang diinginkan melalui perusahaan atau produsen dan reseller dengan menggunakan jaringan internet. Kemudian lakukan tagihan melalui transfer melalui bank, m-banking, atau COD (*Cash on Delivery*).

Transaksi *online shop* menjadi lebih praktis tanpa membayar langsung yang bertemu dengan penjualnya, cukup mengirimkan uang elektronik atau via *transfer*. Sehingga dapat dikatakan perkembangan teknologi ini menjadi penggerak ekonomi khususnya di Indonesia. Dari yang dahulu hanya melakukan secara konvensional sekarang menjadi modern yang juga melibatkan adanya jasa pengiriman barang hasil pembelian.

¹⁴ Dakira, "Pengertian Online Shop Menurut Buku Dan Para Ahli," *Peta-Hd*, accessed December 17, 2022, <https://peta-hd.com/pengertian-online-shop/>.

Dalam hal ini peneliti mengkaji *online shop* yang biasa digunakan oleh sebagian besar orang yakni seperti Shopee yang dikenal dengan banyak diskon serta lebih lengkap. Tiktok Shop dikenal dengan gaya jualan secara streaming untuk menarik konsumen secara langsung. Lazada aplikasi *online shop* sebagai rekomendasi kebutuhan perlengkapan elektronik dsb.

C. Gaya Hidup

Berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), gaya hidup adalah bagian kebutuhan manusia yang berubah dan bergantung pada zaman dan keinginan individu untuk mengubah gaya hidupnya¹⁵.

Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah bentuk hidup seseorang di dunia yang ditunjukkan dalam tindakan, aktivitas, minat, dan opininya¹⁶. Sehingga gaya hidup ini menunjukkan diri seseorang dalam berinteraksi di lingkungan sekitarnya. Sementara itu, sejalan dengan gaya hidup Setiadi secara luas diakui sebagai cara gaya hidup yang diidentifikasi melalui bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (*sports*) yang tidak lupa penting dari lingkungan mereka (*interest*), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (*opinion*)¹⁷.

¹⁵ Diakses dari KBBI “Gaya Hidup”
<https://www.google.com/search?q=gaya+hidup+adalah&oq=gaya+hidup+adalah+&aqs=chrome..69i57j0i512l4j0i22i30l5.3012j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> pada tanggal 2 November 2022

¹⁶ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 192.

¹⁷ J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2008), h. 148

Gaya atau cara hidup di lingkungan masyarakat akan berbeda dengan masyarakat satu dengan lainnya. Dari tahun ke tahun gaya hidup individu hingga kelompok tentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup untuk menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran, kelas sosial, demografi dan variabel lainnya. Gaya hidup adalah konsep ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.

Dalam bahasa Inggris gaya hidup disebut dengan *life style* yang pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu (*time*) dan uang (*money*). Beberapa orang ada yang senang mencari hiburan bersama kawan-kawannya, ada yang tipe orang menyendiri, bepergian dengan keluarga, berbelanja, ada pula yang memiliki waktu dan uang yang melimpah untuk kegiatan sosial, ekonomi, keagamaan, dan budaya. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola atau cara orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya.

Sehingga hal ini mencerminkan bentuk pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang sebagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya untuk hal yang bermanfaat atau hanya untuk kesenangan semata dan bukan termasuk kebutuhan primer.

Dari beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup (*life style*) lebih menggambarkan serta menjelaskan perilaku individu. Yaitu dengan mengetahui bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, serta

mengoptimalkan waktu yang ada. Kepribadian lebih menjelaskan karakteristik terdalam yang ada pada diri manusia. Sering disebut juga sebagai cara seseorang berpikir, merasa dan berekspresi. Walaupun kedua konsep tersebut berbeda, namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seseorang¹⁸.

Maka gaya hidup konsumen cukup berbeda dengan kepribadian. Gaya hidup (*life style*) menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Oleh karenanya kepribadian selalu berhubungan dengan adanya sikap perilaku dari kecil hingga sekarang. Sehingga mampu memahami karakteristik, pola pikir dalam bertindak.

Di era globalisasi teknologi yang semakin modern dan canggih, perilaku konsumtif merupakan fenomena yang mempengaruhi banyak kehidupan manusia yang memiliki sikap terbuka dengan hal yang baru. Perilaku dan gaya hidup berubah dengan cepat dalam waktu yang cepat pula. Zaman sekarang sekarang tidak sama dengan anak muda di masa lalu, terutama dalam gaya hidupnya. Gaya hidup modern berkembang seiring dengan perkembangan waktu dan diikuti dengan fasilitas yang ada. Remaja modern membutuhkan materi (uang)

¹⁸ Ningsih Ekawati Rahayu, *Perilaku Konsumen, Pengembangan Konsep, Dan Praktek Dalam Pemasaran* (Kudus: Nora Media Enterprises, 2010). h, 64-66

ekstra untuk berbelanja berbagai baju terbaru dan gadget baru yang disesuaikan dengan tren yang terbaru dan populer¹⁹.

Diawali dengan melihat cerminan atau sosok yang dikagumi yang dipakai dalam berperilaku melalui televisi atau media massa seperti iklan, *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube* dan ada konsekuensinya yang akan membentuk pola perilaku tertentu. Terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan mulai dari dianggap, dihargai oleh orang lain khususnya untuk orang yang berada di kawasan hidupnya dalam keseharian. Sehingga, gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk *image* di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya, maka tidak jarang ditemui *lifestyle* seseorang mengikuti seseorang yang diidolakan dan kemudian menjadi referensi. Untuk merefleksikan *image* inilah, dibutuhkan simbol-simbol status tertentu yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsinya. Simbol tersebut bisa berupa barang, baik barang mahal hingga murah, asli atau imitasi yang semakin marak dan meluas di kehidupan.

Saat ini masyarakat berusaha untuk selalu *update* tidak mau ketinggalan terkait hal terbaru. Dalam kehidupan sosial agar tidak kalah dengan orang lain yang ada disekitarnya, ingin menjadi fokus perhatian ketika dalam kegiatan kesehariannya. Salah satunya dalam hal modernisasi telah membawa remaja ke dalam berbagai kehidupan seperti kenyamanan, kesenangan, kesempurnaan penampilan, dan kebebasan

¹⁹ Susanto, *Metode Penelitian Sosial* (Surakarta: LPP UNS & UNS Press, 2006). h. 57

memenuhi keinginan *fashion*, elektronik. Tentu saja sikap seperti itu tidak lepas dari lingkungan yang trendi dan adanya pengaruh peran iklan menjadi ikonik budaya pop. Hal ini akan berpengaruh pada kehidupan terutama remaja yang tenggelam dalam hegemoni gaya hidup sebagai trend mode masa kini.

1. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Faktor yang mempengaruhi gaya hidup ialah bahwa cara hidup seseorang dapat dilihat dari perilakunya diselesaikan oleh individu bersama dengan aktivitas untuk memperoleh atau menggunakan barang dan jasa, termasuk pendekatan pengambilan keputusan atas kemauan tersebut. Dapat diketahui bahwa unsur-unsur yang berpengaruh ada 2 faktor dalam gaya hidup seseorang, terutama unsur yang berasal dari dalam individu (*internal*) dan unsur yang berasal dari luar (*outside*).

Adapun faktor internal adalah:²⁰

a.) Sikap

Sikap berarti keadaan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa

²⁰ W. N. A Nugraheni, *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal* (Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS, 2003), <https://digilib.ums.ac.id/dokumen/download/86781/NDg2MjQx/Gaya-Hidup-Mahasiswa-Metroseksual-Sebagai-Representasi-Maskulinitas-Baru-Studi-Fenomenologi-pada-Mahasiswa-Metroseksual-di-Universitas-Sebelas-Maret-Daftar-Pustaka.pdf>.

tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

b.) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam perilaku sosial. Pengalaman diperoleh dari tindakan di masa lalu dan dijadikan sebagai pelajaran, dengan belajar inilah seseorang memperoleh pengalaman.

c.) Kepribadian

Adalah karakteristik individu atau seseorang dengan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu yang lainnya.

d.) Konsep Diri

Konsep diri yang dikenal untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image (cara pandang) merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi problematik hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

e.) Motif

Hal ini muncul karena adanya kebutuhan untuk merasa bahagia, aman dan kebutuhan terhadap prestise. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan tersebut itu besar maka akan

membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f.) Persepsi

Ialah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Adapun faktor eksternal atau outside sebagai berikut:

a.) Kelompok Referensi

Merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi. Adapun kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Hal ini akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b.) Keluarga

Menjadi peran penting terbesar dan terlama dalam membentuk sikap dan perilaku individu. Sebab keluarga adalah tempat pertama belajar dan mengikuti perilaku yang sudah dicontohkan secara tidak langsung oleh orang dewasa.

c.) Kelas Sosial

Adalah kelompok yang bertahan lama di lingkungan masyarakat, adanya peran status, dan setiap jenjang status memiliki

nilai, keinginan, dan tingkah laku yang sama. Terdapat 2 unsur dalam sistem sosial kelas dalam masyarakat yaitu kedudukan (status, jabatan) dan peran. Kedudukan sosial dapat diraih dengan usaha yang diperoleh atau diperoleh karena kelahiran. Sedangkan peranan adalah individu yang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya.

Oleh karena itu, beberapa konsep yang menunjukkan gaya hidup yang terukur dari perilaku kepribadian individu dalam menggunakan uang dan waktunya, dapat dilihat dari bentuk gaya hidup yang dijalani. Seperti:

1.) Mandiri

Mandiri adalah bentuk usaha seseorang untuk tidak bergantung kepada orang lain. Oleh sebab itu, orang yang memutuskan untuk hidup mandiri sudah pasti mengetahui kekurangan dan kelebihan yang ada pada dirinya. Dalam melakukan kegiatan konsumsi individu akan mengetahui resiko konsekuensi apabila kegiatan yang dilakukan terlalu berlebihan, dengan hal ini orang yang cenderung dengan hidup mandiri memiliki sikap tanggung jawab atas dirinya²¹.

2.) Gaya Hidup Modern

Ditandai dengan era perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang dengan pesat. Kegiatan manusia saat ini

²¹ Ibrahim Subandi, *Life Style Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia* (Yogyakarta, 2004).

tidak lepas dari bagian teknologi contohnya adanya *smartphone* yang berisikan fitur aplikasi canggih berisikan informasi dari dalam maupun luar.

3.) Gaya Hidup Sehat

Ditandai dengan memiliki jiwa dan badan yang sehat merupakan keinginan setiap orang dengan mengatur pola hidup makan, olahraga.

4.) Gaya Hidup Hedonis

Hedonis adalah pola hidup yang sering dilakukan orang-orang dengan membeli sesuatu yang berlebihan dalam menghabiskan waktu dan tentunya uang sebagai bentuk material.

Gaya hidup hedonis adalah suatu dorongan dari individu atau dari lingkungan sekitarnya dengan memegang prinsip untuk kesenangan semata. Gaya hidup seperti ini memang tidak ada yang melarang dan diperbolehkan karena itu merupakan hak dan pilihan yang dijalani. Namun harus diseimbangkan dengan modal yang memadai. Bahayanya adalah bisa melanggar hal-hal dalam kehidupan sosialnya seperti mencuri, merampok.

5.) Gaya Hidup Hemat

Konsep hidup hemat adalah menerapkan serta melakukan segala bentuk aktivitas sesuai dengan kebutuhan yang

diperlukan. Dengan kesanggupan yang dimiliki tanpa adanya paksaan atau pengaruh yang berlebihan dari lingkungan di sekitar. Orang dengan prinsip hidup seperti ini memiliki tujuan yang digunakan pada kebutuhan masa depan. Dalam artian gaya hidup ini dianggap sebagai gaya hidup yang tidak boros dan tidak berlebihan dalam berbelanja.

6.) Gaya Hidup Religius

Menurut Glock dan Stark pada dasarnya gaya hidup ini pada individu akan selalu berusaha berbuat kebaikan, tidak untuk dirinya sendiri saja akan tetapi, untuk orang lain.²²

Kata religius merupakan gambaran dari sikap dan perilaku yang patuh dalam menjalankan ajaran agama yang diikuti.

D. Santriwati

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia santri adalah orang yang mendalami ilmu agama islam dengan tekun²³. Nur Cholis Madjid mengatakan bahwa santri berasal dari kata “sastri” yang berasal dari bahasa Sanskerta yang artinya melek huruf atau paham huruf²⁴. Pendapat ini menurut Nurcholish Madjid didasarkan pada santri yang secara tidak langsung belajar mengenai orang Jawa yang belajar literasi keagamaan melalui kitab-kitab bertulisan Arab. Sedangkan santriwati adalah santri

²² Risana Rachmatan and Ardilla Saputri, “Religiusitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme: Sebuah Gambaran Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala” Vol.12 No. (2016): 67, accessed November 20, 2022, <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/psikologi/article/viewFile/3230/2031>. h. 60

²³ Diakses dari KBBI Kata Santri <https://kbbi.web.id/santri> Pada Tanggal 02 November 2022

²⁴ Yasmadi, *Modernisasi Pesantren* (Ciputat: PT Ciputat Press, 2006). h. 61

perempuan yang mendalami agama (Islam) dan bermukim atau menetap di Pondok Pessantren. Penunjukkan status perempuannya ditandai dengan imbuhan “wati” di belakang kata “santri”. Pengertian santri menurut tokoh para ulama yang di Indonesia²⁵:

1. KH. Mustofa Bisri atau Gus Mus terdapat 3 definisi yang berkaitan dengan santri:
 - a. Santri adalah murid kiai yang didik untuk menjadi mukmin yang kuat dalam artian tidak goyah imannya (pergaulan, kepentingan, dan perbedaan).
 - b. Santri adalah kelompok yang mencintai guru.
 - c. Kelompok yang pandai bersyukur.
2. KH. Ma’ruf Amin, santri adalah orang meneladani para kiai, sehingga tidak hanya orang yang berada di ponpes saja namun santri mencakup semua lapisan masyarakat.
3. KH. Said Aqil Siroj, santri adalah yang menerima ajaran islam dar para kiai, dan para kyai yang berguru hingga terhubung ke Nabi Muhammad SAW.
4. KH. Abdullah Dimiyathy, kata santri merujuk pada penggunaan huruf hijaiyah yakni *sin*, *nun*, *ta*, dan *ra*. Huruf *sin* merujuk pada satrul al ‘awroh yang berarti menutup aurat, *nun* berasal dari istilah na’ibul ulama yang berarti “wakil dari ulama”, huruf *ta* dari tarkhul al

²⁵ Adhi Muhammad Daryono, “Serba-Serbi Hari Santri Nasional, Sudahkah Kamu Mengetahuinya?,” *ALAMISHARIA*, last modified September 18, 2021, accessed December 17, 2022, <https://alamisharia.co.id/blogs/hari-santri-nasional/>.

ma'ashi atau “meninggalkan kemaksiatan”, dan huruf *ra*’ dari ra’ishul ummah yang berarti “pemimpin umat”.

Dari berbagai pandangan tersebut tampaknya kata santri yang dipahami berarti seseorang yang belajar agama Islam mulai dari Al-Qur’an, Fiqh, Akhlaq. Tanpa keberadaan santri yang mau menetap dan mengikuti sang guru, tidak mungkin dibangun pondok atau asrama tempat santri tinggal yang kemudian lebih dikenal dengan sebutan Pondok Pesantren. Hal ini dapat disimpulkan bahwa santri merupakan seseorang yang sedang belajar memperdalam ilmu pengetahuan tentang agama islam dengan sungguh-sungguh. Dalam proses kehidupan santri tentu saja terdapat nilai-nilai yang yang berubah akibat perkembangan zaman modern. Namun, ada pula hal yang dipertahankan yakni nilai-nilai keagamaan. Adapun hal yang berubah adalah nilai sosial-ekonomi yang mempengaruhi gaya hidup²⁶.

Dalam kehidupan sehari-hari santri memiliki ciri khas yang selalu menonjol dan terlihat dengan ciri-ciri sebagai berikut²⁷:

1. Suka pakai sarung, penggunaan sarung dianggap lebih mudah dan praktis untuk digunakan dalam beraktivitas. Penggunaan sarung ini tidak untuk santri laki-laki saja namun, para santriwati atau yang

²⁶ Isa Anshori, *Masyarakat Santri Dan Pariwisata: Kajian Makna Ekonomi Dan Religius*, Nizamia Learning Center, vol. 3, 2020, www.nizamiacenter.net.

²⁷ Isnawati, “5 Ciri Khas Seorang Santri, Selamat Hari Santri Nasional 2021,” *Nusantara*, last modified 2021, accessed December 21, 2022, <https://www.strategi.id/nusantara/pr-1041503442/5-ciri-khas-seorang-santri-selamat-hari-santri-nasional-2021>.

- perempuan juga menggunakannya. Hanya saja bahan kain dari santri perempuan lebih halus serta berwarna dan motif yang beragam.
2. Tawadhu' (rendah hati atau tidak sombong) dalam hal ini santri yang mendapatkan ilmu yang tinggi dibandingkan dengan yang lain ia merasa masih sama seperti yang lainnya. Dan terus ingin belajar agar memperoleh ilmu yang lebih banyak dan merasa akan sia-sia jika ngaji kitab yang sudah diperoleh kemudian disombongkan karena tidak ada manfaatnya.
 3. Patuh pada orang tua, selain patuh pada orang tua kandung santri juga memiliki kewajiban untuk patuh pada orang tua yang ada di pondok yakni pada kyai para asatidz. Mulai dari larangan hingga kewajiban yang harus dijalani selama menjadi santri di ponpes tersebut. Hal ini dilakukan agar para santri/wati menjadi generasi yang baik berakhlaqul karimah, dengan begitu maka ilmu yang diperoleh akan bermanfaat untuk dirinya sendiri dan sekitarnya.

Selain menjadi santriwati mereka juga mengenyam pendidikan di kampus untuk menambah khasanah keilmuan yang dimilikinya. Maka hal ini terdapat julukan yang dinamakan mahasatri. Mahasantri merupakan kata gabungan dari mahasiswa dan santri. mahasiswa adalah seseorang yang sedang belajar di tingkat universitas, sedangkan santri adalah seseorang yang belajar ilmu agama dan bertempat tinggal di pondok pesantren dan terdapat sebutan ustadz atau gus, dan kyai. Maka pengertian mahasantri secara menyeluruh adalah mahasiswa yang memilih tinggal di

pondok pesantren dan mencari ilmu untuk mengembangkan potensi pemahaman dirinya mengenai agama selain yang didapatkan di kampus.²⁸ Dan pondok pesantren atau asrama mahasiswa merupakan kategori Lembaga pendidikan non-formal yang diakui karena memberikan dampak positif untuk sekitar dan bangsa. dan pesantren yang khusus untuk mahasiswa sering disebut pesma (pesantren mahasiswa). Selain belajar mengenai agama, di pesma juga tidak jarang untuk diajarkan belajar bahasa Arab dan Inggris untuk menunjang kecakapan dalam berkomunikasi dengan baik.

E. Konsumerisme Jean Baudrillard

Dalam penelitian ini peneliti mengkaji teori konsumerisme Jean Baudrillard salah satu tokoh sosiologi postmodern. Jean Baudrillard lahir dikota Katedral Rheims Perancis 27 Juli 1929. Meninggal tanggal 27 Maret 2007 di usia 77 tahun di kota Paris, Perancis Jean Baudrillard berasal dari latar belakang keluarga sederhana yang berkecukupan, dalam masa waktu 1958-1966 menuntut ilmu bahasa Jerman dan menjadi pengajar bahasa Jerman di Lycee. Tahun 1960 menyelesaikan tesis doktoralnya tahun 1966 di Universitas Paris X di Nanterre dan menghabiskan masa hidupnya sebagai seolah guru sekolah²⁹. Pada tahun 1968-an disertasi hasil penelitian dipublikasikan dengan judul *The System*

²⁸ Shulhan Alfinnas, "Membangun Academic Self-Concept Mahasantri Pesantren Nawesea," *Education and Human Development Journal* 3, no. 2 (2018): 191–198, <https://journal2.unusa.ac.id/index.php/EHDJ/article/download/59/42/82>.

²⁹ George Ritzer, *Teori Sosiologi (Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern)*, Edisi 12. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2012). h. 677-676

of Object yang menjadi karya buku pertamanya yang dengan membahas mengenai kritik pandangan klasik terkait ras, gender, kelas sosial.

Tahun 1970, buku *The Consumer Society*, adanya perilaku sosial manusia yang ditandai dengan adanya nilai konsumsi. Di tahun 1979, mempublikasikan bukunya yang berjudul *On Seduction*, berbicara prinsip komunikasi baru dalam budaya masa. Kemudian pada tahun 1980-an, meninggalkan teori berbasis ekonomi, dan beralih pada persoalan media dan komunikasi massa. Tahun selanjutnya 1983 ada buku dengan judul *Fatal Strategy* membahas mengenai sifat dari masyarakat dalam berteknologi dan *The Ecstasy of Communication* yang menjelaskan adanya puncak komunikasi dan informasi. 1984 menerbitkan *Intellectual Commitment and Political Power* menjelaskan posisi dan peran strategi kaum intelektual sebagai kritikus.

Dalam penelitian ini mengkaji mengenai masyarakat konsumen (*Consumer Society*) yang dikembangkan oleh Jean Baudrillard (1998)³⁰. Pemilihan teori ini didasarkan pada perilaku konsumtif yang berorientasi pada hiper-realitas dari suatu materi (uang). Hal ini mampu mempengaruhi orang untuk hidup dalam hiperrealitas dalam gambaran (*image*) perilaku yang ditunjukkan. Tentu saja pandangan ini merujuk pada budaya global berupa gaya hidup (*lifestyle*), perkembangan *fashion*, maupun perkembangan teknologi yang digunakan masyarakat melalui jejaring

³⁰ Indra Setia Bakti, Nirzalin Nirzalin, and Alwi Alwi, "Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard," *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)* 13, no. 2 (December 17, 2019): 147–166, accessed November 2, 2022, <https://jurnal.unsyiah.ac.id/JSU/article/view/15925>.

internet. Artinya bila dikaitkan dengan penelitian ini, maka *Consumer Society* akan digunakan untuk melihat seseorang ataupun kelompok dalam berperilaku konsumtif yang banyak dipengaruhi oleh budaya global. Teori Postmodern ini bisa dikatakan sebagai periode historis atau sejarah yang baru, produk budaya baru.

Menurut Richard J. Lane, Baudrillard mengawali bukunya *The Consumer Society* dengan mengemukakan visi baru perilaku manusia berkaitan dengan kelimpahan obyek konsumsi³¹. Yang berarti masyarakat merubah interaksi yang dibutuhkan menjadi sesuatu yang di inginkan manusia yakni barang yang akan dijadikan sebagai komoditas akibat adanya pola relasi yang terjalin, konsumerisme dimaknai sebagai cara hidup yang selalu membrikan daya tarik agar manusia mengejar, memiliki, dan mengganti barang material secara terus menerus seiring perkembangan mode. Hal ini akan sudah menjadi kebiasaan masyarakat barat khususnya Prancis pada abad XVII dan Inggris pada abad XVIII, yang ditandai dengan sejarah pertumbuhan barang konsumsi yang stabil sebelum masa revolusi industri.

Masyarakat yang memiliki kekayaan yang berlimpah akan berada di garis objek materi. Hal inilah yang tentunya akan menyebabkan manusia di zaman modern sulit berinteraksi dengan yang lainnya. Karena baginya obyek harta benda adalah hal yang paling penting untuk

³¹ Paul Hegarty, *Jean Baudrillard: Live Theory*, (London: The Tower Building 11 York Road, 2004), h.15

ditonjolkan, dan tentu saja akan di dominasi oleh kegiatan nilai tukar barang mulai dari produk dapur, kecantikan, makanan hingga kesehatan bisa dimiliki. Hal ini merupakan gambaran yang berkaitan dengan kekayaan. Esensi dari konsumerisme inilah yang menjadi kepuasan tersendiri dalam mengonsumsi cara hidup yang didasarkan pada kepemilikan harta benda demi memperoleh rasa senang. Hal ini tercerminkan melalui gaya hidup mulai dari pembelian, kepemilikan, dan penggunaan tersebut³². Identitas kepemilikan dari bentuk sebuah barang dapat mengakibatkan seseorang memiliki sikap yang boros dan konsumtif.

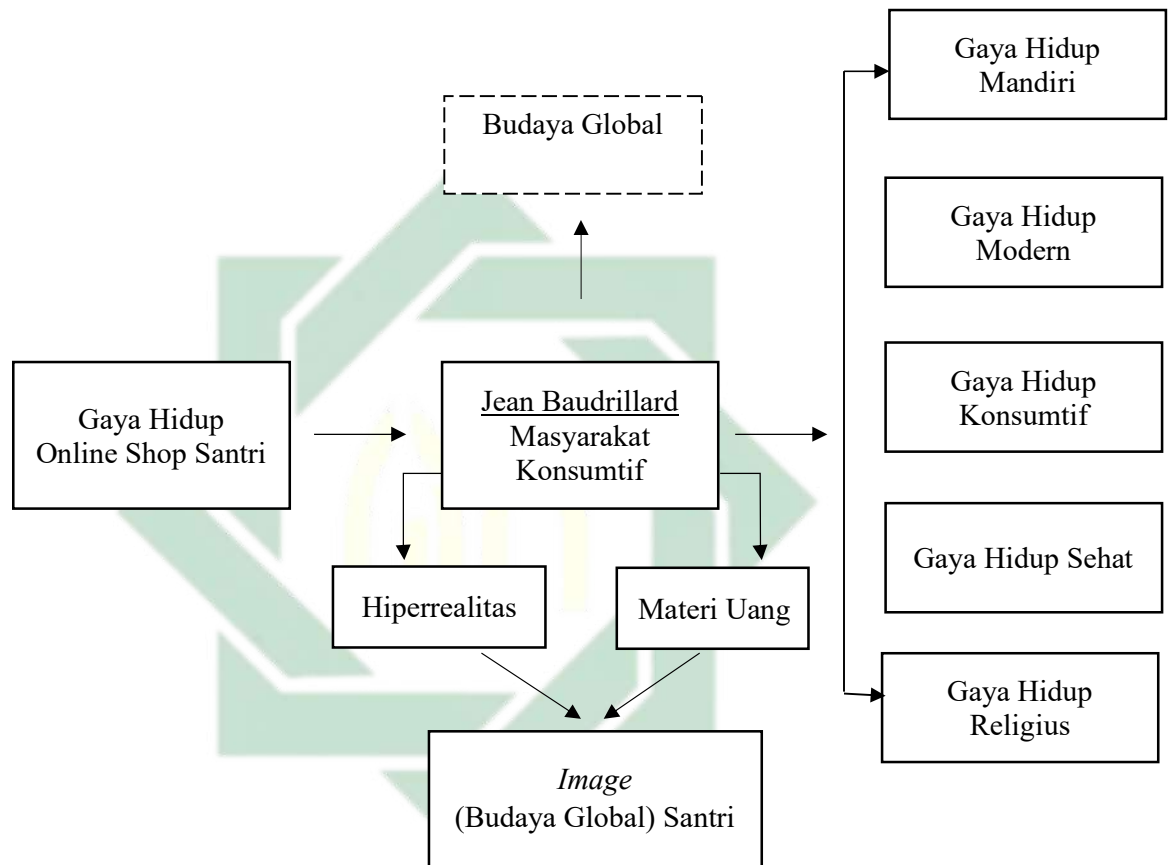
Untuk mendukung dan memahami mengenai teori konsumerisme Jean Baudrillard. Maka peneliti membuat skema agar mudah untuk dipahami, sebagai berikut:

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

³² Yan Yusuf Subu, "*Tinjauan Kritis Terhadap Konsumerisme Dari Pemikiran Jean Baudrillard Dalam Terang Ensiklik Sollicitudo Rei Socialis*," (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2018). h. 46

Gambar 1.1 Peta Alur Berpikir

Teori Masyarakat Konsumtif Jean Baudrillard



Dalam skema tersebut perlu dipahami bahwa hidup di era kemajuan dengan adanya teknologi ini membuat segala sesuatu bisa diketahui, dinikmati dan mampu dimiliki dengan berbagai bantuan perkembangan teknologi tersebut. Maka daya tarik sebuah hal yang baru mampu membuat individu hingga kelompok semakin tertarik, bahkan menjadikan bentuk inovasi atau hal baru tersebut menjadi budaya.

Penyebaran budaya tentunya tidak langsung menjadi suatu hal yang populer, tentu saja akan berkembang bahkan menjadi suatu budaya global yang apabila inovasi terbaru yang menjadi budaya tersebut telah digunakan dan dimiliki oleh semua orang. Tidak terkecuali adanya inovasi teknologi yang memudahkan kegiatan manusia dalam kesehariannya salah satu yang paling mudah adalah penggunaan teknologi *online shop*. Toko digital ini menyajikan segala pilihan individu yang akan berbelanja dengan nantinya menggunakan jasa kurir *online* untuk mengantarkan. Sehingga *online shop* ini mampu melayani pembeli tanpa harus pergi ke toko secara langsung atau *offline*, hanya dengan mengandlkan sinyal internet dan scroll pilihan yang ingin di beli.

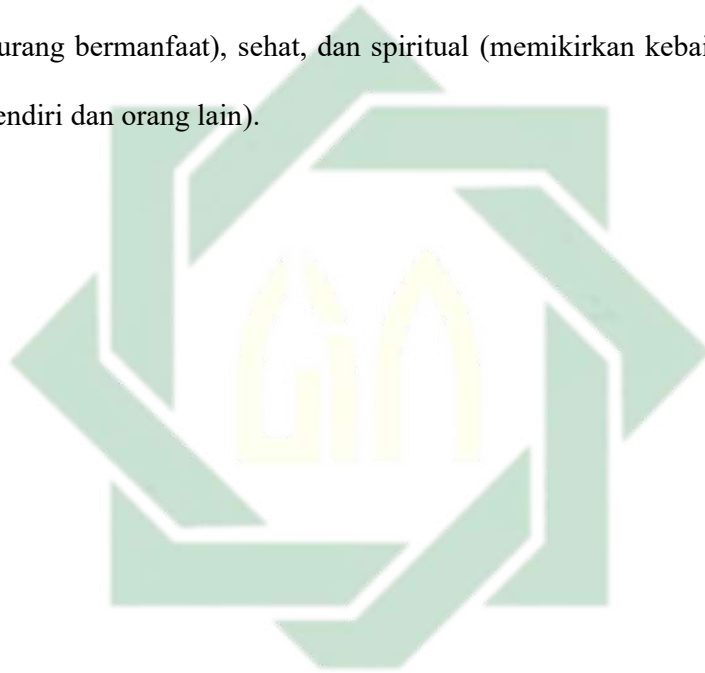
Peminat pengguna *online shop* tidak membatasi siapapun untuk mengaksesnya karena yang terpenting sudah mendaftarkan informasi pribadi ketika mendaftar untuk menggunakan *online shop*. Dengan begitu maka pembeli dan akun online shop mampu bertanggung jawab jika ada suatu masalah. Maka tidak heran jika selain para orang tua yang mampu mengaplikasikan online shop dalam kehidupan sehari-harinya. Para santri juga mampu beradaptasi dan menggunakan fitur teknologi tersebut, maka tidaklah heran jika penggunaan *online shop* merubah gaya hidup yang awalnya sistem jual beli dilakukan secara *face to face* atau langsung di lokasi. Namun, berbeda dengan online shop ini yang bisa digunakan dengan jarak jauh dan mensetting tempat pengiriman barang yang dibeli sesuai tujuan yang diisi.

Dalam hal belanja *online* yang menyediakan segala macam produk mulai dari *fashion, make up*, makanan hingga teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen tentunya akan terjadi peningkatan konsumen.³³ Selain segala macam produk ada, di *online shop* juga menyediakan barang yang populer, maka tidak heran jika perilaku dan kebiasaan untuk berbelanja *online* ini digemari oleh anak muda tidak terkecuali santriwati. Selain barang populer yang disajikan dalam tampilan laman *online shop* juga menampilkan gambar yang disertai dengan tampilan foto barang yang berlebihan didukung oleh foto model dan\ dengan berbagai efek teknologi tampilan foto yang menjadikan sebuah barang terlihat lebih bagus baik secara nyata atau tidak, asli atau palsu ketika individu memilih barang tersebut untuk dibeli. Hal tersebutlah yang menjadikan suatu bentuk hiperrealitas yang tercipta dan ditampilkan melalui *online shop*.

Tentu saja dalam kehidupan masyarakat hiperrealitas akan berkembang, sebab penjual atau pemilik *online shop* akan bergantung pada teknologi guna membuat perubahan pada sebuah tampilan pada foto yang diunggah untuk diperjual belikan kepada pembeli. Maka pembeli atau pelanggan juga akan belanja guna memenuhi kebutuhan atau hanya keinginan atau hasrat semata. Yang bisa diwujudkan dengan uang, karena dengan uang individu mampu membeli segala sesuatu yang dikehendaki. Sebab baginya uang adalah segalanya. Hal ini tentunya akan menjadikan pergeseran makna dari produk tersebut contohnya seperti baju yang fungsi

³³ Ita Noviana, "Analisis Maraknya Online Shop Terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Wanita (Studi Kasus Pada Remaja Wanita Di Desa Pancur Mayong Jepara)," *Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam*, no. 212154 (2016): 42.

utama sebagai penutup tubuh tetapi sebagai bentuk *style* yang kekinian atau *trend*, ingin diakui dalam kepopuleran sehingga harus dibeli. Maka masyarakat konsumtif dapat dilihat dari tipe gaya hidup yang dijalani. Tipe gaya hidup ada 5 yakni: gaya hidup mandiri (tidak bergantung), modern (terbuka dengan kemajuan), konsumtif (membeli barang yang kurang bermanfaat), sehat, dan spiritual (memikirkan kebaikan untuk diri sendiri dan orang lain).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif untuk menggambarkan masalah dan mempelajari fokus penelitian. Metode kualitatif adalah langkah-langkah penelitian sosial untuk mencapai fakta data deskriptif berupa frasa dan gambar. Yang diungkapkan dengan bantuan informasi yang terkumpul dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata, gambar, bukan angka (*numeric*)³⁴. Yang didasarkan pada fakta yang terjadi di lapangan dan hal apapun yang dialami oleh informan. Kemudian, pada akhirnya dikaitkan dengan rujukan teori yang dipakai oleh peneliti dalam penulisan laporan penelitian tersebut³⁵.

Metode kualitatif adalah studi penelitian yang menampilkan penilaian penjelasan dalam bentuk kata kalimat tertulis atau dari lisan seseorang serta perilaku³⁶. Dalam situasi seperti ini, peneliti menafsirkan dan menjelaskan fakta-fakta apa saja yang diterima peneliti dari hasil tanya jawab kepada seseorang yang dianggap paham mengenai penelitian yang akan diuji, selanjutnya ada observasi lapangan, dan dokumentasi sebagai bukti akurat telah melakukan penelitian dengan tepat.

³⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT remaja Rosdakarya, 2007). h. 11

³⁵ Sudarwo, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung: Mabdar Maju, 2011). h. 25

³⁶ Dr. H. Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Dr. Patta Rapanna, Cetekan I. (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021).

Menurut Nasution, penelitian kualitatif adalah aturan penelitian yang menghasilkan penjelasan data deskriptif berupa kata-kalimat baik tertulis, tutur kata atau lisan dari informan dan perilaku yang diamati. Dalam hal tersebut penelitian ini diusahakan mengumpulkan data deskriptif sebanyak mungkin untuk ditulis dalam laporan penelitian dengan penjelasan yang mudah dipahami untuk peneliti dan orang lain.³⁷

Dalam penyelesaian penelitian ini metode yang diterapkan adalah penelitian kualitatif deskriptif dirancang untuk mendapatkan informasi mengenai *Online Shop* Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo, Surabaya Ditinjau dari Perspektif Teori Konsumerisme Jean Baudrillard. Penelitian ini bertujuan untuk membuat hasil penelitian deskripsi, gambaran secara sistematis, fakta, sifat hubungan antar fenomena yang diteliti³⁸. Pendekatan studi deskriptif-kualitatif berpusat pada masalah-masalah di atas gagasan fakta yang dilaksanakan dengan menggunakan pernyataan, wawancara, dan studi file. Metode ini dipilih sebagai salah satu metode penulisan untuk mendapatkan gambaran selama di lapangan. Mengingat, penelitian deskriptif ini penelitian dalam kemampuan melatih untuk menyelesaikan masalah³⁹.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi dengan melihat bagaimana kejadian fenomena yang ada

³⁷ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Cet. 2. (Jakarta: Rineka Cipta, 2003). h. 39

³⁸ Moh. Nadzir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), Cet. Ke3, h. 54

³⁹ Nana Sudjana dan Ibrahim *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, (Bandung: Sinar Baru Algensido, 2009) h, 64

dilingkungan sekitar tempat penelitian yang dilakukan⁴⁰. Dengan melihat peristiwa yang benar ada dalam kehidupan sehari-hari berfokus pada kajian masyarakat. Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwa pendekatan fenomenologi ini digunakan untuk menilite realitas, sehingga dibutuhkan wawancara untuk memperoleh data informasi dari informan. Dalam pemilihan informan peneliti memilih subjek dari Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya, yang sering menggunakan *online shop* sebagai gaya hidup.

B. Lokasi dan Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Pesantren Mahasiswa (Pesma) An-Nur Gg. Modin 10A, Kelurahan Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo, Surabaya 60237. Adapun penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 3 bulan yakni bulan Desember hingga bulan Februari 2023.

C. Pemilihan Subyek Penelitian

Subjek penelitian ini berperan sebagai menentukan informan atau narasumber yang terkait. Hal ini dilakukan agar ketika proses wawancara berlangsung hasil jawaban atau responnya tidak menyulitkan peneliti dalam mengolah penelitian. Dalam artian informan paham betul dan juga memiliki keterkaitan dengan judul peneliti. Maka salah satu syarat untuk menjadi informan adalah menjadi santriwati di Pesma An-Nur. Tidak lupa paham betul dengan dunia belanja digital yang umumnya digunakan

⁴⁰ Isa Anshori, "Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial," *Halaqa: Islamic Education Journal* 2, no. 2 (2018): 165–181, <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/halaqa>.

sebagai bentuk cara gaya hidup. Maka harapan dari peneliti mendapatkan data yang valid dan dapat dipercaya. Teknik yang sesuai peneliti lakukan adalah menggunakan *purposive sampling* dengan cara mengambil sumber informan tertentu yang dianggap paling tahu⁴¹. Adapun daftar informan yang terkait dengan pembahasan penelitian ini adalah:

Tabel 3. 1 Data Informan

No.	Nama	Usia	Keterangan
1.	Ana F	22	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati
2.	Intan D	19	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati
3.	Ayunus S	22	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati
4.	Mia	20	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati
5.	Lisa	21	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati
6.	Muyas	22	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati
7.	I'im	22	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati
8.	Sheila	20	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati
9.	Laili	20	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati
10.	Intan Bahrotul	22	Pengguna <i>online shop</i>

⁴¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Al-Fabeta, 2008)

			dan santriwati
11.	Istiqomah	21	Pengguna <i>online shop</i> dan santriwati

(Sumber; Observasi Peneliti, 2023)

D. Tahap-Tahap Penelitian

1. Penelitian Pra Lapangan

Tahap pra lapangan ini meliputi penyusunan rancangan penelitian yaitu dengan meminta izin penelitian pada lokasi peneliti yang dituju. Selanjutnya, dalam melakukan wawancara hal yang perlu diperhatikan adalah menjaga etika dengan baik, agar informan bisa menjawab pertanyaan dengan tenang dan nyaman.

2. Tahap Lapangan

Tahapan ini menunjukkan pada kegiatan observasi atau meninjau langsung lokasi penelitian dengan cermat guna memperoleh hal yang terkait. Tidak lupa memeberikan pertanyaan dari daftar pertanyaan yang sudah dibuat sebelumnya. Dalam proses menyelesaikan persoalan peneliti pada tahapan tanya jawab yang paling penting adalah bisa menyikapi informan dengan baik sehingga merasa nyaman ketika penggalan data berlangsung. Dalam hal ini peneliti mengharapkan semua data yang peneliti butuhkan dapat terlaksana dengan lancar dan tentu saja para informan yang membantu untuk memudahkan peneliti untuk menggali lebih lanjut mengenai *online shop* yang dipakai sebagai gaya hidup.

3. Tahap Penulisan Laporan

Ditahapan yang paling akhir ini, peneliti mulai menyusun dan menulis hasil laporan observasi lapangan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Hasil ini kemudian dibentuk dalam sebuah laporan dengan hasil analisis yang diperoleh dengan mengaitkan pendekatan teori yang diambil. Dalam tahap penulisan ini perlu ditekankan terhadap peneliti bahwa laporan penelitian harus sesuai dengan data yang didapat ketika proses penggalian data berlangsung dari informan tanpa mengurangi ataupun melebih-lebihkan hal yang tidak perlu. Sehingga harus sesuai dengan fakta ketika dilapangan. Tidak lupa penulisan laporan penelitian juga harus sesuai dengan sistematika kepenulisan penelitian dengan merujuk pada buku panduan dari setiap instansi/fakultas/prodi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang valid dan akurat dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian yang dituju⁴². Peneliti harus pergi ke lapangan yakni yang berada pada Pesma An-Nur secara langsung, dengan mengamati dan melihat kegiatan santriwati melalui proses interaksi dan aktivitas yang

⁴² Burhan Ashshofa, *Metode penelitian Hukum*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2004), 26

diciptakan secara langsung, sehingga peneliti dapat melihat gambaran yang terjadi secara langsung. Kemudian, peneliti melakukan proses wawancara kepada informan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk peneliti. Pada observasi ini harapannya bahwa tempat yang dilakukan penelitian sudah sesuai dengan subjek yang akan diteliti.

2. Wawancara

Wawancara atau proses tanya jawab dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk menggali data informasi dengan cara bertanya secara langsung dengan orang yang terkait (informan). Dengan menggunakan pedoman wawancara yang sudah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti berupa daftar pertanyaan sesuai topik. Dengan teknik wawancara, peneliti mendapatkan informasi, data yang akurat serta valid, yang berasal dari subyek yakni santriwati yang sekaligus juga menjadi mahasiswa di perguruan tinggi. Besar harapan ketika proses wawancara mendapatkan informasi banyak mengenai topik penelitian yang di bahas khususnya *online shop* dan gaya hidup. Pada tahap ini peneliti menggunakan teknik wawancara yang bebas terpimpin dengan menggunakan pertanyaan ditujukan kepada pihak terwawancara tidak selalu sama dengan pedoman wawancara dengan subyek terdahulu sehingga terdapat penambahan pengembangan pertanyaan yang terjadi saat mendapatkan informan dan data. Dengan melakukan teknik wawancara, peneliti mendapatkan data yang akurat

dan valid yang berasal dari informan yang sudah dipilih oleh peneliti sebelumnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa tulisan hasil tanya jawab, catatan, karya, dan pengambilan gambar. Dokumentasi dapat dijadikan sebagai penunjang data yang diperoleh dari informan. Hal ini mampu menjadikan hasil penelitian yang dilakukan benar-benar sebagai keabsahan data yang didapat tanpa adanya pemalsuan data. Pada teknik ini yang pasti didapatkan ketika proses observasi dan wawancara adalah adanya bukti pendukung seperti gambar/photo pendukung seperti gambar lokasi, gambar peneliti wawancara dengan informan, atau data-data pendukung lainnya.

Tabel 3. 2

Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulannya

NO	Data	Sumber Data	Teknik
1.	Online Shop	Santriwati	Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi
2.	Gaya Hidup	Santriwati	Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi
3.	Profil Pesma An-Nur	Pengurus	Dokumentasi

(Sumber; Observasi Peneliti, 2023)

F. Teknik Analisis Data

Analisis catatan atau data adalah teknik mencari dan menyusun secara sistematis diperoleh dari konsekuensi wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan mengatur catatan ke dalam unit-unit pembahasan, sintesis, mengatur pola penelitian yang paling penting dengan maksud untuk dipelajari. Serta, membuat kesimpulan yang berisikan jawaban dari rumusan masalah dalam peneliti dan tidak lupa menggunakan bahasa yang dapat dimengerti⁴³.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, diterapkan ketika proses pengumpulan data berlangsung. Teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman terdapat tiga hal: (1) reduksi data, (2) penyajian data, (3) dan verifikasi data⁴⁴. Adapun cara mempelajari informasi tersebut, para peneliti akan memperoleh fakta-fakta yang diperoleh dengan bantuan metode observasi, wawancara mendalam (*in-depth interview*), dan dokumentasi.

Pertama, reduksi data diartikan sebagai proses perangkuman data yang sudah terkumpul dari hasil penelitian. Mengelompokkan data sesuai dengan sub-sub permasalahan yang menjadi fokus utama dalam penelitian berlangsung⁴⁵. Terdapat reduksi data yang merupakan bentuk analisis hasil

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Ed. rev., (Jakarta: Rineka Cipta, 2012). h. 244

⁴⁴ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 209

⁴⁵ Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosial*, Ed.1, cet. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010). h. 36-36

penelitian data hingga kesimpulan di akhir dari penelitian⁴⁶. Dalam hal ini peneliti melakukan reduksi data yang berkaitan dengan *Online Shop* Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo, Surabaya Ditinjau dari Perspektif Teori Konsumerisme Jean Baudrillard.

Kedua, penyajian data (*display*) atau sekumpulan informasi harus tersusun dengan rapi dan sistematis dalam bentuk naratif atau kalimat, bukan berupa angka. Hal ini bermaksud untuk memudahkan dibaca dan menarik kesimpulan.

Ketiga, verifikasi data, yaitu memberikan kesimpulan dan adanya verifikasi data yang kredibel berdasarkan bukti pengumpulan data penelitian. Untuk mencapai penelitian yang valid maka dirasa akan kurang cukup jika hanya melakukan observasi satu kali. Karena pada umumnya, untuk menguji keaslian data para peneliti akan sering pergi kelokasi penelitian untuk memberikan hasil penelitian yang terbaru dan tentunya dapat dipercaya serta dipertanggungjawabkan keabsahan datanya.

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan penyajian dan hasil pembahasan data ayang akan dikaitkan dengan teori yang telah digunakan. Hal tersebut dapat dilihat pada bab II yang menjelaskan konsep teori dan kajian pustaka⁴⁷.

⁴⁶ Tobroni Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001). h. 193

⁴⁷ Sutrisno Hadi, sebagaimana dikutip oleh Moersalah dan Moersanef dalam *Pedoman Penyusunan Karya Ilmiah*, (Bandung: Angkasa, 1987), h. 44

G. Teknik Pemeriksaan Data

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian kualitatif digunakan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan penelitian ilmiah dan untuk menguji data. Dengan mengecek data yang diperoleh peneliti ketika di lapangan. Pemeriksaan keabsahan data ini dapat dilakukan melalui triangulasi. Triangulasi merupakan salah satu bagian terpenting dari penelitian kualitatif. Dalam hal ini triangulasi merupakan salah satu pendekatan yang dilakukan peneliti untuk menggali dan melakukan teknik pengolahan data kualitatif yang dilakukan peneliti pada saat pengumpulan data dan analisis data.. Teknik triangulasi bisa diibaratkan sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi juga diartikan sebagai usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data. Sehingga triangulasi adalah pendekatan yang dilakukan peneliti untuk menemukan lebih banyak perspektif terkait data yang ditemukan.

Tujuan dari triangulasi tidak lain adalah mengecek validitas data serta memudahkan peneliti untuk melihat fenomena yang ada dilingkungan sekitar. Melihat fenomena dari aspek yang berbeda akan menghasilkan tingkat kebenaran yang tinggi. Oleh karena itu, triangulasi

adalah teknik untuk melihat kembali data atau informasi yang diperoleh peneliti ketika melakukan penelitian dilapangan⁴⁸.



⁴⁸ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, ed. Hasan Sazali, Pertama. (Medan: Wal ashri Publishing, 2020), [http://repository.uinsu.ac.id/9105/1/BUKU METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF DR. NURSAPIA HARAHAP%2C M.HUM.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/9105/1/BUKU%20METODOLOGI%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DR.%20NURSAPIA%20HARAHAP%20M.HUM.pdf).

BAB IV

ONLINE SHOP SEBAGAI GAYA HIDUP SANTRIWATI

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

Pesma An-Nur merupakan salah satu tempat Lembaga keagamaan yang dihuni oleh para mahasiswa/i universitas yang ada di sekitar daerah Wonocolo. Pesma merupakan singkatan dari pesantren mahasiswa, lokasi ini berada di Gg. Modin 10A, Jemur Wonosari, Wonocolo, Surabaya 60237.

Gambar 4. 1 Lokasi Pesma An-Nur



1. Sejarah Pesma An-Nur

Pesantren An-Nur adalah salah satu pesantren Mahasiswa yang berada di kawasan Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur. Lebih tepatnya terletak di Wonocolo Gang Modin 10A Surabaya, 60237. Pesantren ini

dibangun di atas tanah wakaf dari H. Moh. Noer dan Puterinya Nikmah Noer dan mulai berdiri pada tahun 1994 pada Gedung I. sedangkan gedung ke II berdiri pada tahun 1999an. Biaya pembangunan pesantren ini murni dari hasil swadaya masyarakat yang sebagian besar berasal dari jariah H. Moh. Noer, Prof. Imam Ghazali Said dan isterinya yakni Nikmah Noer. Hingga saat ini karena para santri yang semakin banyak pesma Annur telah memiliki 4 gedung yang bisa digunakan para mahasiswa atau mahasiswa/i santri yang bertempat tinggal di pesma tersebut⁴⁹.

Kondisi para santri sejak awal berdiri hingga sampai sekarang, tentu saja jumlah santri yang tinggal dan belajar di pesantren mahasiswa An-Nur selalu mengalami peningkatan. Hingga di tahun 2023 jumlah santri disini kurang lebih 100-150 santri total keseluruhan.

Hal ini disebabkan karena seluruh santrinya adalah para mahasiswa maka tidak salah jika tempat ini dinamakan dengan Pesantren Mahasiswa (Pesma) An-Nur, dan seluruh santri di sini mengenyam bagku perguruan tinggi di sekitar Wonocolo seperti UINSA, UNUSA. Sehingga setiap akhir tahun ajaran dan telah menyelesaikan pendidikannya hingga strata 1 atau sarjana maka secara otomatis juga para santri telah menyelesaikan studinya di An-Nur. dan hanya sekitar 3-5% yang menetap di Pesma An-Nur karena melanjutkan program

⁴⁹ "Dokumen Kepengurusan Pesantren Mahasiswa An-Nur" (2019).

belajarnya strata II (S2) hingga strata III (S3). Selanjutnya, pesma ini akan menerima santri baru yang sekaligus mahasiswa/i baru. Dengan demikian, antara santri. Maka dengan demikian, santri yang keluar dengan santri yang pendaftar baru akan seimbang, dan bisa jadi lebih banyak santri barunya. Oleh karena itu, pesantren ini akan menerima mahasantri yang baru akan disesuaikan dengan kapasitas sarana prasarana yang tersedia.

Pesantren Mahasiswa An-Nur berbeda dengan instansi pendidikan lainnya, umumnya pesantren akan memiliki ujian dan raport sebagai bentuk hasil ujian. Pesantren ini memakai kurikulum yang berbeda mandiri dengan hanya menggunakan absensi kehadiran di setiap kegiatan dengan menggunakan kartu kehadiran yang di scan secara elektronik. Dalam kegiatan kepesantrenan, Pesantren Mahasiswa/i An-Nur akan mengkaji tentang berbagai ilmu Fiqh, Tasawuf, Sejarah, hingga Bahasa Arab atau Inggris.

Dari hal tersebut Pesma An-Nur ditentukan oleh selesainya proses belajar di perguruan tinggi atau universitas.

2. Tujuan Berdirinya Pesantren Mahasiswa An-Nur

a.) Tujuan Umum

Terbentuknya pribadi cendekiawan muslim dan Muslimah yang bertaqwa kepada Allah SWT, Berakhlak mulia, berpola pikir, bersikap dan berwawasan keislaman yang luas, cakap serta

bertanggung jawab mengembangkan potensi intelektualitas dan profesionalitas.

b.) Tujuan Khusus

Menunjang keberhasilan santri dalam menempuh studi di berbagai bangku perkuliahan tinggi dan universitas di Surabaya, sesuai dengan Fakultas dan bidang keilmuan mereka masing-masing.

- 1.) Menyamakan sistem studi Islam di pesantren *khalaf* dengan model studi landasan kebebasan berfikir yang berkembang di Perguruan Tinggi.
- 2.) Memperdalam potensi kebahasaan (Arab, Inggris dan Indonesia) yang pernah diperoleh dari Lembaga pendidikan sebelumnya. Dengan harapan dapat aktif efektif diimplementasikan dengan tepat.
- 3.) Menambah dan mengembangkan potensi rasa *spiritualitas* dengan latihan disiplin dalam peribadatan.

c.) Target yang Ingin di Capai.

Setelah santri mengikuti pendidikan dan kegiatan di pesantren ini dalam semua bentuk dan sistem pendidikannya pada jangka waktu yang telah ditetapkan dengan baik. Maka mereka akan, memiliki pola pikir, sikap dan wawasan keislaman yang luas. Dan memiliki kemampuan dalam berbahasa Arab, Inggris dengan aktif dan benar.

3. Profil Pengasuh Pesantren An-Nur

Prof. KH. Imam Ghazali Said, MA lahir di Sampang, Madura pada tanggal 12 Februari 1960, beliau merupakan salah satu pengasuh Pondok Pesantren Mahasiswa An-Nur Surabaya sekaligus dosen di Fakultas Adab dan Humaniora di kampus Uin Sunan Ampel Surabaya. Beliau juga menjadi dosen di Universitas Sunan Giri Surabaya, LPBA Masjid Agung Sunan Ampel Surabaya dan Universitas Darul Ulum di Jombang dan aktif menjadi narasumber dalam kegiatan seminar nasional dan internasional⁵⁰.

Imam Ghazali Said atau Abi panggilan untuk para santrinya memperoleh pendidikan dasarnya diperoleh dari ayahnya sendiri yakni KH. M. Said Masyhudi. Sejak awal, beliau memperoleh pendidikan informal keagamaan dari satu pesantren ke pesantren yang lainnya. Adapun daftar pendidikan informalnya adalah: Pondo Pesantren Hidayatul Muhtadiin di Ombul-Sampang, PP. Nurul Ulum di Banyuanyar-Sampang, PP. Ilmu Al-Qur'an (PIQ) di Singosari-Malang, PP Hidayatul Muhtadiin Lirboyo, PP. Bustanul Arifin di Batokan-Kediri.

Pada pendidikan formalnya dimulai dari SDN sampai PGAN di Sampang. Setelah menyelesaikan pendidikan informal selama di Pondok Pesantren barulah Abi Ghazali melanjutkan pendidikan

⁵⁰ Ibid.

formalnya pada bangku universitas. Berikut riwayat pendidikan di jenjang universitas:

Tabel 4. 1

Pendidikan Formal Universitas Prof. KH. Dr. Imam Ghazali Said, MA

No.	Tempat Pendidikan	Tahun
1.	Fakultas Adab IAIN Sunan Ampel Surabaya (sekarang Uinsa), hingga meraih geraldah <i>Bachelor of Art (BA)</i>	1982
2.	Dilanjut dengan meraih gelar Doktorandus (Drs)	1984
3.	<i>Cairo University</i> di Fakultas Adab untuk program Doktor	1996-1998
4.	Beasiswa dari Universitas Al-Azhar berfokus pada Fakultas Studi Islam dan Bahasa Arab di Cairo Mesir dan mendapatkan gelar Lc (<i>Licenc</i>)	1984-1986
5.	Beasiswa dari <i>ALESCO (Arab Lenguage for Eductaion, Scientific and Cultural Organization)</i> untuk belajar di <i>Khourtoum International Institute</i> dan memperoleh gelar <i>Master of Art (MA)</i> hingga menjadi lulusan terbaik.	1986-1988
6.	Kembali ke <i>Cairo University</i> pada Fakultas Adab untuk program Doktor	1996-1998
7.	Program Doktor di Pasca Sarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya (Sekarang Uinsa)	2002
8.	Guru besar bidang Sejarah Pemikiran	2019

Islam Klasik Fakultas Adab dan Humaniora di UIN Sunan Ampel	
---	--

(Sumber; Profil Pesma An-Nur, 2019)

Selama menempuh pendidikan di Timur Tengah Abi Ghazali tidak menyianyiakan untuk belajar kepada para *masyayikh* atau tokoh alim ulama' terkemuka diantaranya adalah;

Tabel 4. 2 Daftar Guru yang Berada di Timur Tengah

No.	Tokoh Masyayikh
1.	DR. Sayyid Muhammad Alwi Al-Maliki
2.	Syekh Yasin bin Isa Al-Padani
3.	Syekh Ismail bin Zayn Al-Yamani (Makkah)
4.	Syekh Muhammad Mutawali Al-Sya'rawi (Cairo, belajar khusus Ushul Fiqh)
5.	DR. Abdullah Hasan Al-Turabi (belajar pergerakan dan pemikiran Islam)
6.	DR. Aun Syarif Qasim (Khartoum)

(Sumber; Profil Pesma An-Nur, 2019)

Tidak lupa beliau juga menjadi mahasiswa aktif dengan bergabung di organisasi mahasiswa, dimulai dari menjadi anggota BPM (Badan Perwakilan Mahasiswa) pada Fakultas Adab di tahun 1980-1981, Ketua 1 Senat Mahasiswa Fakultas Adab IAIN Sunan Ampel Surabaya (Sekarang UINSA) di tahun 1982-1983. Dan ekstra kampus yang diikuti selama menjadi mahasiswa IAIN adalah memegang jabatan

tertinggi sebagai ketua Rayon PMII Fakultas Adab, dan ketua I PMII Cabang Surabaya.

Adapun selama menjadi mahasiswa aktif di Timur Tengah tidak menutup diri untuk bergabung bersama PPI (Pertimbangan Pelajar Indonesia) di Mesir, Ketua PPI Sudan pada tahun (1987-1988). Mengambil peran menjadi Ketua Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) di Mesir pada tahun 1986-1988. Dengan pengalaman banyak serta aktif di organisasi yang diikuti hal tersebutlah yang menjadikan beliau dapat berkomunikasi dengan aktivis organisasi pemuda nasional dan internasional.

Di tahun 1993 beliau merintis pembangunan secara fisik Pesantren Mahasiswa An-Nur di Wonocolo, Surabaya. Tentunya didukung secara finansial oleh mertuanya yakni almarhum H. M. Noer, setahun berjalan pada tahun 1994 pesantren atau Pesma ini menerima 20 orang santri yang bergabung. Satu tahun sejak dibukanya pesantren An-Nur tepat pada 21 Agustus 1995 bertepatan 14 Rabi'ul Awal 1416 H secara sah telah diresmikan oleh ketua umum PBNU KH. Abdurrahman Wahid. Meskipun bukan "Pesantren Besar" tapi setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan dari jumlah para santri yang ingin bergabung di Pesma An-Nur, bahkan jika kuota sudah terpenuhi maka jadwal pendaftaran santri baru yang masih panjang harus di tutup lebih awal.

Pada masa *Covid-19* mengalami penurunan jika dulu 200 -300 santri saat ini setelah pandemi kurang lebih 150 santri.⁵¹

Hubungan silaturahmi sangat baik yang dilakukan Prof. Dr. KH. Imam Ghazali Said MA, membuat pesantren ini tidak hanya diketahui atau dikenal oleh para kyai dan cendekiawan local, regional, bahkan nasional dan internasional. Pesantren ini sudah banyak dikunjungi oleh para cendekiawan baik untuk silaturahmi atau berada forum serius dalam bertukar pikiran, seperti: Prof. Kh. Ali Yafi, Prof. DR. KH. Said Aqie Siradj, Masdar Farid Mas'udi, Ulil Abshar Abdalla, 2 Menteri Agama KH. Tolchah Hasan, Prof. DR. Said Agil Husin Al-Munawwar, KH. Musthafa Bisyrri, Dr Hasanah Ogata (Jepang), Ashok Kumar Mirpuri (Dubes Singapore), Em sook Jung (Korsel), DR. Ismet Fanany (*Deakin Universty* Australia), Rasli Karim (Malaysia), Mr Robeen (Canada), Prof. Mc Ricklefs (Sejarawan Jawa dari Australia, guru besar Singapore University), Prof. H. Masdar Hilmy, S.Ag., MA, Ph.D, Dra. Hj. Khoffah Indar Parawansa, M.Sos (Gubernur Jawa Timur).

Tentu saja dalam membantu mengurus semua kegiatan dan keperluan para mahasantri An-Nur pengasuh dibantu oleh tenaga pelajar dan pengurus harian santri yang disebut dengan OSPM (Organisasi Pesantren Mahasiswa An-Nur).

⁵¹ Ibid.

Pada tahun 2008 mendirikan TK Unggulan An-Nur berada di bawah Yayasan Pesantren Mahasiswa (YAPESMA) An-Nur. Secara bersamaan mendirikan pesantren yang dikhususkan oleh anak yatim piatu yang diberi nama Pesantren Anak Yatim Al-Bisri. Untuk saat ini sudah mulai aktif kembali pesantren yatim tersebut setelah adanya pandemi, sehingga saat ini kurang lebih ada 50 anak.

4. Kondisi Geografis

Secara geografis Pesma An-Nur beralamatkan di Gg. Modin 10A, Jemur Wonosari, Wonocolo, Surabaya. Letaknya yang strategis karena berada di tengah kota Surabaya bagian selatan yang dekat dengan jalan raya, klinik atau rumah sakit, stasiun dan terminal bus. Selain itu wilayah Pesma An-Nur juga dekat dengan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya atau dikenal dengan sebutan UINSA. Salah satu perguruan tinggi yang berada di wilayah Jemur Wonosari adalah Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (UNUSA). Maka tidak heran jika penghuni Pesma An-Nur adalah kebanyakan UINSA yang paling dominan, barulah UNUSA sekitar 5-10%. Menurut letak geografis wilayah Pesma An-Nur menempati 4 bagian bangunan

Sebelah Barat : Bangunan untuk santri putri, berbatasan dengan rumah warga

Sebelah Timur : bangunan kompleks putra yang berbatasan dengan SMK PGRI Jemurwonosari

Sebelah Utara : komplek putri yang menyatu dengan ndalem (rumah kyai) berbatasan dengan rumah warga sekaligus kos mahasiswi

Sebelah Selatan : Komplek Putri, TK Unggulan An-Nur dan berbatasan dengan rumah warga dan tempat konveksi.

B. *Online Shop* Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya

Di era modern mahasiswa selalu memiliki ciri khas untuk hidup dengan budaya gaul atau modern. Hal ini tentu saja tidak hanya terjadi pada mahasiswa saja, tapi santri yang menjadi mahasiswa (disebut mahasantri) tentu saja tidak ingin ketinggalan zaman. Salah satunya adalah penggunaan belanja *online* sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia saat ini dari semua kalangan. Ini merupakan bentuk modernisasi yang membawa perkembangan teknologi yang tak terbatas dalam kehidupan masyarakat. Banyak sisi kehidupan masyarakat berubah dengan adanya perkembangan dan kemudahan teknologi salah satunya adalah dengan adanya situs aplikasi belanja online seperti Shopee, Tokopedia, Tiktok. Hasil berburu pembelian selama berselancar di toko *online* akan dilengkapi dengan berbagai cara yang berbeda-beda. Mulai dari hal yang normal untuk kebutuhan atau sebaliknya kesenangan sesaat menghabiskan uang/materiil (foya-foya). Dari hal tersebut akan melahirkan masyarakat yang berguna, bebas, konsumtif, dan hedonis.

Maka dalam pembahasan ini peneliti melihat banyaknya santriwati Pesma An-Nur Wonocolo, Surabaya yang sekaligus menjadi mahasiswa melakukan kegiatan berbelanja di *online shop*. Peneliti melihat bahwa di zaman sekarang santriwati cenderung menggunakan media tersebut sebagai bagian dalam kehidupan sehari-hari. Karena membeli atau berbelanja merupakan salah satu bagian yang bersifat keberlanjutan dengan hal keperluan atau sebaliknya.

Seperti yang diungkapkan oleh Ayunnus S merupakan santriwati Pesma An-Nur dan mahasiswi prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UINSA semester 8 pengguna *online shop Lazada*. Berasal dari kota Tuban, menggunakan aplikasi tersebut sejak bangku perkuliahan. Dia mengatakan bahwa sering berbelanja di Lazada untuk kebutuhan penunjang untuk belajar dan memperkecil aktivitas diluar. Berikut pernyataan dari Ayunnus S:

“Saya pakai ini awal kuliah kurang lebih pada tahun 2019. cob acari headset untuk kebutuhan intensif pagi. Dan kebetulan maba jadi masih belum paham daerah sini dan mager (malas gerak) juga, yah lumayan lah untuk harga dan kualitas barang e.”⁵²

Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk hasil teknologi dari yang secara konvensional berbelanja akan bertemu secara langsung, namun di era internet, sosial media, hingga aplikasi berbelanja mampu dilakukan tanpa adanya tatap muka secara langsung. Sehingga mempermudah pengguna yang masih belum mengenal lingkungan baru dengan baik dan

⁵² Ayunnus S, wawancara oleh peneliti 05 januari 2022

betul. Bagi Ayunnus barang yang sering di belanja di *Lazada* adalah barang elektronik karena dapat dipercaya dan kualitas nya baik serta banyak pilihannya.

Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan oleh Mia santriwati Pesma An-Nur sekaligus mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSA. Bahwa *online shop* seperti yang digunakan mempermudah kehidupan dan bagi para perantau yang berasal dari desa atau pesisir dan belum mengenal lingkungan.

“aplikasi kayak gini sangat butuh banget sih untuk mempersingkat waktu, opomaneh kegiatan pondok ya lumayan capek, meskipun cuma duduk dan mendengarkan.”⁵³

Dari hal tersebut mampu membuat pengguna teknologi pasar modern ini membuat para santriwati menjadi tergiur dan pastinya ingin mencoba lagi dan lagi. Maka ketika ada pilihan diskon terutama di akhir bulan atau tanggal cantik yang sesuai dengan angka bulan tersebut pasti terdapat diskon yang dinantikan dan ini juga diikuti oleh diskon belanja besar-besaran. Para pecinta belanja *online* ini menyebutnya dengan “Harbolnas” (hari belanja nasional).

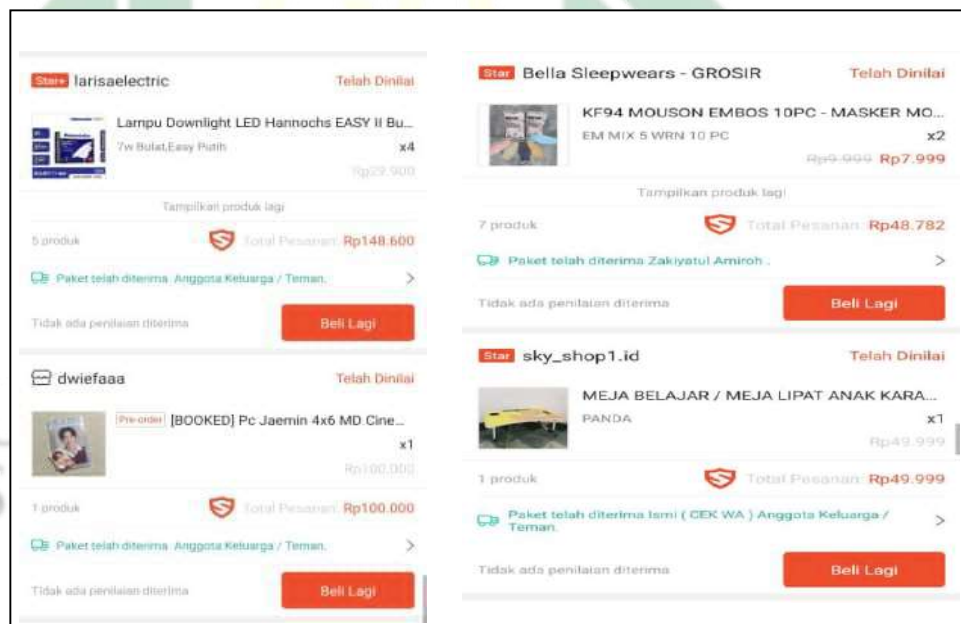
Aplikasi pasar modern tersebut menjadikan para santriwati ini mampu menjangkau lebih luas dalam memenuhi keinginan yang ingin dimiliki. Hal ini tentu saja tidak semua toko yang berada dilingkungan sekitar mampu menyediakan barang yang ingin dimilikinya. Seperti produk perawatan kosmetik, pembelian merchandise dari idola yang

⁵³ Mia, wawancara oleh peneliti 05 Januari 2023

dikagumi baik dari dalam atau luar. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Mia:

“Saya membeli produk skincare dan kebutuhan kuliah atau dipondok, saya juga pecinta K-Pop dan kebetulan teman-teman di kampus juga banyak yang pecinta musik korea jadi banyak dapat rekomendasi untuk beli pernak-pernik seperti photocard yang biasa saya beli. Dan saya sering membeli sampai lupa harga dan untungnya masih ada uang untuk hidup besok karena satu bulan untuk kebutuhan di online shop kurang lebih 300 ribu. Selain itu juga ada kebutuhan kamar yang harus dibeli seperti lampu, rak buku dan meja belajar biar lebih nyaman kalau belajar.”⁵⁴

Gambar 4. 2 Bukti Transaksi



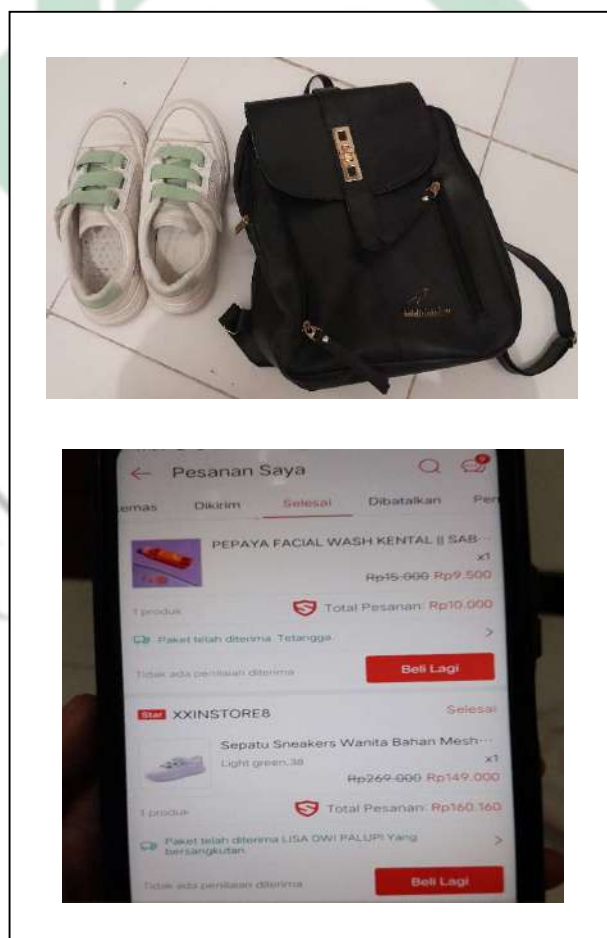
Begitupun dengan Lisa Dwi P santriwati Angkatan 21 prodi Bimbingan dan Konseling Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

⁵⁴ Mia, wawancara oleh peneliti 05 Januari 2023

semester 4 UINSA. Beranggapan bahwa tidak semua perempuan baik santriwati atau tidak melakukan gaya hidup yang bebas dalam menggunakan aplikasi pasar modern ini.

“Aplikasi yang lebih saya gunakan adalah shopee, karena banyak gratis ongkir tapi kalau aku pakai untuk kebutuhan yang penting karena disini saya sebagai anak rantau jadi beli barang sekalian nunggu promo dan lihat apa saja yang harus dibeli. Terakhir beli sepatu sama tas saja karena memang itu sangat dibutuhkan. Kalau untuk kebutuhan ibadah saya beli mukena.”⁵⁵

Gambar 4. 3 Bukti Pembayaran dan Barang



⁵⁵ Lisa, wawancara oleh peneliti 05 Januari 2023

Sebagai anak rantau yang harus mampu mengatur keuangan dengan baik, jangan sampai uang yang mengatur pemilik. Hal tersebut bisa menjadi boomerang karena kebutuhan anak rantau tidak bisa dikatakan suma sedikit. Pilihannya cuman ada dua mengatur uang atau diatur oleh uang.

Di era sekarang penggunaan online shop bukan hanya sekedar gaya hidup akan tetapi sudah menjadi kebutuhan hidup, yang harus diketahui dan diikuti. Jika dulu gaya hidup orang akan melihat atau mencontoh orang lain, tapi saat ini *online shop* inilah yang menjadi pedoman gaya hidup karena semua hal yang mulai diinginkan atau tidak, penting atau tidak, warna dan gaya dengan semua keindahan di lapak tersebut mampu menjadikan *online shop* sebagai aplikasi yang penting dan dimiliki oleh semua orang. Anggapan ini diakui oleh Iim santriwati Angkatan 19 mahasiswa prodi Hukum Fakultas Syariah dan Hukum UINSA semester 8.

“menurutku aplikasi olshop semua itu sudah menjadi bagian kehidupan orang saat ini, terutama santriwati dengan banyaknya kebutuhan dan minimnya waktu untuk pergi keluar kecuali untuk jalan-jalan. Karena selain disibukkan oleh kegiatan kampus kita juga sudah disibukkan oleh kegiatan pondok. Jadi aplikasi yang memudahkan ini sangat penting dan bisa membantu mengatur waktu dengan baik. Contohnya saja kalau mau beli kebutuhan pakaian, sekarang di aplikasi *online* sudah banyak yang melakukan *streaming live* untuk menarik perhatian para pembeli, dengan trik seperti berjualan di pasar yang banyak bicara dan itu membantu sekali sih buat aku untuk memilih dan membeli, dan kalau lanjut cukup langsung transfer pakai m-banking atau atm terdekat.”⁵⁶

⁵⁶ Iim, wawancara oleh peneliti 10 Januari 2023

Makna online shop sebagai konsumen adalah penyempurna untuk kehidupan karena banyaknya strategi yang dijalankan dan perkembangan di aplikasi semakin membuat para konsumen menjadi lebih terpuaskan. Hal ini dibuktikan dengan salah satu aplikasi berjoget ria hanya untuk kesenangan dalam hal kegembiraan. Tapi saat ini aplikasi joget atau TikTok tersebut juga banyak sekali digunakan untuk promosi dagangan secara live. Dengan skill marketing yang hampir sama dengan menjualkan barang dagangan seperti di pasar dan bertemu dengan pelanggan secara langsung.

Hikmatul Muyassaroh santriwati Angkatan 21 prodi PIAUD (Pendidikan Islam Anak Usia Dini) fakultas Tarbiyah dan Keguruan semeseter 6 UINSA. Berargumen mengenai pengalaman berbelanja menggunakan *online shop* dari sisi baik dan buruknya. Hal ini diungkapkan seperti berikut

“Sisi positif penggunaan *online shop* mampu membantu mencari kebutuhan yang dicari lebih cepat. Sekaligus saya lebih mengenal banyak umkm lokal yang bagus dan barangnya tidak kalah bagus dengan produk luar. Sedangkan sisi negatif tidak bisa mengontrol dan jatuhnya ke boros dan mubadzir.”⁵⁷

Jawaban yang sama juga diungkapkan oleh sheilla sebagai santriwati Angkatan 2021 mahasiswi PGSD UNUSA, sebagai berikut:

⁵⁷ Hikmatul M, wawancara oleh peneliti 01 Januari 2023

“apalagi kalau di olshopnya ada live, wah itu semakin membuat cepet check out, padahal kadang barangnya itu tidak terlalu penting amat sih. Jiwa kepinginanku pasti meronta-ronta.”⁵⁸

Tidak bisa dipungkiri bahwa kekuatan iklan dan teknik pemasaran yang semakin menjadi-jadi membuat santriwati menjadi terhegemoni akan beberapa hal yang dijual di aplikasi mulai dari adanya promo, branding kualitas atau kuantitas. Belum lagi gaya hidup diperkotaan yang secara tidak sadar para santriwati ingin berganti-ganti dalam penampilan. Oleh sebab itu hegemoni yang ditunjukkan oleh online shop membuat santri terlena untuk mampu mengontrol uang pemasukan dan pengeluaran yang terjadi.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti bahwa *online shop* sebagai gaya hidup santriwati terdapat beberapa poin yang pertama; tidak semua santriwati memiliki sikap konsumtif secara berlebihan. Hal tersebut diungkapkan karena sebagai bentuk berawal dari lingkungan yang baru sehingga pakai aplikasi olshop, kemudian bentuk kemalasan dalam memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. Kedua; sikap konsumtif pada *online shop* sebagai gaya hidup dapat dibuktikan dengan beberapa santriwati yang membeli hanya untuk pemenuhan nafsu kesenangan atau kegembiraan saja, tanpa adanya nilai guna pakai yang bermanfaat dalam menunjang kebutuhannya sebagai santriwati.

⁵⁸ Sheilla, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

C. Faktor yang Melatarbelakangi Santriwati Pesma An-Nur Dalam Melakukan *Online Shop* Sehingga Memiliki Perilaku Konsumtif

Faktor adalah alasan atau dorongan dari dalam diri individu atau beberapa orang sehingga timbul untuk melakukan suatu hal tersebut. jika dalam hal gaya hidup maka faktor tersebut akan timbul karena adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh individu atau manusia itu sendiri. Beberapa hal inilah yang akan melatarbelakangi beberapa santri untuk memiliki sikap konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan sebuah bentuk menghabiskan uang dengan cara membelanjakan hal apapun dengan melihat adanya nilai guna kebermanfaatan atau hanya kesenangan saja kebiasaan ini.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa faktor ini memiliki peranan yang sangat kuat dalam setiap tindakan yang akan dan telah dilakukan oleh manusia itu sendiri. Yang dapat diartikan sebagai latar belakang dari tingkah laku yang dijalani sendiri. Bahkan tidak bisa untuk dihindari ketika individu atau para santriwati melakukan hal tersebut untuk mencapai *goal* atau tujuan.

Pengetahuan yang luas dan tinggi akan mempengaruhi serta mengubah pola kehidupan di lingkungan. Seperti halnya para santriwati yang sekaligus menjadi para mahasiswa akan berdampak pada pola perilaku. Sama halnya dengan pola konsumsi mahasiswa di tengah kota Surabaya yang akan berubah sesuai dengan apa yang nantinya menjadi bagian dari pola pembentukan nilai dan tatanan sosial yang sering disebut

dengan gaya hidup. santriwati yang sekaligus menjadi mahasiswi harus lebih cermat dalam memilah dan memilih segala sesuatu yang nantinya akan menjadi bahan kebutuhan untuk dikonsumsi.

Maka aplikasi jasa toko *online* perlahan akan mengubah cara komunikasi para santriwati. Yang pada mulanya mengkonsumsi barang atau jasa tersebut adalah bentuk kebutuhan yang harus dipenuhi karena berkaitan dengan aktivitas yang sesuai dengan fungsinya. Akan tetapi, perlahan beralih pada pola yang membentuk suatu identitas yang juga didukung oleh objek di sekitarnya

Santri yang berada di Pesantren Mahasiswa An-Nur Surabaya khususnya pada santri putri atau santriwati yang datang dengan alasan untuk menuntut ilmu tambahan selain di kampusnya. Adapun alasan faktor yang membuat santriwati menggunakan *online shop* sebagai gaya hidupnya, menurut Intan ialah:

“Pengaruh teman sudah pasti itu contoh terkecil adalah teman-kamar yang suka tiba-tiba unboxing barang hasil belinya di olshop, atau paling mudah untuk saya lakukan sendiri adalah ketika diracuni mereka mau beli ini itu atau makanan. Karena itu hal yang paling simpel.”⁵⁹

Disisi lain, sering lingkungan pertemanan juga menjadi alasan para santriwati untuk mengikuti gaya hidup seperti itu. Entah itu karena kebutuhan atau keinginan atau hanya sekedar mencoba-coba dan pada akhirnya sesuatu yang dibeli akan menjadi suatu hal yang sia-sia hanya

⁵⁹ Intan D, Wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

memenuhi hasrat kesenangan saja tanpa adanya nilai guna yang tepat. Hal ini dijelaskan oleh Ana F mahasantri prodi Tasawuf dan Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UINSA sebagai berikut:

“Selama saya di Pesma An-Nur disinilah saya mengenal online shop dan saya langsung mencoba pakai shopee dan itu saya melihat dari mbk Bila (senior) yang suka belanja beberapa kosmetik dan baju-baju. Bahkan dulu sering kalau weekend diajak patungan buat beli makanan yang awalnya harga satuannya itu 20 ribu karena beli 4 porsi jadi cukup bayar 9 ribu aja. Itu awal-awal masih disemester satu dan ketagihan sampai sekarang kalau lagi mager dan ada promo meskipun masih 40% masih saya *check out*, bahkan tiap hari saya selalu buka untuk lihat-lihat dulu. Baru kalau tidak sengaja ya *check out* lagi”⁶⁰

Bagi Ana itu adalah kesenangan dan kepuasan tersendiri, karena baru melihat ada sebuah aplikasi 4seperti itu. Sehingga hal itu yang dia terapkan dan pakai untuk kehidupannya saat ini. meskipun tidak setiap hari tapi dia rutin buka aplikasi ini untuk sekedar melihat perkembangan fashion atau barang yang lainnya. Tentunya hal yang tidak dilupakan adalah masalah diskon promo yang ada.

Pengaruh teman ternyata juga dialami oleh Lisa Dwi P, berawal dari merasa membawa barang kebutuhannya ke Surabaya terlalu sedikit dan merasa kurang percaya diri sama penampilannya. Berikut penjelasannya:

“Dulu bingung banget masalah baju kerena memang awal ke Surabaya ternyata orangnya kece-kecealah akhirnya coba-cobalah download aplikasi shopee, belum lagi dikasih tau link toko sama temenku yang kaytanya barangnya bagus harga murce yang pasti. Dari situlah sering *share link* sama teman-teman kampus juga.”⁶¹

⁶⁰ Ana F, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

⁶¹ Lisa, wawancara oleh peneliti 05 Januari 2023

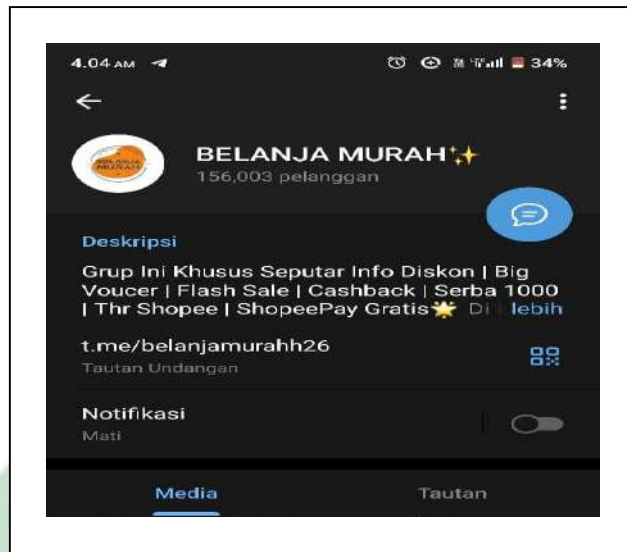
Gambar 4.4 Bukti Pembelian *Sweater*

Yang dimaksud dengan *share link* dalam *online shop* Lisa adalah saling bertukar link/user alamat belanja *online* ke sesama teman jika tanya dan membutuhkan rekomendasi satu sama lain. Ternyata hal ini juga dialami oleh santriwati Hikmatul M mahasiswi PIAUD menjelaskan bahwa:

“Untuk sharing *link* berbagai informasi kebutuhan perempuan. Soalnya perempuan itu kan paling ribet contohe aku sendiri kalau masalah perbajuan. Selain pakai aplikasi *online shop* saya juga ada link *Telegram* yang isinya informasi *fashion* yang lucu-lucu, lagi trend dan biasanya varang tersebut sering muncul di *Instagram*. Jadi kalau pakai itu adalah rasa percaya diri dan jadi favorit sendiri buat aku yang pakainya. Dan paling kalau untuk keperluan asrama cuma makan, coba hal hal yang baru, soalnya kalau beli langsung di outletnya mahal”.⁶²

⁶² Hikmatul M, Wawancara oleh peneliti 01 Januari 2023

Gambar 4. 4 Bukti Link Telegram Rekomendasi Belanja



Didalam *online shop* sudah pasti terdapat gambar yang mendukung produk atau barang agardapat menarik perhatian dan minat dari para konsumen. Gambar pada olshop ini dari semua produk yang dijual belikan sebagai bentuk bukti barang tersedia, bahkan para pembeli juga ikut memberikan review atau ulasan baik berupa gambar atau video barang yang sudah dibeli. Inilah yang menjadi alasan Sheilla santriwati 20 sekaligus mahasiswi dari UNUSA pengguna olshop *Shopee*, berikut pemaparannya:

“Berawal dari cuma install, scroll banyak gambar yang warna-warni belum lagi model e malah jadi masuk keranjang dan pada akhirnya beli.”⁶³

⁶³ Sheilla, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

Hal ini ternyata juga dialami oleh Iim santriwati dari fakultas hukum semester 8 UINSA berasal dari Sidoarjo, setuju dengan pendapat dari Intan bahwa:

“Iklan nak sosmed dan tampilan gambar produk terbaru dan terlaris itu yang membuat saya untuk tergiur, seperti baju dan biasanya saya juga mencoba membeli cemilan yang lagi viral buat nemenin waktu nugas dan penasaran aja sih rasanya seperti apa, apalagi yang warna-warni terus pedes.”⁶⁴

Akan tetapi berbeda dengan Ayun santriwati Angkatan 19 mahasiswi prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan asal Tuban, mengatakan bahwa:

“Tidak hanya masalah tampilan yang bagus tapi masalah bintang atau rating, karena gambar sama barang bisa menipu kualitas.”

Dapat kita pahami bahwa sebagai konsumen dari produk online shop harus pandai memilih karena jangan sampai hal buruk terjadi seperti penipuan. Yang pada akhirnya barangnya tidak kunjung datang atau ternyata isi paketnya adalah barang yang lainnya.

Online shop ini ialah salah satu aplikasi jual beli dengan berbagai multifungsi, karena tidak hanya menjual satu macam saja, namun dengan berbagai macam mulai dari makanan, kecantikan, kebutuhan rumah tangga, sekolah. Hanya menggunakan *smartphone* dan akun semua bisa diakses dan didapatkan. Jika *shopee* hampir menyajikan semua kebutuhan yang ingin dicari oleh manusia, bahkan makanan juga tersedia. Berbeda

⁶⁴ Iim, wawancara oleh peneliti 10 Januari 2023

dengan Lazada *online shop* ini meenjal belikan semua kebutuhan kecuali makanan. Dan Tiktok *Shop* yang kebanyakan menjual denhan metode live seperti di pasar-pasar seakan-akan berinteraksi langsung dengan pelanggan secara tatap muka.

Inilah yang akhirnya membuat Intan D, santriwati sekaligus mahasiswi Tafsir dari Fakultas Ushuluddin jika membeli sesuatu terutama untuk kebutuhan pribadi, ia membeli Tiktok shop, dengan alasan:

“Karena di Tiktoks shop kalau jualan secara live dan sudah pasti itu akun terpercaya dan kulaitas barangnya juga tidak pernah diragukan lagi. Dan di Tiktok itu yang bisa siaran langsung itu jika sudah memiliki pengikut ribuan baru bisa siaran.”⁶⁵

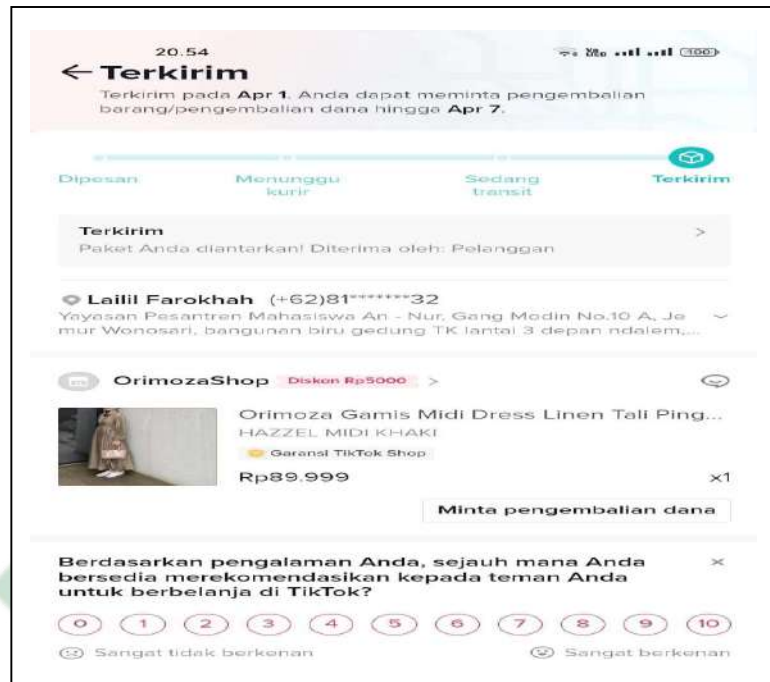
Serupa dengan yang di maksud Laili Nur F, santriwati Angkatan 20 mahasiswi prodi Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UINSA. Mengungkapkan bahwa kebanyakan di Tiktok lebih banyak toko yang live dan mempromosikan barangnya secara baik dari pada di aplikasi Shopee. Berikut penjelasannya:

“saya pengguna aplikasi Tiktok dan pernah belanja karena kualitas cara berdagang lebih bagus di Tiktok lebih ril. Karena di toko olshop sering mengadakan kegiatan straming live, positifnya tau bahan yang dijelaskan secara detail. Waktu itu beli baju dan tidak mengecewakan karena apa yang dijelaskan sama barang waktu datang sama-sama bagus. Kalau di shopee masih adalah jaitan dan warna yang kurang pas sama di gambar.”⁶⁶

⁶⁵ Intan D, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

⁶⁶ Laili N, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

Gambar 4. 5 Pembelian Pada Aplikasi Tiktok



Hal tersebut diungkapkan lantaran di aplikasi Tiktok shop hanya menyediakan video kegiatan jual beli tidak selengkap yang ada di shopee atau olshop yang lainnya. Hal ini dikarenakan memang pada awalnya aplikasi ini hanya digunakan untuk berjoget-joget saja. Akan tetapi karena pengembangan tidak hanya potongan video-video saja namun juga bisa menghasilkan uang juga.

Selain itu *online shop* ini memiliki fitur promo yang bisa didapatkan dan digunakan jika berbelanja. Dengan berbagai pilihan ada yang gratis ongkir dan promo diskon potongan dengan berbagai macam diskon persen yang dibeli. Dengan begitu pembeli akan menganggap

bahwa uang yang dikeluarkan tidak terlalu banyak dan juga harganya tidak jauh berbeda dengan beli di toko atau pasar secara langsung. Sehingga membuat pembeli senang karena tidak perlu buang tenaga untuk menawar barang kepada pembeli, dan tentu saja menghemat waktu untuk bisa melakukan yang lainnya. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Ana F santriwati Angkatan 20, mahasiswi prodi Tasawuf dan Psikoterapi semester 6 Fakultas Ushuluddin UINSA asal Lamongan.

“Saya lebih sering pakai aplikasi Shoppe karena lebih lengkap dan juga ada fitur makanan, karena saya suka makan apalagi sama cemilan yang lagi viral seperti makaroni, coklat, susu. Dan untuk komestik saya nggak pernah beli di toko daerah sini, saya sering beli di shoppe karena banyak paket promo dari tokonya sendiri dan belum lagi gratis ongkir dar shopeenya.”⁶⁷

Banyaknya program pilihan yang ditawarkan di aplikasi *online shop* juga menjadi santriwati yang lainnya juga menggunakan apalagi pada promo gratis ongkir dan yang paling menarik adalah *flash sale*. *Flash sale* ini adalah bisa dikatakan promo gila terbesar dan hanya ada ketika pada bulan dan tanggal yang sama seperti 12.12 yang artinya tanggal 12 bulan 12, *flash sale* menyajikan berbagai pilihan produk dengan harga yang sangat miring.

Sama halnya yang dikatakan oleh Sheilla santriwati 21 mahasiswi UNUSA, bahwa banyak promo di akhir bulan atau awal bulan menjadi daya tarik tersendiri buat belanja. Seperti yang dijelaskan sebagai berikut:

⁶⁷ Ana F, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

“Pilihan yang banyak itu kadang membuat aku semakin puas menggunakannya, apalagi sebagai anak rantau ini memang *worth it* banget bisa menghemat sedikit lah. Meskipun kenyataannya aku juga suka beli ini dan itu.”⁶⁸

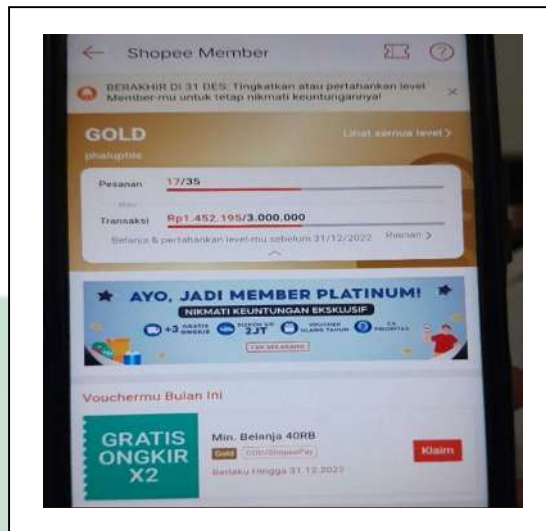
Pada aplikasi Shopee terdapat menu member akun yang dimiliki untuk mengetahui seberapa sering penggunaan Shopee dalam kegiatan berbelanja. Ada 3 kriteria member yang bisa didapatkan: *Pertama*, member *silver* adalah member yang digunakan untuk para pemula yang penggunaan belanjanya kurang lebih masih di tahap kurang lebih 500 ribu. *Kedua*, member *gold* adalah yang akan dimiliki jika sudah melakukan pemesanan 35 kali untuk belanja dengan total sudah mencapai 3 juta. *Ketiga*, member *Platinum* adalah pemesanan yang sudah dilakukan 100 lebih dan dalam jumlah 10 juta. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Hikmatul M santriwati angkatan 20 mahasiswi prodi PIAUD fakultas Tarbiyah dan Keguruan UINSA berasal dari Madura. Berikut ungkapannya:

“Di akun belanja pada shopee itu kan ada kartu member itu menunjukkan sudah seberapa banyak barang belanjaan yang saya beli di shopee, mulai dari silver hingga gold itu bisa menambah banyak promo-promo yang menarik. Itulah yang membuat saya obsesi untuk menaikkan kartu member saya dengan terus belanja.”⁶⁹

⁶⁸ Sheilla, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

⁶⁹ Hikmatul M, wawancara oleh peneliti 01 Januari 2023

Gambar 4. 6 Bukti Member yang Diperoleh Pengguna Shopee

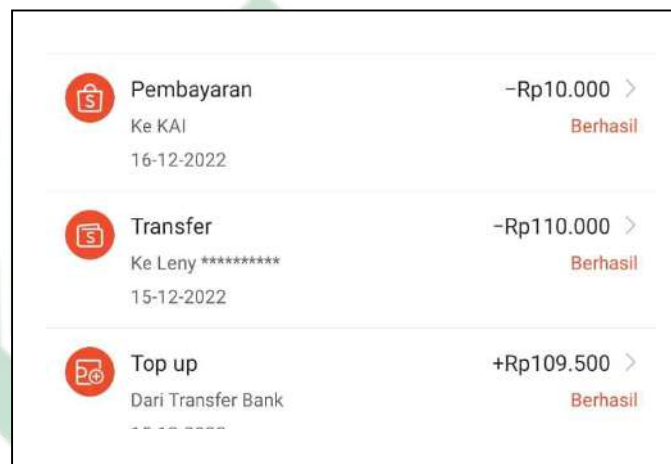


Dalam aplikasi shopee juga memiliki fitur yang dinamakan *shopee pay*, semacam dompet uang digital yang bisa digunakan untuk membeli di lapak shopee tanpa harus pergi ke atm (anjungan tunai mandiri) dan dompet digital ini tidak hanya bisa dilakukan untuk transaksi belanja saja namun juga bisa digunakan untuk kebutuhan seperti membeli tiket perjalanan (kereta api dan bus Surabaya). Tentu saja ini membuat para pecinta *shopaholic* semakin berbinar karena adanya pilihan ini semakin banyak potongan diskon dan promo yang diberikan. Inilah yang membuat produk disini harganya jauh lebih miring dibandingkan dengan *e-commerce* yang lainnya. Seperti yang di ungkap oleh Mia santriwati An-Nur:

“Kalau pakai *shopee pay* itu lebih enak dan praktis karena sistemnya seperti dompet digital atau atm pribadi, cuman kalau

pakai shopee pay ini nanti ada extra potongan minimal 1 ribu atau 2 ribu lagi. Kalau pakai atm ada biaya penanganan 1 ribu sampai 2 ribu, jadi semakin irit. Praktisnya bisa pakai buat yang lain tidak hanya untuk shopee, kemarin buat transaksi kereta juga bisa”⁷⁰

Gambar 4. 7 Bukti Shopee Pay Untuk Transaksi Transportasi



Selain karena beberapa faktor yang melatar belakangi seperti adanya faktor dari teman, gambar di *platform online shop* nya, dan harga yang murah meriah. Terdapat salah satu faktor juga yang menjadi alasan para santriwati ini melakukan semua kebutuhan dan lain sebagainya di *olshop* adalah karena waktu. Dengan waktu yang terbatas mereka semua harus bisa mengatur waktu dengan baik, hal ini sudah pasti karena alasan selain menjadi santri juga menjadi mahasiswi. Seperti yang disampaikan oleh Ana F santriwati Angkatan 19 mahasiswi dari prodi Tasawuf dan Psikoterapi Fakultas Ushuluddin asal Lamongan:

⁷⁰ Mia, Wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

“Hidup di asrama seperti ini sudah harus siap dengan konsekuensi yang ada salah satunya kurangnya waktu untuk beristirahat, karena setiap hari akan disibukkan dengan kegiatan mengaji sebelum dan sudah pulang dari kampus, dan belanja kebutuhan tentu sudah mandiri tidak seperti dulu yang disiapkan orang tua, ya... olshop ini lah salah satu solusi kebingungan bisa tinggal pilih mana yang dibutuhkan dan dianggap cocok sama diri sendiri.”⁷¹

Maka hal yang sama dilakukan oleh Hikmatul M santriwati dari prodi PIAUD fakultas Tarbiyah dan Keguruan yang berasal dari Sampang, untuk memakai aplikasi ini adalah

“Disela-sela kegiatan perkuliahan pasti saya buka sekalian dan beli sesuai kebutuhan saja, biar uangnya bisa digunakan yang lain juga. Dengan pakai aplikasi di era sekarang ini jadi bikin praktis dan lebih mudah. Apalagi sebagai santri juga pulang dari kampus sudah sore dan capek belum lagi habis maghrib sampai jam setengah 9 baru selesai itu menguntungkan sekali.”⁷²

Penggunaan teknologi yang tepat dan pada waktu yang tepat dapat mengatasi hal rumit dengan jadwal kegiatan padat. Pada hakikatnya semua aplikasi belanja ini hanya membantu melayani para konsumen yang menginginkan barang tapi tidak sempat untuk pergi ke toko, jadi cukup pilih dan bayar serta menunggu barang datang ke rumah. Seperti yang dilakukan oleh santriwati yang juga merupakan seorang mahasiswi pula. Dengan jadwal kegiatan yang dari pagi sampai sore berkegiatan di kampus dan malam hari sampai shubuh juga sudah pasti ada kegiatan mulai dari jamaah hingga mengaji kitab. Tentu saja adanya aplikasi ini hidup

⁷¹ Ana F, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

⁷² Hikmatul M, wawancara oleh peneliti 01 Januari 2023

santriwati tidak lagi bingung harus membagi waktunya seperti apa. Hal ini diungkapkan oleh Intan D santriwati angkatan 21:

“Pulang kuliah udah capek belum lagi sama tugas dan kewajiban pondok sama kampus, jadi kalau bingung dan ingin memanfaatkan waktu biar efisien dan gak perlu datang dan pergi ke toko cukup pakai olshop aja. Apalagi dulu waktu maba masih bingung mau beli kebutuhan masih belum tau beli dimana. Tapi resikonya kalau aku beli di olshop entah via Wa temenku yang jualan atau Tiktok. satu masalahnya pasti nanti nambah beli sesuatu yang gak seharusnya kebeli.”⁷³

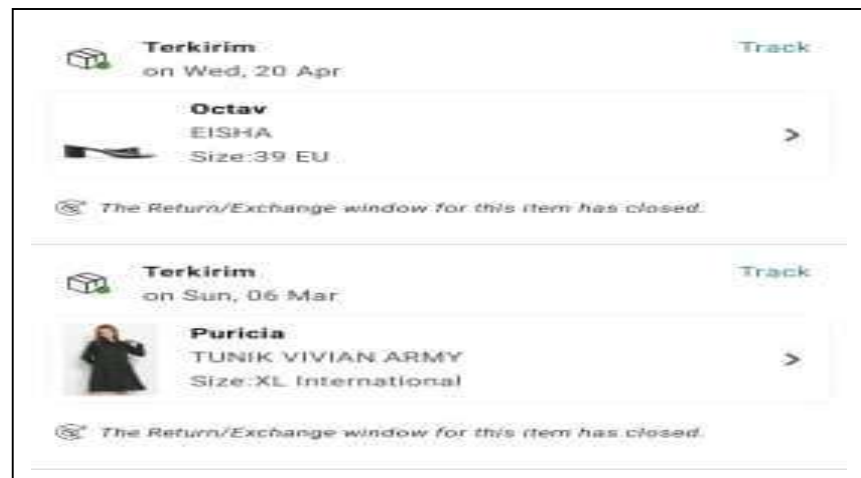
Hal ini juga dilakukan oleh santriwati ini meskipun berbeda lapak olshopnya, Iim santriwati Angkatan 19 mahasiswi Hukum pengguna Zalora. Bahwa dia berbelanja tidak hanya sebagai kebutuhan tapi memang sudah menjadi gaya hidupnya yang tidak ingin ketinggalan tren fashion sehingga sering membuatnya khilaf. Berikut penjelasannya:

“Semua *online shop* setiap minggu pasti memberikan info lewat notifikasi, kalau di olshop Zalora saya hanya menyajikan gaya fashion saja. Disini saya sering membeli barang tersebut dan dilingkungan santri sini jarang banget ada yang pakai *online shop* dari brand fashion ini, tapi di shopee juga ada brand Zalora cuma kalau dikatalog onlinenya ini lebih besar lagi potongannya yang diperoleh, jadi bisa dikatakan kalau saya adalah orang yang konsumtif.”⁷⁴

⁷³ Intan D, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

⁷⁴ Iim, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

Gambar 4. 8 Bukti Pembelian di Aplikasi Zalora



Memang, kebanyakan jika beli secara langsung ke toko dan di *online* akan berbeda. Bisa jadi harga ditoko lebih mahal daripada di lapak *online shop* (olshop). Hal ini disebabkan jika di toko secara langsung sudah ada patokan harga yang dibuat dan pastinya dari pihak toko ingin mengambil keuntungan juga. Berbeda jika di toko olshop dengan berbagai pilihan barang mulai dari barang lama hingga barang terbaru, kebanyakan di setiap toko ada voucher untuk potongan belanja. Belum lagi promo atau diskon yang didapatkan tersebut mendapatkan gratis ongkir. Sehingga biaya tersebut jadi lebih ekonomis.

Berbeda dengan Mia santriwati 21 mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSA. Yang membeli segala sesuatu yang baru hanya untuk kesenangan memuaskan diri pada hal yang dikagumi. Dia sadar kalau yang dikagumi itu tidak bisa untuk dimiliki karena Mia merupakan pecinta K-popers. Hal ini dijelaskannya:

“Kalau untuk beli barang yang kurang berguna ada tapi menurutku itu bisa bikin mood aku baik ketika aku lihat foto idolaku itu, jadi aku suka koleksi *photo card* dari para boyband yang di Korea itu. untuk harganya relatif mahal pernah aku beli sampai harganya sekitar hampir 500an ribu.”⁷⁵

Gambar 4. 9 Bukti Pembelian Photo Card



Jika berbicara mengenai gaya hidup santriwati yang menggantungkan segala kebutuhan untuk beraktivitas menggunakan olshop. Maka tidak afdol jika membicarakan kelemahan yang biasanya dieluhkan oleh para pengguna. Mulai dari gambar tidak sesuai, dan pengiriman lama. Hal ini diungkapkan oleh Laili santriwati Angkatan 20 mahasiswi Pendidikan Bahasa Arab Fakultas Tarbiyah UINSA, yang dulu memakai olshop Shopee berpindah menggunakan Tiktok Shop. Berikut penuturannya

“Plus minus e pakai shopee iku gambar nya yang terlalu mulus terkadang berbeda dengan barang yang ketika datang. Kadang jahitan yang tidak rapi, hasil review orang yang berbeda camera terlihat bikin bagus tapi ketika waktu beli dan barang datang entah warna atau kain yang kurang bagus.”⁷⁶

⁷⁵ Mia, wawancara oleh peneliti 05 Januari 2023

⁷⁶ Laili N, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

Hal yang sama juga dirasakan oleh Ayun santriwati angkatan 19 mahasiswi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UINSA. Sebagai pengguna Lazada, yang terkadang pengiriman suka trouble. Hal ini diungkapkan oleh Ayun bahwa:

“Meskipun aku pengguna bukan untuk baju-baju tapi beberapa kebutuhan seperti mukenah untuk kualitas masih ok. Tapi untuk pakatnya yang datang agak menunggu lama. Meskipun lama, tapi packaging untuk barang elektronik tetap aman.”⁷⁷

Hal yang sama dirasakan oleh Intan D selaku pengguna Tiktokshop mengaku suka lama menunggu paket. Hal ini diungkapkan:

“Kalau di tiktokshop memang suka lama untuk menunggu paket karena memang di tiktok tidak ada pilihan untuk pengiriman. Tapi untuk kualitas barang 11 12 lah dari barang yang dijual waktu live, jadi tidak mengecewakan.”⁷⁸

Selain itu yang menjadi benar-benar barang yang gak berguna adalah ketika membeli barang apapun baik itu produk kecantikan atau baju. Kalau tidak cocok itu lah yang membuat barang tersebut tidak ada nilai guna manfaat ataupun kesenangan dalam diri. Yang ada hanya rasa sesal. Akan tetapi akibat hidup dilingkungan banyak orang jadi barang yang tidak berguna bisa dijual kepada teman sendiri meskipun dengan harga dibawah dari harga yang dibeli. Memanfaatkan lingkungan pertemanan disekitar dan teknologi smartpone sangat berguna biar tidak menimbun barang-barang terlalu banyak. Dengan

⁷⁷ Ayunnus, wawancara dengan peneliti 5 Januari 2023

⁷⁸ Intan D, wawancara dengan penulis 15 Januari 2023

begitu hasil uang bisa digunakan untuk membeli barang yang lainnya atau hal yang lain. Adanya teknologi ini juga dimanfaatkan untuk beberapa santriwati yang lainnya untuk membuka bisnis secara *online* via WhatsApp.

Berbeda dengan yang lainnya jika hanya menggunakan *olshop* saja sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. Mulai dari fashion, alat sholat, kebutuhan kamar, hingga makanan. Terdapat beberapa informan yang ditemui oleh peneliti ketika menggali informasi mengenai online shop sebagai gaya hidup ini. Beberapa santriwati ini mengembangkan minat dan bakatnya dalam berwirausaha dan dipasarkan hanya via *online* atau aplikasi WhatsApp.

Ini diungkapkan oleh Ana F, santriwati yang sekaligus menjadi mahasiswa Tasawuf Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UINSA. Selain menjadi pengguna *olshop* Shopee rutin, informan ini memiliki kesibukan untuk berjualan parfume, masker, kaos kaki dan bouquet. Berikut penjelasannya:

“Meskipun saya sangat belanja di *Shopee* tapi saya juga punya kesibukan untuk bisa menghasilkan uang sedikit-sedikit, biar tidak hanya mengandalkan uang dari orang tua saja, kan lumayan biar bisa beli ini itu dan jajan dikit. Jadi bisa nabung juga dan belanja aja sih.”

Dalam proses wawancara Ana memberikan salah satu contoh barang dagangan yang dijual melalui stori WhatsApp. Sasarannya tidak hanya para santri An-Nur saja akan tetapi untuk semua kalangan. Dalam berkreasi buket jajan atau masker dia hanya mengambil waktu luang seperti waktu liburan kuliah sehingga masih bisa mengatur waktu karena dibutuhkan waktu lama

dengan teliti dan tekun. Hal ini dilakukan agar hasilnya maksimal bagus. Buket itu dijual jika ada orderan yang masuk saja, sedangkan barang yang lainnya hanya bermodalkan tinggal posting saja dan transaksi barang tersebut dilakukan via COD (*cash on delivery*). Dengan membuat janji temu untuk menukar barang yang dibuat dengan uang yang diberikan dari pembeli.

Gambar 4. 10 Bukti Usaha Santriwati Berjualan Buket



Selain itu santriwati yang satu ini Intan B, merupakan santriwati dari Prodi Sejarah fakultas Adab dan Humaniora UINSA berasal dari kota Jombang. Berbeda yang lainnya yang suka menggunakan aplikasi olshop sebagai gaya hidup atau sudah menjadi bagian dalam hidup beberapa santriwati yang lainnya. Ia berbeda tidak menjadikan aplikasi olshop sebagai h gaya hidup untuk memenuhi kebutuhannya. Ia menggunakan *smartphone* dan aplikasi pesan daring untuk menjual berbagai hampers pesanan yang di buat. Kalau barang yang dijual oleh mbk intan lebih spesifik untuk kebutuhan perempuan. Seperti yang dijelaskan oleh Intan B:

“Biasanya saya berjualan hampers yang ada kotaknya isinya ada hijab, scruncie atau ikat rambut sama ciput atau ikat kepala. Lebih untuk pengguna perempuan. Kalau ada kotaknya lebih estetik karena terlihat

mewah. Untuk hargapun masih lebih terjangkau karena biasanya tergantung request dari yang pesan.”⁷⁹

Gambar 4. 11 Bukti Santriwati Dengan Usaha Hampers



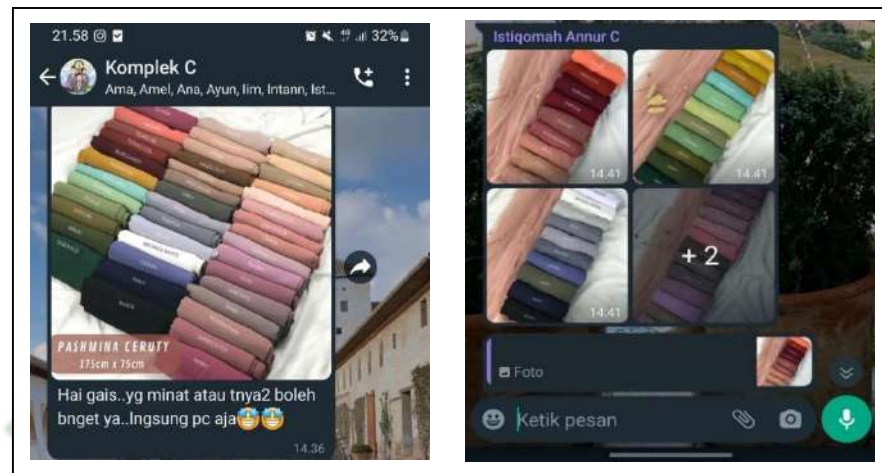
Penggunaan teknologi yang tepat dan kreativitas yang dimiliki mampu membuat pengguna tersebut lebih bijak dalam mengelola gaya hidup akan kebutuhan. Kebutuhan orang merantau dan mencari pendidikan memang tidak sedikit bisa dikatakan banyak. Karena terlalu banyak kebutuhan tidak terduganya, seperti ketika ingin memuaskan nafsu untuk kesenangannya untuk bisa seperti teman yang lainnya untuk beli ini itu. Hal tersebut dialami oleh santriwati yang berasal dari kota Riau yakni Istiqomah mahasantri prodi Ilmu Al-Quran dan Tafsir Fakultas Ushuluddin. Untuk bisa menambah uang tambahan dia berjualan hijab. Berikut penjelasannya:

“Ditengah kehidupan yang serba cepat dan instan, dan banyak maunya karena memang kebutuhan banyak. Sebagai anak rantau harus putar otak biar bisa menghasilkan salah satunya jual kerudung ikut teman sebagai reseller. Cuma via Whatsapp tinggal share, data pesanan dan ambil barang ditemanku. Jadi lumayan keuntungan yang didapat.

⁷⁹ Intan B, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

Kalau jual kerudung sudah pasti ada yang beli apalagi di asrama banyak santriwati yang biasanya hijab hilang atau ketuker.”⁸⁰

Gambar 4. 12 Bukti Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Sebagai Promosi Dagangan Santri



Setelah melakukan kegiatan proses wawancara dengan beberapa informan yang dipilih oleh peneliti untuk menggali data dan informasi yang lebih, mengenai data faktor yang melatarbelakangi adanya perilaku konsumtif dalam gaya hidupnya. Saat ini lapak olshop tidak hanya di gandungi oleh ibu-ibu saja yang gemar berbelanja untuk kehidupannya. Akan tetapi saat ini dominasi anak muda juga cukup kuat dikalangan pelajar atau mahasiswa, terkhusus pada santriwati Pesma An-Nur Wonocolo, Surabaya. Selain dikarenakan beberapa hal seperti pengaruh teman, ada suatu hal yang baru, promo. Akan tetapi yang paling penting untuk belanja *online* harus memiliki internet untuk mengakses menggunakan jaringan internet. Di zaman digital selalu akan sellau mengalami peningkatan belanja pada *e-commerce* manapun.

⁸⁰ Istiqomah, wawancara oleh peneliti 15 Januari 2023

Hal ini dikarenakan meningkatnya penggunaan teknologi dan minat masyarakat yang tinggi tentunya terhadap aplikasi belanja. Hal ini dibuktikan dengan adanya layanan berbagai keuntungan yang didapatkan oleh konsumen sebagai pembeli.

Layanan tersebut berupa adanya pilihan gratis ongkir, voucher belanja, hingga adanya *flash sale* di setiap bulannya. Dengan berbagai layanan yang ada pada setiap e-commerce secara tidak langsung mendorong para pengguna aplikasi tersebut untuk terus melakukan pembelian untuk membeli barang yang diinginkan. Seperti yang dilakukan oleh santriwati yang sekaligus menjadi mahasiswi juga. Yang memilih untuk melakukan suatu hal untuk memenuhi kebutuhan baik kebutuhan penting hingga hal yang kurang penting yang dipilih dan di *check out* untuk dimiliki. Itu dilakukan tidak hanya satu atau dua kali namun berulang, jika dianalisa hal tersebut sudah termasuk kedalam perilaku yang konsumtif. Yang menjadi faktor perilaku konsumtif santriwati tersebut adalah soal gaya hidup, dan *online shop* ini bagi mereka bukan menjadi gaya hidup lagi melainkan sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehingga dianggap seperti hal yang lumrah atau biasa saja meskipun hidup dilingkungan pesantren atau asrama pelajar. Adapun faktor yang menyebabkan *online shop* sebagai gaya hidup yang didasarkan pada informasi dari hasil wawancara yang didapat berdasarkan data di lapangan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Terpengaruh Teman

Terpengaruh teman menjadi alasan yang banyak digunakan oleh santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya dalam berbelanja menggunakan lapak online shop yang dimiliki. Data ini didapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan, secara keseluruhan santriwati sebagai informan mengalami adanya pengaruh teman. Dari data tersebut peneliti menemukan bahwasannya lingkungan pertemanan bisa memberikan pengaruh dalam bentuk rekomendasi secara langsung seperti link toko tempat belanja yang menurut dia harga ok dan barang juga ok. Hal tersebut juga diimbangi dengan banyaknya barang yang sudah dijual dan telah banyak di *review* atau ulasan sehingga antara gambar dan barang asli tidak jauh berbeda. tidak hanya itu saja, ketika berbagi link toko olshop juga bisa dianggap sebagai bentuk menghegemoni karena mengunggulkan sehingga mempengaruhi teman untuk beli ditempat yang sama.

Hal yang dilakukan oleh teman untuk saling mempengaruhi bisa dianggap sebagai hal yang wajar bagi santri. Karena bagi santriwati selagi tidak merasa merugikan tidak apa, dan sebagai mahasiswi dimasa remaja memang rasa ingin tahu dan mencoba serta memakai adalah keinginan untuk diakui oleh lingkungan disekitarnya. Selain wujud dan bagian dalam kehidupan, gaya hidup yang menggunakan online shop ini adalah bentuk dari ekspresi karena ditingkat mahasiswa ini selalu ingin mencoba hal baru.

2. Tampilan gambar

Tampilan atau penyajian gambar adalah sebuah hal yang harus ada dalam kegiatan jual beli di lapak *online*. Karena dengan begitu pengunjung online bisa melihat contoh gambar barang yang jika ingin dibeli. Tentu saja ini menjadi motif alasan yang membuat para santriwati terpicat untuk menjadikan online shop sebagai gaya hidup saat ini. Selain gambar yang menjadi daya tarik lagi untuk meyakinkan konsumen membeli adalah hasil *review* komentar yang diberikan para pembeli sebelumnya, baik berupa kalimat, video hasil barang atau gambar. Terdapat 4 informan yang melakukan transaksi jual beli online dengan melihat hasil ulasan dari para pembeli.

Terdapat 3 orang santriwati yang memilih ini menjadi alasan ini untuk tertarik karena penyajian gambar dan hasil barang yang tidak jauh berbeda dengan gambar. Mereka mengatakan awal mula tertarik belanja karena gambar yang ditampilkan sangat menarik.

3. Harga yang lebih murah

Harga barang yang lebih murah menjadi faktor para santri untuk berbelanja online. Dengan begitu uang yang seharusnya habis untuk berbelanja bisa digunakan santriwati untuk membeli hal yang lainnya atau bahkan untuk ditabung. Selain simple dan mudah karena hanya mengandalkan gadget dan internet saja. Bahkan harga yang di *olshop* bisa jauh lebih murah dari pada yang ada di toko secara langsung. Hal ini dikarenakan jika di *olshop* di toko onlinennya terdapat voucher belanja yang bisa digunakan, belum lagi gratis ongkir yang bisa digunakan.

Bahkan jika berbelanja bertepatan dengan *flash sale* akan jauh lebih murah lagi, karena harga yang diberikan sangat miring bahkan bisa 50% sendiri dari harga asli.

4. Menghemat waktu

Bagi santriwati yang sekaligus menjadi mahasiswi pasti jika ada waktu luang akan sangat berguna baik untuk istirahat atau mengerjakan tugas. Maka dengan berbelanja menggunakan *olshop* akan dianggap paling efektif jika digunakan di era sekarang. Selain itu mereka melakukan belanja online bisa dilakukan ketika ditengah padatnya kegiatan mereka. Sehingga bisa dilakukan kapan aja, tinggal pilih yang diinginkan, masukkan keranjang, *check out*, dan bayar. Semudah itu, bahkan mereka tidak perlu capek-capek untuk keluar pergi memilah dan memilih. Belum lagi jika harganya tidak sesuai budget, harus ada adu rayu dengan penjual agar bisa dikasih harga dibawah harga yang ditawarkan. Terdapat 4 santriwati yang sebagai informan mengatakan hal seperti ini.

5. Update barang yang hits

Jika dulu orang selalu melihat orang lain untuk beradu gaya hidup seperti ini itu, namun sekarang yang menjadi patokannya adalah gambar dengan gaya model yang ditampilkan. Faktor ini dapat diketahui karena peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan informan peneliti. Pada saat itu informan memberikan info bahwa untuk bisa paham barang yang *up to date* biasanya muncul di iklan-iklan atau di sosial media

seperti di Instagram. Selain tertarik untuk berbelanja di online shop para santri ini memiliki kebebasan dalam penggunaan gadeget karena mereka juga berkegiatan kuliah yang secara tidak langsung mengharuskan adanya penggunaan teknologi. Dengan ini lah mereka bebas menggunakan gaya hidup mereka baik ketika di asrama maupun diluar. Bahkan tidak hanya dalam fashion saja yang mereka update namun seperti barang-barang yang ingin dimiliki seperti sticker atau kartu artis kpopers. Dari hasil penelitian terdapat 4 santriwati yang sebagai informan suka membeli hal terbaru.

6. Teknologi

Di era zaman yang dipenuhi dengan teknologi dengan berbagai layanan dalam memberikan akses kemudahan mampu dimanfaatkan oleh semua kalangan. Jika *online shop* sudah menjadi bagian dari gaya hidup santriwati maka teknologi sudah menjadi kehidupan oleh semua kalangan. Tidak terkecualai oleh santriwati di Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya. Hasil dari kemajuan teknologi mampu menjadikan salah satu platform pesan internet yakni *WhatsApp* untuk memiliki jiwa *entrepreneurship*. Dengan menambah kesibukan selain menjadi mahasiswi dan santri juga menyuri-nyuri waktu untuk mampu menghasilkan uang dengan berjualan hanya cukup memposting di story atau kirim pesan ke grub untuk mempromosikan dagangannya. Tujuannya selain untuk berjualan adalah agar mendapatkan penghasilan tambahan. Agar biaya kebutuhan pengeluaran dan pemasukan tidak

terlalu berbeda jauh. Sehingga tidak menjadi orang yang bisa menghabiskan uang saja, tapi juga bisa menghasilkan sedikit. Terdapat 3 sabtriwati sebagai informan yang memanfaatkan sosial media untuk berkembang dalam hal *entrepreneurship*.

D. Analisis Online Shop Sebagai Gaya Hidup Santriwati An-Nur Ditinjau Dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard

Analisis disini merupakan bentuk kelanjutan dalam penelitian ini dengan menggabungkan teori yang digunakan dalam mengkonfirmasi temuan-temuan selama di lapangan. Teori ini disesuaikan dengan analisis data yang relevan dan berkaitan dengan fokus masalah yaitu: bagaimana *online shop* sebagai gaya hidup santriwati Pesma An-Nur, terdapat beberapa faktor yang melatarbelakangi santriwati Pesma An-Nur dalam melakukan *online shop* sehingga memiliki perilaku konsumtif. Hal ini akan dijelaskan oleh peneliti mengenai temuan yang di dapat berdasarkan data di lapangan selama observasi yang sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil teori pada era Postmodern, lebih tepatnya teori konsumerisme dari Jean Baudrillard. Yang merupakan seorang filsafat di era Postmodern yang menjelaskan keadaan masyarakat dengan tinggi konsumsi baik dalam hal sosial maupun budaya dengan berbagai simbol atau tanda. Bagi Baudrillard, konsumsi bukan hanya sekedar nafsu untuk membeli begitu banyak barang. Namun

pasti ada fungsi kenikmatan, adanya fungsi pemuasan diri, dan kekayaan.

81

Dalam masyarakat konsumsi modern kita mengkonsumsi bukan hanya barang saja, namun juga terdapat adanya jasa dari manusia dan hubungan antar manusia. Orang yang terlibat dalam jasa tersebut sebagaimana disebutkan ketika santriwati melakukan kegiatan belanja *online* yang dimulai dengan hanya *scroll* kemudian dimasukkan kedalam keranjang atau daftar troli. Hingga mengukuhkan jarinya untuk *check out* atau membelinya, dan menunggu barang datang yang dibawa oleh kurir (jasa).

Baudrillard menyatakan jika masyarakat yang konsumtif terdapat tanda, simbol atau cap yang diberikan dari individu (*labelling*). Hal tersebut dilakukan selain pada barang dan jasa sehingga mengutamakan pada tanda yang melekat pada barang itu sendiri. Dengan begitu masyarakat yang lainnya akan melihat barang yang menjadi tanda bagi yang melihatnya. Hal tersebut mampu memicu masyarakat yang lainnya untuk ingin mengkonsumsinya juga. Dari rasa ingin tahu (*kepo*) yang menjadi cikal bakal adanya rasa yang tidak puas dan ingin memiliki juga. Sehingga mampu memicu memiliki juga dan konsumsi secara terus-menerus. Karena dengan kehidupan sehari-hari individu dapat terlihat gaya hidup dalam kesehariannya dan juga kegiatan konsumsinya, barang,

⁸¹ Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, ed. Sumrahadi, Cet. Empat. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011).

dan jasa yang dibeli, barang yang dipakai. Mulai dari barang yang bermerk hingga hanya sekedar meniru. Tentu semuanya ini bisa menjadi bukan hanya mempengaruhi gaya hidup tapi sudah menjadi bagian dari kehidupannya.

Jean P. Baudrillard dalam teori konsumerisme menyatakan bahwa masyarakat akan berada pada tahap produksi mulai dari fashion (baju, aksesoris, sepatu, tas), publisitas (terlihat dan dilihat), media (informasi) dan jaringan komunikasi (teknologi) secara bersamaan. Karl Marx menyatakan bahwa adanya sector capital yang tidak esensial, artinya dalam ruangan simulacra, kode dan proses secara global dapat ditemukan. Simulacra atau simulasi merupakan bentuk realitas dengan mengambil referensi dari dirinya sendiri (pribadi). Tidak selalu memakai referensi dari dunia realitas. Dengan menggunakan bahasa dan tanda-tanda dalam simulasi sehingga seakan-akan menjadi realitas yang sesungguhnya. Inilah yang disebut dengan realitas buatan, yang akan tampak seperti lebih nyata dari realitas sesungguhnya. Hal ini juga bisa disebut dengan realitas imajiner yang dianggap real atau nyata.

Dalam hal ini pemikiran Jean P. Baudrillard adanya mengenai hiperrealitas berdasarkan pada asumsi manusia dan media sebagai perkembangan dari teknologi. Adanya teknologi yang menghasilkan media massa kini yang digunakan untuk membentuk identitas kepribadiannya. Itulah yang menciptakan realitas baru dengan citra buatan, hingga media massa mampu menjadikan hal yang lebih nyata dari realitas itu sendiri.

Disisi lain penyebaran informasi melalui sosial media umumnya digunakan sekaligus untuk promosi yang sudah ditujukan untuk para konsumen. Dimulai dari sebuah informasi yang muncul berulang kali di berbagai layar sehingga mampu menyihir mindset manusia untuk bisa memilikinya. Tidak hanya itu saja orang disekitar yang menggunakan hasil dari informasi tersebut membuatnya semakin ingin memiliki hal yang sama, dengan begitu pola konsep konsumsi akan sama.

Seperti pada penggunaan *e-commerce* atau olshop yang muncul pada media massa seperti pada televisi, medsos seperti instagram, atau pada reklame iklan dijalanan. Berbagai layanan iklan *e-commerce* yang muncul pada iklan tersebut (Shopee, Lazada, Tiktok) hanya mampu diakses dengan satu cara saja. Yakni hanya dengan *handphone* dan paket data internet, semua kalangan mampu berseluncur pada aplikasi kemudahan dalam berbelanja. Mulai dari pelajar hingga pekerja. Tidak terkecualai para santri yang merupakan mahasiswa dengan background seorang pelajarpun bisa dengan mudah untuk memakai dan mencobanya. Apalagi dengan kesibukan dobel yang tidak hanya belajar di bangku universitas, namun juga di pondok pesantren yang khusus mahasiswa (pesma). Tentunya kegiatan untuk mengakses ini sangat dibutuhkan untuk meminimalisir aktivitas di luar dan memanfaatkan waktu untuk kegiatan yang lainnya.

Meskipun hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan dalam berbelanja akan tetapi, itu sangat membantu jika santri khususnya santriwati

mengalami kesulitan. Baik dalam hal waktu, tenaga atau memang pada dasarnya ada kepribadian yang malas. Berawal dari ketertarikan akibat iklan yang bermunculan di media sosial dan terdapat kebutuhan yang memang dibutuhkan maka secara tidak langsung menyebabkan adanya perilaku yang berbeda ketika masyarakat melakukan kegiatan jual beli. Jika dahulu aktivitas ini dilakukan secara langsung yang mana antara penjual dan pembeli berinteraksi secara langsung dalam satu tempat dan satu waktu. Dan yang tidak lupa adalah ketika melakukan transaksi jual beli barang langsung didapat dan dimiliki saat itu juga oleh pembeli.

Berbeda dengan saat ini kegiatan tersebut sudah beralih dengan menggunakan teknologi yang lebih mudah akan tetapi, pada hakikatnya fungsinya sama. Hanya saja berbeda barang yang disajikan untuk dijual jika di *e-commerce* menunjukkan bentuk gambar, kemudian transaksi menggunakan dompet digital atau bisa dengan COD (*cash on delivery*) untuk bayar di lokasi yang sudah ditentukan hingga pada akhirnya menunggu beberapa hari untuk barang datang dengan menggunakan jasa pos tersebut. Itulah perbedaan kegiatan berbelanja yang sudah menggunakan teknologi sehingga terjadi perubahan perilaku yang terjadi ditengah kehidupan masyarakat. Sehingga lebih banyak masyarakat juga yang membeli untuk memenuhi kebutuhan secara *online* dari pada langsung ke tempat perbelanjaan. Tidak terkecuali generasi Z atau milenial pada santriwati saat ini yang juga menggunakan olshop.

Banyaknya layanan yang ditawarkan pada setiap olshop mulai dari Shopee, Lazada, Tiktok Shop. Inilah yang menjadikan santriwati semakin tertarik. Seperti ini yang menjadikan santriwati semakin tertarik dan senang dengan beberapa *e-commerce* yang menyediakan berbagai cara untuk memperoleh apa yang diinginkan untuk dikonsumsi. beberapa jaminan yang memberikan layanan seperti adanya *flash sale*, gratis ongkir, dan *voucher* yang bisa didapatkan pada setiap olshop yang ingin dituju. Jika Tiktokshop hanya potongan harga dari setiap toko saja tidak ada gratis ongkir, dan *flash sale*. Berbeda untuk aplikasi layanan pesan antar makanan yang menyediakan program potongan pembelian dengan mulai minimal 40%, 50% dan 70%. Sehingga ada setiap bulan yang membuat mahasiswa sekaligus santriwati menggunakan dan mengkonsumsinya secara berlebih. Jaminan tersebutlah yang membuat para mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan nilai guna dan rasionalitas dalam membeli barang tersebut bisa jadi hanya kebahagiaan.

Hiperrealitas konsumsi yang dilakukan secara berlebihan tanpa mempertimbangkan adanya fungsi makna dari barang tersebut dengan dilandasi berbagai faktor yang melatarbelakangi dalam melakukan mengkonsumsi barang. Hal ini mampu mempengaruhi orang untuk hidup dalam hiperrealitas yang ditunjukkan dalam gambaran (*image*) perilaku yang ditampilkan.

Dalam penelitian ini *online shop* yang dipakai sebagai gaya hidup pada santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Surabaya. Dengan menjadi

sumber perkembangan teknologi informasi *online shop* digunakan untuk menunjang kesukaan yang dimulai hanya melihat saja, kemudian berbelanja sebagai pemenuhan kebutuhan, hingga menjadi sebuah hobi atau kegemaran tersendiri dalam berbelanja di *online shop*. Tentu saja jika ingin memiliki hidup yang gemar dalam menunjang kesukaanya sudah pasti terdapat suatu materi (uang) sebagai alat transaksi. Maka sikap konsumtif mampu terjadi karena mereka didukung dengan kondisi yang menuntunya dalam mengelola uang secara mandiri.

Kemudian intensitas penggunaan *online shop* akan cukup besar karena adanya layanan yang tidak hanya menjual satu atau dua barang saja. Namun hampir secara keseluruhan barang yang dibutuhkan para remaja santriwati ini pasti ada. perubahan gaya hidup ini ditandai dengan perilaku transaksi *online* yang dilakukan selain itu berbagai menu promo secara tidak sadar akan mengubah gaya hidup konsumtif. Bahkan tidak hanya itu saja perubahan gaya hidup akibat *online shop* juga bisa karena akibat kurangnya kepercayaan pada diri sendiri untuk mengupgrade penampilan atau untuk lebih mengenal perubahan yang sedang terjadi. Tentunya gaya hidup berkaitan dengan sosial media internet yang digunakan sebagai bahan referensi yang tampil di iklan televisi atau sosial media sosial yang menampilkan secara berulang-ulang. Dengan mengunjungi toko-toko yang ada di *online shop* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya untuk membeli yang ada di layar internet pada *smartphone*. Dalam teori konsumerisme adanya kepuasan dalam

mengonsumsi didasarkan pada individu yang merasa senang. Maka tercerminlah gaya hidup tersebut melalui hasil barang yang dimiliki, dan digunakan. Hingga menjadikan bahwa online shop ini tidak hanya sebagai gaya hidup tapi sudah menjadi bagian dari kehidupan saat ini di era modern.

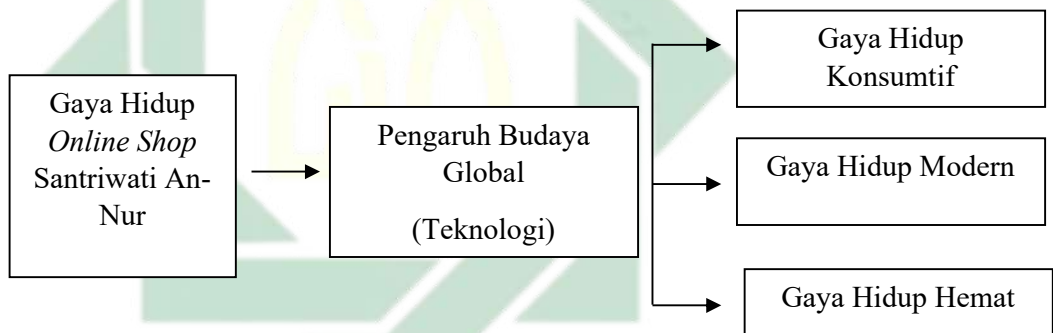
Menjadi bagian dari masyarakat konsumtif juga membuat santriwati memiliki gaya hidup yang konsumtif, dengan sikap santriwati yang memiliki kebutuhan palsu. Hal ini bisa terjadi jika suka belanja dan tidak memiliki rasa cukup sehingga ingin membeli lagi dan lagi. Sehingga secara terus menerus mengeluarkan uang untuk kebutuhan belanja, dan sudah pasti jika belanja terdapat barang yang dibeli untuk sebagai penunjang dalam penampilan di sekeliling orang lain. Menarik perhatian dan mendapatkan pengakuan seperti pujian sangat dibutuhkan untuk orang seperti ini, karena ada rasa bangga dan senang tersendiri.

Sehingga mereka melakukan gaya hidup konsumtif dan hedonis karena pada saat ini penggunaan teknologi yang cepat dan media informasi bergerak cepat. Selain itu perubahan perilaku sosial yang terjadi dalam masyarakat juga mampu mengikuti arus zaman. Oleh karena itu penggunaan online shop sebagai gaya hidup yang dilakukan santriwati di masa remaja ini merupakan bagian dari mengikuti zaman. Dan itulah *online shop* merupakan gambaran budaya global yang tidak hanya diikuti oleh beberapa orang yang memiliki kedudukan peran penting (status, jabatan) tetapi semua orang mampu menjangkau hal baru dan

memilikinya. Simbol-simbol yang ditunjukkan dalam kepemilikan tersebut yang menjadikan santriwati memiliki gaya hidup yang konsumtif dan hedonis.

Untuk mendukung memahami hasil analisis mengenai penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Online Shop* Sebagai Gaya Hidup Santriwati Pesma An-Nur Wonocolo Ditinjau dari Teori Konsumerisme Jean Baudrillard. Maka peneliti membuat skema skema sebagai berikut:

Gambar 4. 13 Skema Hasil Analisis



Dalam skema tersebut dapat dilihat bahwa budaya global seperti *online shop* ini mampu dikenal secara luas oleh masyarakat, dan diterima dan digunakan. *Online shop* ini merupakan salah satu bentuk budaya global akibat perkembangan teknologi yang menggunakan *handphone* sebagai bentuk untuk promosi. Berbagai iklan yang ditampilkan secara terus-menerus mampu membuat siapa saja yang melihat seperti terpesona. Kekuatan iklan yang menghegemoni memang sangat kuat tidak hanya sekali dua kali tampil dilayar *handphone*. Tentu saja ini dilakukan karena

hasil produksi yang dilakukan dengan jumlah banyak dan didukung dengan kebutuhan manusia yang memang banyak.

Pertama; gaya hidup konsumtif merupakan salah satu perilaku seseorang dengan cara menggunakan uangnya untuk berbelanja tanpa adanya pertimbangan untuk apa. Beberapa yang menjadi alasan untuk melakukan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh santriwati adalah adanya status pengakuan. Sebab dalam kajian Jean Baudrillard teori *The Consumer Society* bahwa adanya pengakuan dan diakui oleh orang lain dalam mengkonsumsi barang sangat dibutuhkan. Maka pengakuan tersebut dalam lingkungan santriwati adalah dianggap keren, maka tidak heran ketika ada santriwati yang hidup mewah. Selain itu pengaruh iklan mampu meracuni pikiran masyarakat khususnya santriwati untuk memiliki juga. Dalam temuan selama dilakukan penelitian adalah dibelinya *photo card* idola secara berlebihan, gaya *fashion* untuk menunjang penampilan seperti baju dan hijab yang lagi trend. Dengan identitas barang belanjaan untuk dikonsumsi maka secara tidak sadar akan menjadi boros dan konsumtif. Baudrillard mengatakan bahwa masyarakat yang konsumerisme saat ini tidak hanya didasarkan pada kelasnya saja namun juga pada kemampuan untuk memiliki baik hal yang baru atau yang trendi.

Kedua; gaya hidup modern yang selalu identik dengan paham dan pengguna teknologi yang diterapkan dalam kehidupannya. sebagai seorang santriwati yang selalu identik dengan penampilan kuno atau norak, julukan tersebut sering dianggap orang umum seperti itu. Sudah terbiasa jika

image mereka terbentuk seperti itu. karena pada dasarnya kehidupan para santri tidak sebebaskan kehidupan yang tidak pernah merasakan di dalam pondok pesantren. Padahal kenyataan para santriwati juga bisa berpikir dan berperilaku yang modern, seperti manusia pada umumnya yang juga bisa mengoperasikan teknologi. Tidak terkecuali santriwati di Pesma An-Nur yang hidup ditengah kota modern dikelilingi serba kemajuan teknologi. Karena disini mereka bebas membawa berbagai teknologi untuk menunjang kehidupannya sebagai santriwati yang sekaligus juga mahasiswi. Gaya hidup modern ini merupakan bentuk dari adanya perkembangan teknologi yang bisa dimanfaatkan dan digunakan dalam kehidupan dan kebiasaan yang dijalani. Seperti adanya *online shop* sebagai penunjang penampilan di tengah kota, tidak hanya itu saja fitur *online shop* seperti shopee juga menyediakan dompet digital yang bisa digunakan untuk transaksi secara langsung tanpa melalui m-banking fitur tersebut dinamakan *shopeepay*. Fitur ini semakin memudahkan segala sesuatu untuk memenuhi pengguna, karena tidak hanya untuk berbelanja juga namun bisa digunakan untuk melakukan transaksi akomodasi tiket perjalanan seperti tiket kereta api, dan bus Surabaya.

Gaya hidup yang dimaksud disini adalah adanya kebebasan dalam penggunaan teknologi sebagai penunjang kehidupan santriwati yang sekaligus menjadi mahasiswi. Sedangkan *online shop* merupakan bentuk aplikasi pemakaian yang diterapkan sebagai bentuk gaya hidup cepat.

Adanya penggunaan teknologi membuat siapapun pengguna *smartphone* menjadi lebih banyak mengeksplor hal yang di inginkan dan multifungsi.

Ketiga; sisi lain dari gaya hidup santriwati yang ditunjukkan adalah gaya hidup hemat. Yang dimaksud dengan gaya hidup hemat adalah membeli segala kebutuhan dan keinginan hanya untuk keperluan yang bermanfaat dan hanya dibutuhkan. Yang sudah pasti jika dalam kesehariannya adalah membeli makan dan minum sebagai bentuk wujud keberlangsungan hidup yang dijalani. Tidak hanya itu saja gaya hidup hemat yang diterapkan oleh santriwati disini adalah untuk berinovasi dalam mneghasilkan uang. Seperti berjualan barang yang memang itu dibutuhkan oleh santriwati yang sebagai mahasiswa seperti jualan hijab, barang hits seperti hampers. Gaya hidup ini dilakukan agar santriwati juga bisa memenuhi keinginannya untuk membeli hal yang diinginkan dan disukai. Bentuk gaya hidup hemat adalah wujud jika menginginkan sesuatu harus berusaha terlebih dahulu untuk mendapatkan uang sebagai materi transaksi jual beli. Sehingga tidak hanya mengandalkan uang yang dikirim dari orang tua saja. Tentu saja ini seperti pengorbanan untuk menahan diri untuk tidak gegabah ingin beli ini itu sesuai dengan kata hati. Contoh gaya hidup hemat yang diterapkan adalah dengan membuka usaha sampingan seperti berjualan hijab, buket bunga atau jajanan dan kotak hampers.

Adanya ideologi konsumsi yang ingin meyakinkan jika saat ini kita sudah berada di era “revolusi” era baru, yang menentukan dan

memisahkan dari zaman yang menyedihkan dengan segala kemudahan yang bisa di dapatkan. Salah satunya pada kegiatan berbelanja yang muncul dengan beraneka ragam kebutuhan yang bisa didapat. Penggunaan budaya global ini menjadikan kehidupan masyarakat lebih berkembang dan terbuka dengan teknologi seperti ini. Bahkan hingga dianggap sebagai teknologi yang menguntungkan dari masalah waktu dan tenaga. Sehingga para pengguna dengan jadwal kegiatan yang padat akan merasa terbantu. Tipe gaya hidup yang menggunakan teknologi dalam kesehariannya juga tergolong dalam gaya hidup yang modern.

Karena santriwati yang terkadang dijuluki kampungan atau orang desa, identik dengan tradisional. Mampu berkembang dan menerima iptek dalam kehidupan sehari-hari. Tentu saja jika dalam penggunaan *e-commerce* dipakai untuk menunjang kebutuhan dan keinginan yang ingin dimiliki. Hanya dengan teknologi *handphone* dan paket internet semua informasi dan hal yang lain akan bermunculan. Cara kerja pada *online shop* tidak untuk didatangi pelanggan secara langsung, hanya cukup mencari barang yang dicari maka akan muncul.

Berbagai kemudahan mampu dimiliki dengan menggunakan aplikasi ini hingga membantu bagi orang yang memiliki kepribadian yang malas. Hanya tinggal memilah dan memilih barang yang diinginkan dan dibeli kemudian hanya tinggal menunggu dan bisa dilakukan sambil rebahan juga. Akan tetapi penggunaan *online shop* yang berlebihan juga memiliki hal buruk bisa berdampak pada pergeseran perilaku sosial yang

seperti berkurangnya interaksi yang bisa menyebabkan perilaku mengalami sikap anti sosial atau apatis. Selain itu kontrol finansial yang tidak baik karena pengeluaran lebih besar dari pada pemasukan, alhasil tidak ada dana simpanan. Semua itu dilakukan karena *online shop* bisa menjadikan santriwati memiliki perilaku yang konsumtif. Dalam artian para santriwati tidak hanya berfokus pada kebutuhan yang harus dipenuhi sebagai mahasiswi juga. Namun juga gaya hidup yang berfokus pada kenikmatan serta kepuasan pribadi serta membeli barang secara berlebihan tanpa mementingkan efek yang akan terjadi kedepannya baik untuk diri sendiri ataupun orang lain.

Kebiasaan dalam berbelanja yang tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan wajibnya saja membuat para santriwati di Pesma Annur memiliki sifat boros. Akan tetapi di era teknologi dan informasi yang cepat serta mudah mampu para santriwati juga memanfaatkan media tersebut untuk melakukan berwirausaha sebagai penghasilan untuk memenuhi gaya hidup sehari-harinya. Menjadikan media informasi sebagai acuan untuk berkarya yang dapat menghasilkan uang, karena hidup di kota orang dengan berbagai karakter gaya hidup tidak mudah. Maka untuk memenuhi dan menyeimbangi antara pemasukan dan pengeluaran yang dihasilkan, salah satunya adalah untuk berjualan. Menerapkan gaya hidup hemat seperti ini santriwati harus memiliki kesadaran penuh dan membagi waktu antara kuliah dengan kegiatan pondok dengan baik. Karena sudah pasti banyak tenaga yang lebih

terkurus banyak, mereka menjadikan informasi yang ada di internet dan online shop sebagai bahan referensi. Dan teknik pemasaran yang digunakan cukup sekedar posting saja pada aplikasi kirim pesan online atau *WhatsApp*, serta membuat pesanan jika sudah ada yang order.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 5

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Ada dua temuan data penelitian ini mengenai *online shop* sebagai gaya hidup santriwati Pesma An-Nur, meliputi:

Pertama; penggunaan *online shop* sebagai gaya hidup santriwati digunakan untuk memenuhi keinginan yang lebih tepatnya mengkonsumsi kebutuhan seperti *fashion, beauty*. Akan tetapi cenderung mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan. Selain membeli barang untuk kebutuhan, mereka juga mementingkan adanya keinginan, kepuasan, serta kesenangan yang bisa mendukung penampilan mereka sebagai wujud identitas diri pengakuan dari orang lain. Tentu hal ini kakan berakibat pada perilaku yang minus khususnya kesadaran untuk tidak boros dalam mengontrol pengeluaran uang yang berlebihan. Masyarakat yang menjadi konsumtif tentu karena adanya diri untuk menunjang penampilan lebih menarik, dan tentunya mengikuti trend perkembangan zaman. Bagi sanatriwati *online shop* bukan lagi sebagai gaya hidup akan tetapi sudah menjadi bagian dari kehidupan di era modern dengan perkembangan teknologi yang terjadi saat ini.

Kedua; motif yang melatarbelakangi santriwati memiliki sikap konsumtif dalam penggunaan *online shop* sebagai gaya hidup selain ada keuntungan yang berupa kesenangan yang dimiliki. Beberapa hal juga

menjadi pemicu sikap konsumtif yang timbul seperti lingkungan pertemanan yang selalu *up to date* dan memiliki hal baru dalam memiliki barang melalui *online shop*. Belum lagi pengaruh hegemoni iklan yang selalu menjadi racun mata untuk memiliki hal yang serupa. Online shop ini merupakan hal yang instant dalam melakukan transaksi belanja hanya tinggal menunggu barang, dan transaksi juga dipermudah, sehingga adanya pemanfaatan waktu untuk hal yang lain. Dan perlu diketahui bahwa habit atau kebiasaan gaya hidup seperti ini tidak dilakukan hanya sekali atau dua kali saja namun secara berulang-ulang, belum lagi lingkungan yang sama suka belanja.

B. SARAN

Bagi santriwati dalam penelitian ini harus bisa mengontrol diri untuk memenuhi keinginan dalam berbelanja, jangan terlalu bertindak yang konsumtif hanya karena nafsu kesenangan sesaat. Lebih baik mengalokasikan uang untuk hal yang lebih positif seperti menabung untuk kebutuhan mendesak nantinya. Selain itu dalam ajaran agama juga dilarang untuk berlebih-lebihan dan hiduplah secara sederhana yang berkecukupan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Dr. H. Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Dr. Patta Rapanna. Cetekan I. Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021.
- Alfinnas, Shulhan. "Membangun Academic Self-Concept Mahasantri Pesantren Nawesea." *Education and Human Development Journal* 3, no. 2 (2018): 191–198.
<https://journal2.unusa.ac.id/index.php/EHDJ/article/download/59/42/82>.
- Anshori, Isa. *Masyarakat Santri Dan Pariwisata: Kajian Makna Ekonomi Dan Religius*. Nizamia Learning Center. Vol. 3, 2020. www.nizamiacenter.net.
- . "Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial." *Halaqa: Islamic Education Journal* 2, no. 2 (2018): 165–181.
<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/halaqa>.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Ed. rev., Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Bakti, Indra Setia, Nirzalin Nirzalin, and Alwi Alwi. "Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard." *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)* 13, no. 2 (December 17, 2019): 147–166. Accessed November 2, 2022. <https://jurnal.unsyiah.ac.id/JSU/article/view/15925>.
- Baudrillard, Jean P. *Masyarakat Konsumsi*. Edited by Sumrahadi. Cet. Empat. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011.
- Dakira. "Pengertian Online Shop Menurut Buku Dan Para Ahli." *Peta-Hd*. Accessed December 17, 2022. <https://peta-hd.com/pengertian-online-shop/>.
- Daryono, Adhi Muhammad. "Serba-Serbi Hari Santri Nasional, Sudahkah Kamu Mengetahuinya?" *ALAMISHARIA*. Last modified September 18, 2021. Accessed December 17, 2022. <https://alamisharia.co.id/blogs/hari-santri-nasional/>.
- Faisal, Sanapiah. *Format-Format Penelitian Sosial*. Ed.1, cet. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Fardiah, Triana Anggraini, Hanifa Sri Nuryani, and Abdurrahman. "Keputusan Pembelian Di Online Shop Pada Pengguna Media Sosial (Studi Kasus Pada Generasi Millenials)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 1 (2019): 1–8.
<https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/303>.
- Fatmawati, Noor. "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop" 29, no. 1 (2020): 29–38. <https://dx.doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>.
- Harahap, Nursapia. *Penelitian Kualitatif*. Edited by Hasan Sazali. Pertama. Medan: Wal ashri Publishing, 2020.
[http://repository.uinsu.ac.id/9105/1/BUKU METODOLOGI PENELITIAN](http://repository.uinsu.ac.id/9105/1/BUKU%20METODOLOGI%20PENELITIAN)

KUALITATIF DR. NURSAPIA HARAHA%2C M.HUM.pdf.

Hidayah, Salsabila Nurul. “Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI Dan FISIP UIN Sunan Ampel Surabaya Di Era New Normal Ditinjau Dari Teori Koneumerisme Jean Baudrillard” 3, no. 2 (2021): 6.
[http://digilib.uinsby.ac.id/49561/2/Salsabila Nurul Hidayah_I73217044.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/49561/2/Salsabila%20Nurul%20Hidayah_I73217044.pdf).

Imam Suprayogo, Tobroni. *Metodologi Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.

Isnawati. “5 Ciri Khas Seorang Santri, Selamat Hari Santri Nasional 2021.” *Nusantara*. Last modified 2021. Accessed December 21, 2022.
<https://www.strategi.id/nusantara/pr-1041503442/5-ciri-khas-seorang-santri-selamat-hari-santri-nasional-2021>.

Jazilah, Husinatul. *Belanja Online Sebagai Bentuk Perubahan Gaya Hidup Perempuan Masa Kini Di Desa Dadapan Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan*. Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.
[http://digilib.uinsby.ac.id/46823/3/Husainatul Jazilah_I73217030.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/46823/3/Husainatul%20Jazilah_I73217030.pdf).

Margono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cet. 2. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT remaja Rosdakarya, 2007.

Mujiyana, dan Elissa, Ingge. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online.” *J@TI UNDIP: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma VIII*, no. No. 03 September (2013): 143–152.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/download/5382/4824>.

Munawaroh, E. “Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit Madiun DiMasa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam” (2021). <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/16415>.

Munthi’ah, Anny Kholilatul. *Perilaku Konsumtif Santri Asrama Putri Pondok Pesantren “Al-Islam” Joresan Perspektif Al-Ghazali*. Skripsi. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.
[http://etheses.iainponorogo.ac.id/14849/1/210214209 ANNY KHOLILATUL MUTHI%27AH HES.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/14849/1/210214209%20ANNY%20KHOLILATUL%20MUTHI%27AH%20HES.pdf).

Noviana, Ita. “Analisis Maraknya Online Shop Terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Wanita (Studi Kasus Pada Remaja Wanita Di Desa Pancur Mayong Jepara).” *Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam*, no. 212154 (2016): 42.

Nugraheni, W. N. A. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*. Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS, 2003.
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/86781/NDg2MjQx/Gaya-Hidup-Mahasiswa-Metroseksual-Sebagai-Representasi-Maskulinitas-Baru-Studi->

Fenomenologi-pada-Mahasiswa-Metroseksual-di-Universitas-Sebelas-Maret-
Daftar-Pustaka.pdf.

- Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M. “Perilaku Konsumen: Edisi Revisi - Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M - Google Buku.” Last modified 2013. Accessed October 31, 2022.
<https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.
- Pratiwi, Haning Dwi. *Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unnes. Skripsi Universitas Negeri Semarang*, 2015.
<http://lib.unnes.ac.id/18067/>.
- Rachmatan, Risana, and Ardilla Saputri. “Religiusitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme: Sebuah Gambaran Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala” Vol.12 No. (2016): 67. Accessed November 20, 2022. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/psikologi/article/viewFile/3230/2031>.
- Rahayu, Ningsih Ekawati. *Perilaku Konsumen, Pengembangan Konsep, Dan Praktek Dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprises, 2010.
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an Dan Terjemah*. 15th ed. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010.
- Ritzer, George. *Teori Sosiologi (Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern)*. Edisi 12. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2012.
- Shofa, Eri, Rohmatul Umma, Moh Nurul Qomar, and Jaenal Arifin. “Keputusan Santri Dalam Membeli Di Online Shop : Antara Lifestyle , Trust Dan Price.” *BISEI: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam* 05, no. 02 (2020): 15–30.
<http://ejournal.unhas.ac.id/index.php/bisei/article/view/1119/865>.
- Subandi, Ibrahim. *Life Style Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta, 2004.
- Subu, Yan Yusuf. “Tinjauan Kritis Terhadap Konsumerisme Dari Pemikiran Jean Baudrillard Dalam Terang Ensiklik Sollicitudo Rei Socialis” (2018).
- Sudarwo. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Mabdar Maju, 11AD.
- Susanto. *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: LPP UNS & UNS Press, 2006.
- Wibowo, Bambang Setia. “Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas Dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa.” *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi* 9, no. 1 (2018): 1–12. <http://journal.umy.ac.id/index.php/bti%0APENGARUH>.
- Yasmadi. *Modernisasi Pesantren*. Ciputat: PT Ciputat Press, 2006.
- “Dokumen Kepengurusan Pesantren Mahasiswa An-Nur” (2019).