

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi sangat maju dan berkembang pesat. Perubahan gaya hidup manusia sekarang mudah dan modis. Mereka dengan mudah berbagi informasi dan berkomunikasi satu sama lain menggunakan komunikasi dan teknologi informasi. Teknologi informasi saat ini dapat menghubungkan berbagai informasi, data, dan sumber yang dapat dijadikan sebagai pengetahuan untuk membantu manusia. Dengan penggunaan media dan perangkat telekomunikasi modern, teknologi informasi terus memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia dan terus berkembang. Penggunaan media internet terus meningkat, dan penggunaannya tidak hanya anak sekolah dan pelajar, tetapi juga orang dewasa dan orang tua, dan

semua orang dapat dengan mudah mengakses semua informasi populer.¹

Beberapa orang menggunakan media sosial sebagai tempat berbisnis. Lahan usaha yang dimaksud adalah cara seseorang menawarkan, mempromosikan, atau menjual barang atau jasa kepada pengguna lain yang dikenal dengan istilah belanja online. Penelitian telah menunjukkan bahwa toko online berkembang sangat pesat, dengan penjualan offline dan entri toko langsung berkurang dibandingkan sebelum toko online ada. Toko online juga merupakan bisnis yang sangat menjanjikan.¹

E-commerce yang menawarkan banyak kemudahan terhadap konsumen belum tentu berhasil hanya dengan membuat *website* toko online, namun konsumen secara personal juga akan menilai dan menentukan perilaku apa yang akan mereka ambil berdasarkan penilaian mereka terhadap suatu situs *e-commerce*, apakah konsumen akan

¹ Ferawaty Sandi, "Dampak Pembelian Online Di Shopee Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Kota Palopo." Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Palopo.

percaya dan selanjutnya dengan senang hati bertukar informasi pribadi dengan situs *e-commerce*, dan bertransaksi atau tidak. Para pembeli online sangat hati-hati, dan dengan ancaman kecurangan online, mereka memiliki alasan untuk berperilaku demikian. Pada dasarnya, banyak pembeli tidak percaya pada situs, kecuali jika perusahaan dapat membangun kepercayaan pengunjung atas situs terkait. Pengunjung mulai mengevaluasi kredibilitas situs begitu mereka memasukinya.²

Ada banyak situs belanja online yang tersedia untuk berbelanja saat ini, salah satunya adalah shopee, platform belanja online yang menggunakan konsep pasar *mobile-centric*. Ini berarti pengguna dapat menjelajahi dan menjual produk kapan saja, di mana saja. Shopee memudahkan penjual dan pembeli untuk berkomunikasi melalui fitur *live chat*. Fasilitas belanja dan penjualan juga menawarkan berbagai produk seperti gadget, fashion, kosmetik, elektronik

²Euis Audria Sari, Ifa Latifah, and Mohammad Adib Ararizki, "IJM : Indonesian Journal of Multidisciplinary Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim" 1, no. X (2023): 387–400.

dan mobil. Shopee telah mengintegrasikan penggunaan logistik dan dukungan pembayaran dengan tujuan menciptakan belanja online yang mudah dan aman bagi penjual dan pembeli. Maka tidak heran jika platform ini sangat populer di kalangan wanita yang ingin menggunakan sesuatu yang praktis dan dapat berbelanja menggunakan sistem (*Cash on Delivery*).¹

Dari hasil penelitian sebelumnya perilaku belanja online di Indonesia sangat beragam. Perilaku setiap konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk menjadi kajian khusus setiap perusahaan sebelum melepaskan produknya ke pasar. Perkembangan era digital semakin tak terhindarkan yang harus diikuti setiap perusahaan menyesuaikan strategi pemasarannya dengan memasuki sistem online untuk menjual produknya. Belanja online menjadi suatu kebiasaan bagi sebagian orang karena kemudahan yang diberikan, orang-orang banyak

beranggapan bahwa belanja online adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukannya.³

Kini belanja online telah menjadi sebuah kebiasaan bagi sebagian orang, dikarenakan kemudahan yang diberikan, orang-orang banyak beranggapan bahwa belanja online adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukan seperti kebutuhan sehari-hari, hobi, dan sebagainya. Belanja online juga dapat diartikan sebagai keinginan konsumen untuk membelanjakan uangnya untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan di toko online. Proses tersebut dapat dilakukan dengan cara memesan barang yang diinginkan melalui vendor atau produsen serta reseller dengan menggunakan internet. Selanjutnya melakukan pembayaran dengan cara mentransfer via bank, e-bank, ataupun (*Cash on Delivery*).¹

Pembelian secara online telah menjadi alternatif pembelian barang ataupun jasa. Penjualan secara online

³Dita Amanah, "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus Dedy Ansari Harahap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara" 9, no. 2 (2018): 193–213 hal 195.

berkembang baik dari segi pelayanan, efektifitas, keamanan, dan juga popularitas. Pada zaman sekarang berbelanja secara online bukanlah hal yang asing. Konsumen tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga saat berbelanja online, cukup dengan melihat website bisa langsung melakukan transaksi pembelian. pembelian online adalah proses membeli produk atau jasa melalui media internet. Proses pembelian online memiliki langkah yang berbeda seperti perilaku pembelian fisik. Kekhasan dari proses membeli melalui media internet adalah ketika konsumen yang berpotensi menggunakan internet dan mencari-cari informasi yang berkaitan dengan barang atau jasa yang mereka butuhkan.⁴

Salah satu faktor yang memengaruhi perilaku pembelian online konsumen adalah persepsi manfaat. Menurut Kim, Ferrin, & Rao persepsi manfaat merupakan keyakinan konsumen tentang sejauh mana ia akan menjadi lebih baik dari transaksi online dengan situs web tertentu.

⁴ Dita Amanah, "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus Dedy Ansari Harahap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara" 9, no. 2 (2018): 193–213 hal 195.

Konsep dari kata manfaat mengacu pada sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik untuk menggantikan gagasan yang telah ada. Misalnya, manfaat dari berbelanja melalui website mencerminkan pengakuan konsumen bahwa metode belanja baru ini memberikan manfaat tertentu sebagai format belanja alternatif. Karayanni mengatakan bahwa jika seorang pelanggan percaya bahwa ia akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar ketika membeli online daripada membeli melalui toko konvensional, maka ia tentu lebih memilih opsi belanja ini dalam pemenuhan kebutuhannya.¹

Keinginan seorang individu untuk berbelanja secara berlebihan, tidak mengenal batas dan tidak didasarkan atas kebutuhan disebut dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini menimbulkan akibat negatif, seperti menimbulkan sikap boros, lebih menyukai uang untuk hal yang tidak perlu dan sulit membedakan kebutuhan apa yang harus terpenuhi dan kebutuhan yang hanya kesenangan. Dari hal ini bisa diketahui bahwa perilaku konsumtif dapat menyebabkan seorang individu tidak lagi berpikir secara

rasional untuk bisa membedakan mana yang lebih diutamakan antara kebutuhan dan keinginan. Mengutip dari buku Sumartono, kecenderungan gaya hidup konsumtif adalah perbuatan dalam kehidupan sehari-hari yang saat melakukannya tidak mempertimbangkannya secara matang-matang (rasional).³Tapi untuk kecenderungan perilaku yang tidak sampai level tidak logis.⁵

Dari sumber data Social Research dan Monitoring Sociab, Kadin, Kemkominfo, Accenture tahun 2015 dari jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 77 % menggunakan internet mencari informasi produk dan belanja online. Produk ecommerce yang populer di cari konsumen adalah pakaian sebesar 67,10 %, sepatu 20,20 %, Tas 20 %, Jam 7,60 %, Tiket pesawat 5,10 %. Handphone 5,10 %, Aksesoris kendaraan 2,80 %, kosmetik 2,30 % dan Buku 1,80 %. Sementara jumlah online shopper pada tahun 2015 sebanyak 7,4 juta orang dan diprediksi tahun 2016 sebanyak

⁵ Maulida Azizah and Muhammad Aswad, "Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial Di Blitar" 1, no. 4 (2022): 429–38.

8,7 juta. Dari data pasar e-commerce di Indonesia jumlah transaksi tahun 2013 sebesar 8 milyar usd, tahun 2014 sebesar 12 milyar usd serta prediksi di tahun 2015 sebesar 18 milyar usd, tahun 2016 sebesar 25 milyar usd dan tahun 2020 sebesar 130 milyar usd. Merujuk data dari penelitian bertajuk —The Opportunity of Indonesia yang digagas oleh Temasek dan Google, pertumbuhan e-commerce Indonesia meningkat seiring dengan tumbuhnya penggunaan internet di Indonesia. Pada tahun 2015, terdapat 92 juta pengguna internet di Indonesia. Pada 2020 mendatang, diprediksi pengguna internet Indonesia akan meningkat menjadi 215 juta pengguna. Dari angka total pengguna internet tersebut, pada 2015, terdapat 18 juta orang pembeli online di Indonesia.).¹

Pada tahun 2025 mendatang, 119 juta orang diprediksi menjadi pembeli online di Indonesia. Maka tak heran, peningkatan tersebut akan mengerek nilai pasar ecommerce Indonesia. Temasek dan Google memprediksi bahwa nilai pasar ecommerce Indonesia akan mencapai angka \$81 miliar pada tahun 2025.

Penyedia layanan pembandingan harga produk e-commerce, iPrice baru-baru ini merilis hasil studi mereka mengenai perilaku konsumen ketika berbelanja online di kawasan Asia Tenggara dengan fokus di Indonesia. Jumlah pengguna smartphone yang terus bertambah dari waktu ke waktu rupanya sejalan dengan peningkatan jumlah pengakses toko online dari web maupun aplikasi. iPrice menyebutkan rata-rata peningkatan kunjungan mobile di kawasan Asia Tenggara selama setahun terakhir telah mencapai angka sembilan belas persen. Sementara data sampel dari e-commerce di tanah air menunjukkan rata-rata sebesar 87 persen kunjungan berasal dari penggunaan. Temuan tersebut semakin membuktikan bahwa pangsa pengguna perangkat mobile merupakan potensi yang cukup besar dalam meraup jumlah kunjungan yang lebih tinggi.⁶

⁶ Dedy Ansari Harahap, "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus," *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9, no. 2 (2018): 193–213, <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>.

Islam pun mengajarkan bahwasanya dalam memenuhi kebutuhan hidup sebaiknya sesuai kebutuhan bukan sekedar keinginan. Ketika dalam berbelanja lebih baik sewajarnya, dalam arti tidak kurang dan tidak berlebihan. sebagai mana firman Allah Swt di dalam Qur'an surat Al-Furqon ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan harta, mereka tidak berelebihan dan tidak pelit, harus adil (QS.; Al Furqon 67)

Surat Al-furqon ini menjelaskan bahwasanya ketika dalam berbelanja tidaklah berlebihan dan tidak menghambur – hamburkan hartanya, akan tetapi membelanjakan hartanya sesuai kebutuhan. Dalam Islam pun mengingatkan bahwa manusia diharapkan bisa membelanjakan harta sesuai kemampuannya selain itu sangat menekankan tentang cara membelanjakan harta dengan hati-hati dan menjaga nafsu supaya tidak terlalu berlebihan.¹

Kini dengan adanya internet, kegiatan manusia berubah menjadi serba praktis dan mudah. Tetapi ditengah fungsi

kemudahan dan kepraktisannya itu fenomena munculnya online shopping justru membuat karakter seseorang berubah menjadi konsumtif. Dari fenomena yang didapat peneliti melalui observasi awal,⁷ remaja di desa air latak kabupaten seluma mengenai kebiasaannya belanja online yang berdampak terhadap terbentuknya perilaku konsumtif. Para remaja ini melakukan belanja online untuk memenuhi kebutuhannya tetapi disamping itu juga ketika melakukan belanja online menghabiskan uang yang tidak pernah terduga, hampir setengah dari uang sakunya digunakan untuk melakukan belanja online. Hal ini juga dipengaruhi oleh trend dan pengaruh lingkungan yang juga melakukan belanja online. Tren online shopping ini sekarang sudah menjadi gaya hidup dan kebiasaan bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhannya. Bagi remaja penampilan merupakan salah satu cara untuk menunjukkan jati diri, cara berkomunikasi dan juga menunjukkan mereka pantas berada dalam suatu kelompok tertentu, dan mengikuti tren jaman sekarang

⁷ Observasi pada 19 november 2023 Desa Air Latak

seiring dengan perkembangan teknologi. Sebelumnya peneliti telah melakukan wawancara singkat terhadap informan VN yang merupakan salah satu remaja di desa air latak mengenai belanja online. Sebagai pengguna toko online ia menyebutkan alasannya untuk memilih belanja online karena menurutnya dengan belanja online jangkauan untuk berbelanja bisa dimana saja dan dapat membeli produk luar negeri secara online. Hal ini tentunya dapat berdampak terhadap timbulnya perilaku konsumtif apabila seseorang tidak dapat mengontrol dirinya untuk berbelanja dan pengaruh lingkungan yang juga melakukan belanja online.

Belanja online dengan menggunakan sistem cod juga terjadi di Desa Air Latak Kabupaten Seluma, Menurutnya dengan adanya aplikasi online shopping dia lebih mudah untuk membeli barang yang ia suka, dan juga ia berkata bila berbelanja di online shopping itu harganya relatif lebih murah dibandingkan belanja offline. selain itu juga sering mendapatkan gratis ongkir dalam pemesanan barang yang di inginkan. Dari hal-hal yang ditawarkan Shopee tersebut ia

tergiur untuk melakukan pemesanan tanpa memikirkan bagaimana cara dia membayar jika pesannya sampai.

Akibat terlalu sering berbelanja online ini para orang tua juga merasakan kesulitan untuk membayar pesanan anaknya yang tiba-tiba datang. Sehingga tidak jarang orang tua akan menolak untuk membayar pesanan yang telah dilakukan anaknya. Perilaku berbelanja online Shopee cod dengan berbagai tawaran menarik para remaja menjadi ketergantungan untuk berbelanja di Shopee. Dalam sehari mereka bisa membuka aplikasi shopee sampai 5 kali dalam sehari. Hal-hal yang mereka pesan pun kebanyakan bukanlah suatu kebutuhan melainkan keinginan mereka.¹

Dalam agama Islam sendiri menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi di atas dan melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap israf dan tidak disenangi oleh Islam . Oleh karena itu hendaknya para remaja harus berperilaku rasional dalam mengkonsumsi suatu produk, dan juga harus mengetahui

batasan-batasan konsumsi yang ada dalam Islam. Di dalam Al-qur'an banyak dalil yang melarang tentang pemborosan, antara lain dalam QS. Al-Isra' ayat 27 berikut ini :

كَفُورًا لِرَبِّهِ الشَّيْطَانُ وَكَانَ الشَّيْطَانُ إِخْوَانَ كَانُوا الْمُبَدِّرِينَ إِنَّ

Artinya Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.(QS. Al-Isra' ayat 27)

Dari ayat di atas memberikan penjelasan bahwa Allah SWT memberikan penegasan bahwa dilarang untuk menghambur-hamburkan harta yang kita miliki secara boros atau berlebihan, Islam mengajarkan kesederhanaan, sehingga dalam membelanjakan harta harus sesuai dengan kebutuhan saja, seperlunya saja dan tidak boleh berlebihan. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan.⁸

⁸ Imam Mukhtarom, "Pemahaman Yusuf Al-Qardawi Terhadap Hadis-hadis tentang Perilaku konsumtif", skripsi, jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Universitas Islam Negeri Sunan Klajaga,

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Dampak Perilaku Konsumtif Online Shopping *Cash On Deliverry* (COD) Pada Remaja Studi di Desa Air Latak Kabupaten Seluma”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perilaku konsumtif online shopping cod pada remaja di Desa Air Latak Kabupaten Seluma?
2. Faktor yang mendorong perilaku konsumtif online shopping cod di Desa Air Latak?
3. Bagaimana dampak perilaku konsumtif online shopping cod pada remaja di Desa Air Latak?

C. Batasan Masalah

Agar memudahkan penelitian, terutama agar masalah peneliti dapat tersusun dengan baik dan tidak meluas maka sejumlah identifikasi masalah di atas penulis hanya difokuskan pada: Bagaimana perilaku konsumtif online

shopping (COD) pada remaja di Desa Air Latak Kabupaten Seluma yang menggunakan toko online shopee, Faktor yang mendorong perilaku konsumtif online shopping cod di Desa Air Latak dan bagaimana dampak perilaku konsumtif online shopping cod pada remaja.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif online shopping cod pada remaja di Desa Air Latak Kabupaten Seluma?
2. Untuk mengetahui faktor yang mendorong perilaku konsumtif online shopping cod di Desa Air Latak?
3. Untuk mengetahui bagaimana dampak perilaku konsumtif online shopping cod pada remaja di Desa Air Latak?

E. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

memberikan pengetahuan tambahan dan referensi baru mengenai Dampak Belanja Online Shopping Dan Perilaku Konsumtif.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi remaja, dengan adanya penelitian ini maka akan menambah referensi dan menjadi bahan informasi serta pembandingan bagi penelitian-penelitian berikutnya mengenai dampak perilaku konsumtif belanja online terhadap perubahan kebiasaan belanja remaja di Indonesia.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi terkait preferensi konsumen atau pembeli online sebelum memutuskan untuk belanja secara online di platform *e-commerce* terpercaya, salah satunya *e-commerce* Shopee. Selain itu, masyarakat dapat lebih memperhatikan lagi pola konsumsi dalam belanja online untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sehingga

tidak muncul masyarakat boros dan masyarakat yang mengedepankan gaya hidup konsumtif.

F. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya penelitian untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian. Disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Adapun kajian yang terkait dalam hal ini antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Rima Azam, dengan judul penelitian “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Trend Fashion Masa Kini Menurut Ekonomi Islam (Studi Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021)”. Skripsi pada UINFAS Bengkulu 2023, Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif.¹ Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rima

Azam dapat disimpulkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan 1. Bahwa sebagian mahasiswi prodi ekonomi syariah Angkatan 2020-2021 berperilaku konsumtif dalam berbelanja mereka lebih cenderung mementingkan keinginan dalam berpakaian (*fashion*) dengan trend yang semakin berkembang dari pada kebutuhan untuk mencari kesenangan semata dan sebagian mahasiswi sudah mempertimbangkan dalam memenuhi kebutuhan sesuai dengan landasan ekonomi islam 2. Yang mempengaruhi mahasiswi berperilaku konsumtif adalah faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku, Faktor eksternal yang merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku seseorang 3. Islam mengajarkan dalam memenuhi kebutuhan hidup hendaklah kebutuhan (*needs*) lebih mendominasi bukan sekedar kepada keinginan (*wants*) hendaknya seorang muslim dalam berbelanja secara adil, dalam arti tidak kurang dan tidak

berlebihan dari yang semestinya. Jangan kikir dan jangan pula boros. Membelanjakan harta untuk kebutuhan pribadi, dianjurkan dengan ukuran kewajaran. Sementara persamaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini meneliti perilaku konsumtif mahasiswi terhadap trend fashion masa kini sedangkan peneliti meneliti dampak yang terjadi dengan perilaku konsumtif online shopping cash on delivery.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Desi Wulandari, dengan judul penelitian “Dampak Pengguna Online Shopping Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Keagamaan Mahasiswa Di Asrama Azahwa Sukarame Bandar Lampung”. Skripsi pada UINRI Lampung 2022, Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif.⁹ Jenis penelitian ini adalah field reseach. Metode pengumpulan data dengan

⁹ Desi Wulandari, Dampak Pengguna Online Shopping Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Keagamaan Mahasiswa Di Asrama Azahwa Sukarame Bandar Lampung”. Skripsi pada UINRI Lampung 2022.

menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan sosiologis dan fenomenologi. Pengambilan informan dengan menggunakan snowball sampling. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Desi Wulandari dapat disimpulkan bahwa Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas Mahasiswa Asrama Azahwa menggunakan online shopping sebagai cara belanja masa kini. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan online shopping yaitu diri sendiri, lingkungan, dan kebudayaan. Dampak pengguna online shopping terhadap perubahan perilaku sosial keagamaan Mahasiswa Asrama Azahwa yaitu dampak perilaku sosial seperti, perilaku malas, membangun bisnis, dan perilaku boros. Dampak perilaku keagamaan seperti, mengabaikan waktu, kurang sallahturahmi, dan fashion. Dalam menggunakan online shopping menjadikan mahasiswa membeli barang bukan karena kebutuhan melainkan karena keinginan Mahasiswa Asrama Azahwa. Sementara persamaan yang terdapat dalam penelitian ini

dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang online shopping. Sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu tempat penelitian, yang dimana peneliti meneliti tentang mahasiswa di Asrama Azahwa Sukarame Bandar Lampung sedangkan peneliti meneliti pada remaja di Desa Air Latak Kabupaten Seluma.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Cindy Pramesti, dengan judul penelitian “Pengaruh Penggunaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Tadris Ips Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta”. Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2024, Penelitian ini Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2019 dan 2020 yang berjumlah 230 mahasiswa dengan jumlah sampel 146 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling.¹ Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier

sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh penggunaan E-Commerce Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh penggunaan E-Commerce Shopee hanya sebesar 1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Sementara persamaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan peneliti meneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Ferawaty Sandi, dengan judul penelitian “Dampak Pembelian Online Di Shopee Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Kota Palopo.” Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Palopo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah 9 orang perkacamatan dimana masing-masing kecamatan mewakili 1

orang. Lalu teknik pengolahan dan analisis dilakukan dengan melalui empat tahapan, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹⁰ Dari hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa Dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup shopaholic yaitu : a) kalangan perempuan di Kota Palopo lebih konsumtif diakibatkan mengikuti perkembangan zaman (tren) sehingga berperilaku boros, b) Mulai membenci siapapun yang tidak suka berbelanja bahkan tidak segan-segan untuk adu pendapat, c) Penggunaan shopeepaylater saat transaksi namun jika ada keterlambatan membayar akan mempengaruhi peringkat kredit di sistem layanan informasi keuangan (SLIK) OJK. Hal tersebut akan berpengaruh pada riwayat kredit jika ingin mengajukan pinjaman di bank maupun di perusahaan lainnya. Di samping itu, pihak shopee juga akan melakukan penagihan lapangan jika cicilan tak kunjung di bayar. Sedangkan perbedaan penelitian ini perubahan gaya hidup

¹⁰ Ferawaty Sandi, "Dampak Pembelian Online Di Shopee Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Kota Palopo." Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Muhammadiyah Palopo.

konsumtif perempuan shopaholic di kota palopo sedangkan peneliti meneliti perilaku konsumtif Online Shopping Cash On Delivery (Cod) pada remaja di desa air latak kabupaten seluma. persamaan penelitian ini yaitu sama- sama menggunakan aplikasi shopping untuk berbelanja online.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami gambaran secara menyeluruh tentang penelitian ini, maka penulis akan memberikan sistematika beserta penjelasan secara garis besar pembahasan penelitian ini terdiri dari 3 bab, yang satu sama lain saling berkaitan.

BAB I Berisi tentang pendahuluan, yang didalamnya mencakup ruanglingkup penulisan, yaitu merupakan gambaran-gambaran umum dari keseluruhan proposal ini antara lain sebagai berikut: Latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan masalah penelitian, kegunaan penelitian, kajian penelitian terdahulu, sistematika penulisan.

BAB II Berisi tentang sub pertama Pengertian perilaku konsumtif, perilaku konsumtif remaja, dampak perilaku konsumtif, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku konsumtif. Sub kedua, Pengertian Perilaku Belanja Online, shopee, sasaran penggunaan shopee.

BAB III Dalam bab ini diuraikan beberapa metode penelitian, yang didalamnya mencakup tentang metode penelitian, yaitu sebagai berikut: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik analisis data.

BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini memiliki tiga topik pertama wilayah peniliti yang terdiri dari Sejarah Desa Air Latak Kabupaten seluma, keadaan geografis desa air latak kabupaten seluma, Tingkat

Pendidikan Desa Air Latak Kabupaten Seluma, saran dan prasarana fasilitas Desa Air Latak Kabupaten Seluma, kedua temuan hasil penelitian dan ketiga pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

KESIMPULAN

