

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data

1. Gambaran Umum Desa Pancur

a. Sejarah Desa Pancur

Desa Pancur adalah salah satu desa di kecamatan Mayong, Kabupaten Jepara. Pancur sebagai bagian dari wilayah Jepara, menurut catatan para sesepuh desa Pancur, asal nama Pancur sendiri berasal dari perkataan *Sendang Pancuran*. Sendang Pancuran mulai dikenal sejak Empu Supo (murid Sunan Kalijaga) singgah di kampung Pancur Suwang (Rt 35/07) ketika terjadi geger perebutan tahta Kerajaan Demak yang berakhir wafatnya Sultan Hadlirin pada tahun 1549 M. sebagai nama tempat berbudu setiap Empu Supo akan menempa keris, dan tempat istirahat tentara Demak, Empu Supo ini mendapat mandat sebagai penguasa untuk wilayah Jepara, Demak, Kudus, dan Pati.

Sehingga Empu Supo ini mendapat tugas untuk mencari Sendang Pengasih, setelah mengadakan penelusuran *Sendang Pancuran* inilah yang dimaksud dengan Sendang Pengasih. Di Sendang ini Empu Supo bersuci dan bersujud, Sendang tersebut juga menjadi tempat istirahat tentara Demak dan “lemah duwur” (sebelah sendang) dijadikan sebagai tempat untuk menempa senjata. Dari sinilah nama Pancoran kemudian menjadi nama Desa Pancur.

Untuk menjaga tentara dan warga dari serangan musuh, jalan menuju Sendang diberi Azimat agar musuh menjadi luluh, tempat tersebut terkenal dengan nama Kali wuluh, kemudian di utara Kali wuluh (perbatasan antara desa Raguklampitan dengan Pancur) di beri Azimat oleh Empu Supo untuk menangkal musuh, tempat tersebut diberi nama *Kali Panean* dari kata mani’ dalam bahasa arab artinya mencegah/menangkal.

Gambar 3

Sendang Pancuran (sekarang dikenal dengan Kali Sendang)



Sumber: Dokumentasi Desa Pancur

Dalam lintasan sejarah, desa Pancur telah mengalami perkembangan yang luar biasa. Menurut penuturan warga, kampung (baca: desa) ini dulunya termasuk desa yang kramat dan setiap orang yang tinggal selalu meninggal, akhirnya Syekh Subakir mengutus Mbah Ronggo Jiwo disertai dengan Nyai Ratu Gondo Sari dan Nyai Ratu Dewi Seruni Mbah Ronggo Jiwo dimakamkan di Makam do'a, Dewi Ayu Seruni dimakamkan di Kali Totok dan Nyai Ratu Gondo Sari dimakamkan di Kedung Gambir.

Dalam lintasan perjalanan menuju kampung Pancur, bagi orang yang tidak baik akan luluh dan di tangkal di Kali Panean, dalam perjalanan spiritual menuju hidup yang lebih baik jiwa harus ditotokke (dengan cara bertaubat) dalam perjalanan spiritual berikutnya ke Makam Do'a orang harus senantiasa berdzikir, berdo'a dan senantiasa berharap kepada Allah SWT, perjalanan berikutnya menuju Kedung Gambir, Kedung Gambir sendiri mengandung filosofi "orang kalau ingin kaya, alim harus gambir/pahit atau prihatin, riyadloh dulu". Dalam menuju kebersihan jiwa/hati bersuci di Sendang (tabarrukan di petilasan

Empu Supo) untuk menyinarkan energy positif dan menyirnakan energi negatif (*tahalli, takholli, tajalli*) dalam perjalanan berikutnya proses penghambaan dengan Sholat dan kholwat di Masjid Wali Kenduren. Masjid tersebut adalah Masjid Pertama peninggalan Eyang Merto dan Syekh Baladah atau Syekh Baghdad dari Demak (kerabat dari Ki Ageng Selo/Moyangnya Raja-Raja Mataram). Dengan Masjid tersebut adalah (tunggak Jati Pancur) diharapkan sebagai kegiatan untuk mensyiarkan Agama Islam di Kampung Pancur. Nama kenduren di ambil dari nama desa di Demak tempat tinggalnya Mbah Kedah (kerabat dari Syekh Baladah) yang pernah singgah di Pancur dalam pencarian kerabatnya (Syekh Baladah) dan diberi tanah di kampong Pancur yang diberi nama tanah Kenduren yang dijadikan sebagai tempat untuk Masjid. Di kenduren sendiri ada tanah yang diberi nama tanah Pancur. Dari sinilah awal persaudaraan antara warga Pancur dengan warga Kenduren, Mbah Kedah juga diberi Bende (gong kecil) peninggalan Mbah Ronggo Jiwo yang ada di Kedung Gambir, bende ini setiap musim kemarau panjang dipinjam warga Pancur untuk upacara *adus cendol* di daerah kali Randobango Pancur, agar pada musim kemarau diberi hujan.

Dalam perjalanan spiritual berikutnya adalah mengingat bahwa hanya kepada Allah tempat kita mohon perlindungan, pertolongan dan tempat kembali, berziarah ke Makam Syekh Baladah Kalisawah, Makam Pakis Adji Mbah Abdul Ghoni, Makam Mbah Eyang Merto dan Mbah KH. Hasan Kafrawi. Mbah Hasan Kafrawi adalah keturunan dari Sultan Banten dan Pateh Cerbon, yang meneruskan perjuangan Mbah Syeh Baladah dan Eyang Merto, dalam perjuangannya Mbah Hasan Kafrawi (tabarrukan pucak masjid wali kenduren) untuk dijadikan sebagai pucak Masjid di Tamansari.

Hal ini dikuatkan oleh hasil *riyadloh* Mbah H. Muhadi bahwa kelima tokoh tersebut adalah akal bakal Desa Pancur. Menurut Ky. Masyudi Syekh Baladah, Eyang Merto, dan Empu Supo adalah utusan Sunan Kalijaga, untuk menyebarkan agama Islam di Desa Pancur. Syekh Baladah sebagai Imam Masjid Wali, Eyang Merto sebagai muadzin, dan Empu Supo sebagai keamanan.

b. Visi dan Misi Desa Pancur

1. Visi Desa Pancur

Visi dari desa Pancur sangat singkat dan mudah diingat, yakni “Bersama Menuju Pancur Tersenyum.”

Dalam meraih Visi Desa Pancur sebagaimana yang sudah dijabarkan di atas, dengan mempertimbangkan potensi dan hambatan baik internal maupun eksternal, maka disusunlah Misi Desa Pancur sebagai berikut :

2. Misi Desa Pancur

Berikut ini adalah beberapa misi desa Pancur, antara lain yaitu:

- a) Mewujudkan Pancur sebagai desa yang rapid dan mempunyai tempat hunian yang nyaman dan berbudaya (relegius)
- b) Menjadikan Pancur sebagai desa penghasil pertanian ,perkebunan dan peternakan serta *home industry* yang berkualitas.
- c) Membangun pemerintah yang bersih dan transparan ,serta berorientasi pada pelayanan publik.

c. Kondisi Geografis Desa Pancur

Berdasarkan letak geografis wilayah, desa Pancur berada di sebelah Timur Ibu kota Kabupaten Jepara. Desa Pancur merupakan salah satu desa di Kecamatan Mayong Kabupaten Jepara, dengan jarak tempuh ke Ibu kota Kecamatan 12 Km, dan ke Ibu Kota Kabupaten 20 Km/mil laut, dan dapat ditempuh dengan kendaraan \pm 30 menit. Desa ini berbatasan dengan Desa Raguklampitan dan Desa Rajekwesi di sebelah barat, disebelah utara berbatasan dengan Desa Sumosari

sebelah selatan dengan Desa Datar dan Desa Ngroto dan di sebelah timur dengan Desa Bungu dan Desa Bandung.

Luas wilayah daratan Desa Pancur adalah 1088 Ha (10,88 Km²). Luas lahan yang ada terbagi dalam beberapa peruntukan, dapat dikelompokkan seperti untuk fasilitas umum, pemukiman, pertanian, kegiatan ekonomi dan lain-lain.

Secara topografi Desa Pancur dapat dibagi dalam dua wilayah, yaitu wilayah daratan rendah di bagian selatan, dan wilayah dataran tinggi di bagian utara, dengan kondisi topografi yang demikian, desa Pancur memiliki variasi ketinggian antara 735 m sampai dengan 746 m dari permukaan laut. Daerah terendah adalah di wilayah RT 01 sampai RT 12, RW 01 sampai RW 02, dan daerah yang tertinggi adalah di wilayah RT 24 sampai RT 56 RW 06 sampai RW 11 yang merupakan daerah perbukitan.

Secara administratif wilayah Desa Pancur terdiri dari 56 RT, dan 11 RW, yang terbagi dalam 5 dukuh. Pembagian wilayah desa Pancur yaitu:

- 1) Dukuh Randubango, terdiri :
 - a) RW. 01 terdiri dari RT. 01 sampai dengan RT. 05.
 - b) RW. 02 terdiri dari RT. 06 sampai dengan RT. 12.
- 2) Dukuh Kajok, terdiri :
 - a) RW. 03 terdiri dari RT. 13 sampai dengan RT. 17.
 - b) RW. 04 terdiri dari RT. 18 sampai dengan RT. 23.
- 3) Dukuh Bomo, terdiri :
 - a) RW. 05 terdiri dari RT. 24 sampai dengan RT. 28.
 - b) RW. 06 terdiri dari RT. 29 sampai dengan RT. 32.
- 4) Dukuh Tamansari, terdiri :
 - a) RW. 07 terdiri dari RT. 33 sampai dengan RT. 37.
 - b) RW. 08 terdiri dari RT. 38 sampai dengan RT. 42.
- 5) Dukuh Sukorejo, terdiri :
 - a) RW. 09 terdiri dari RT. 43 sampai dengan RT. 46.

- b) RW. 10 terdiri dari RT. 47 sampai dengan RT. 51.
- c) RW. 11 terdiri dari RT. 52 sampai dengan RT. 56.

d. Kondisi Demografi Desa Pancur

Berdasarkan Data Administrasi Pemerintahan Desa, jumlah penduduk yang tercatat secara administrasi, berjumlah 11.364 jiwa tahun 2013 meningkat menjadi 11.562 di tahun 2014 dan pada tahun 2015 naik menjadi 11.625 dan pada awal Tahun 2015 meningkat menjadi 11.643 jiwa.

Dengan rincian penduduk berjenis kelamin Laki-laki berjumlah 5.543 jiwa di Tahun 2012, meningkat menjadi 5.621 jiwa ditahun 2013, meningkat menjadi 5.663 jiwa ditahun 2014, dan meningkat menjadi 5.668 jiwa di awal tahun 2015. sedangkan berjenis kelamin perempuan berjumlah 5.821 jiwa ditahun 2012, meningkat menjadi 5.941 jiwa ditahun 2013, pada tahun 2014 meningkat menjadi 5.962 jiwa dan pada awal tahun 2015 meningkat menjadi 5.975 jiwa. Secara rinci dapat dilihat pada tabel 01 dibawah ini.

Tabel 2

Perkembangan Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin
Desa Pancur Tahun 2012 s/d 2015

No	Jenis Kelamin	Jumlah penduduk jiwa			
		Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
1	Laki-laki	5.543	5.621	5.663	5.668
2	Perempuan	5.821	5.941	5.962	5.975
JUMLAH		11.364	11.562	11.625	11.643

Sumber: Profil desa

Seperti terlihat dalam tabel di atas, menunjukkan adanya peningkatan jumlah penduduk, tahun 2013 naik 1.74 % dan tahun 2014 naik 0.54 % sedangkan ditahun 2015 naik 0.15 % sedangkan dilihat proporsi penduduk tercatat jumlah total penduduk Desa Pancur, sebanyak 11.643 jiwa, terdiri dari laki-laki 5.668 jiwa/ 48.7 %. Sementara

Untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan deskripsi tentang jumlah penduduk di Desa Pancur berdasarkan pada usia dan jenis kelamin secara detail dapat dilihat dalam lampiran tabel berikut ini:

Tabel 3

Jumlah Penduduk Berdasarkan Stuktur Usia Tahun 2014

No	Kelompok Usia	L	P	Jumlah	Prosentase (%)
1	0-4	434	466	900	9.5
2	5-10	615	655	1270	9.3
3	11-16	619	616	1235	9.0
4	17-20	431	469	900	9.22
5	21-24	403	435	838	9.20
6	25-29	547	556	1098	8.6
7	30-36	640	672	1319	8.48
8	37-40	352	407	759	8.42
9	41-44	357	393	750	7.9
10	45-48	347	350	697	7.1
11	49-54	337	358	695	6.6
12	55-59	312	295	637	4.4
13	60-64	107	126	233	1.1
14	65-69	66	75	141	0.8
15	70-74	36	41	77	0.2
16	>75	21	24	45	0.1
JUMLAH		5.663	5.962	11.625	100 %

Sumber : profil desa

e. Struktur Perangkat Desa Pancur

Berikut ini akan dipaparkan mengenai struktur Pejabat Wilayah desa Pancur bisa dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4
Struktur Organisasi Desa Pancur

NO	NAMA	JABATAN
1	MIFTAHURROQIB,MSI	Petinggi
2	NOOR ROFIQ	Carik
3	SUKNAN	Kamituwo
4	M. HAMDUN	Kamituwo
5	MULYONO	Kamituwo
6	GUNANTO	Kamituwo
7	BAMBANG SURYANTO	Kamituwo
8	SUJONO	Kebayan
9	SUBCHAN	Petengan
10	ALI MUTHOHAR	Ladu
11	JAMASRI	Ladu
12	ALI RIDLO	Modin
13	DURIYAT	Modin
14	MUH ANAM	Modin
15	M. FATHUR ROFIQ	Kaur Keuangan
16	NADHIFAH	Kaur Tata Usaha

Sumber: Profil Desa

Sedangkan untuk Struktur Organisasi BPD (Badan Permusyawaratan Desa) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Struktur Organisasi BPD Desa Pancur

NO	NAMA	JABATAN
1	MUADHIM	Ketua
2	AGUS KHUM Aidillah	Wakil Ketua
3	MUH. FAHRUDI	Sekretaris

4	SAIFUDDIN	Anggota
5	MUSTAFID,S.H.i	Anggota
6	KHOLIDAH,S.Ag	Anggota
7	FADLAN MUNALLAH	Anggota
8	MUDRIKAH	Anggota
9	MIMBARUDDIN,S.Pd.i	Anggota

Sumber: Profil Desa

2. Profil Remaja Pengguna *Online Shop*

a. Widya Wahidatun Nihlah

Widya merupakan seorang siswi dari SMK Hasan Kafrawi Pancur, saat ini ia sedang duduk di bangku kelas XI dengan mengambil jurusan RPL (Rekayasa Perangkat Lunak). Remaja kelahiran 1999 ini memiliki dua saudara, yang kedua saudara tersebut merupakan kakaknya yang saat ini masih menuntut ilmu di perguruan tinggi.

Widya seorang siswi yang cukup aktif dalam kegiatan ekstra di sekolahnya. Tercatat sebagai salah satu anggota pramuka di sekolahnya. Ia bahkan sering mengikuti kegiatan perkemahan baik itu di dalam maupun di luar sekolah. Hal ini membuat waktunya sedikit tersita, namun hal ini tidak membuat prestasi akademiknya menurun. Ia mengatakan bahwa aktivitasnya ini sangat bermanfaat bagi dirinya sendiri maupun orang lain.

Dengan kesibukan yang demikian tidak membuat Widya kebingungan dalam hal berbelanja, ia mengaku bahwa hadirnya *online shop* sangat membantunya apalagi pakaian adalah hal utama untuk menunjang penampilan seseorang.

Ia juga mengaku bahwa sebelum mengenal *online shop* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti pakaian, sepatu, tas, jilbab, dan lain-lain sering membeli di mall dan di toko-toko yang ia inginkan,

ia pun mengatakan bahwa tidak suka berbelanja di pasar karena tidak suka bahan yang ada di pasar.

Widya mengenal *online shop* saat ia duduk di bangku MTs tingkat akhir. Asal mula ia mengetahui *online shop* adalah dari kakaknya yang kebetulan juga suka berbelanja lewat media *online* ini. Sejak saat itu Widya selalu menggunakan jasa *online shop* untuk membeli barang yang dibutuhkan. Ia mengaku sangat senang berbelanja lewat *online shop*, karena kemudahan dan banayak pilihan yang ditawarkan. *Online shop* memberikan warna baru bagi Widya dalam melakukan pilihan berbelanja hingga saat ini Ayu mengaku masih menggunakan jasa *online shop*.

b. Vivi Cahyani

Remaja yang akrab dipanggil Vivi ini merupakan siswi kelas XII di SMA Negeri 1 Mayong Jepara, remaja kelahiran tahun 1998 ini merupakan putri pertama dari dua bersaudara, ia memiliki adik laki-laki yang masih duduk di bangku kelas 4 SD.

Kebutuhan Vivi selalu tercukupi baik itu kebutuhan sekolah maupun kebutuhan pribadi. Ia mengaku sering berbelanja melalui *online shop* sejak awal-awal masuk SMA, itu bisa dibilang sudah hampir 3 tahun ia menggunakan jasa *online shop* untuk memenuhi kebutuhannya. Vivi melakukan pembelian melalui jasa *online shop* dengan menggunakan media *handphone* android bermerek Lenovo, alasannya karena sangat praktis dan mudah dijangkau dimana pun dan kapan pun. Vivi sendiri mengenal *online shop* karena tanpa ia sadari telah berteman dengan salah satu penjual *online shop* di media sosial facebook, saat itulah ia menganggap dirinya mulai mengenal apa itu *online shop*. Vivi mengaku sangat gemar melakukan transaksi pembelian dengan jasa online ini, karena jasa ini memberikan berbagai kemudahan sehingga sampai sekarang Vivi selalu memanfaatkan maraknya *online shop* ini untuk memenuhi kebutuhannya.

c. Khilda Nur Lutfiyana

Siswi kelahiran Jepara tahun 1999 ini akrab disapa Khilda, saat ini ia sedang duduk di kelas XI di SMA N 1 Pecangaan Jepara. Remaja jurusan IPA ini memiliki latar belakang ekonomi keluarga yang bisa dikatakan menengah membuat kebutuhannya tercukupi, baik itu kebutuhan sekolah maupun kebutuhan pribadinya, seperti pakaian, jilbab, tas, dan lain-lain.

Kebutuhan-kebutuhan tersebut dibelinya dengan cara konvensional seperti di pasar dan di toko sebelum ia mengenal *online shop*. Perkenalan Khilda dengan *online shop* terjadi pada saat ia masih duduk di bangku Madrasah Tsanawiyah, namun ia mengaku pada masa tersebut ia belum mengenal dan belum paham seluk beluk di dunia *online shop*.

Kemudian ia mulai membeli sebuah produk di *online shop* saat memasuki kelas X, yang pertama ia beli adalah sebuah jaket. Namun ia sempat kecewa, karena jaket yang ia terima tidak sesuai dengan bahan kain yang tertera di keterangan. Namun hal itu tidak membuatnya kapok, justru ia senang berbelanja via *online shop* ini. Karena menurutnya model yang ditawarkan sangat bagus dan lucu-lucu. Ia juga mengaku bahwa ada peluang usaha baginya untuk mencoba berbisnis dengan berjualan baju dengan media *online shop*.

d. Elsa Oliffa Ainil

Remaja kelas X di SMK Hasan Kafrawi Pancur ini lahir di Jepara, 14 September 1999. Elsa hanya memiliki seorang adik laki-laki yang baru kelas 5 SD. Menjadi satu-satunya anak perempuan di keluarganya membuat kebutuhan Elsa mudah terpenuhi. Terlebih lagi sang ibu menyuruhnya untuk mengonsumsi barang yang modis dan kekinian agar terkesan tidak 'ndeso'. Hal ini membuat Elsa selalu memperhatikan penampilannya mulai dari pakaian, sepatu, dan lain-lain. Sebelum mengenal *online shop* kebutuhan seperti pakaian dan sepatu sering ia beli melalui toko. Namun setelah ia mengenal *online*

shop semenjak tahun 2014 kemarin ia menjadi lebih sering berbelanja melalui *online* dari pada ke toko. Ia merasa senang dan sangat terbantu dengan hadirnya *online shop* ini.

e. Ninda Syafaatul Asifah

Remaja kelahiran tahun 2000 ini masih duduk dibangku kelas X SMA Negeri 1 Mayong. Awal perkenalannya dengan *online shop* bermula ketika ia hampir lulus SMP, saat itu kakaknya memiliki usaha *online shop*. Sejak saat itu ia sering ditawari kakaknya berbagai macam produk, baik *fashion* maupun kosmetik. Ia memiliki pengalaman pahit saat melakukan pembelian melalui *online shop*, ia kecewa dengan barang yang ia beli karena tidak sesuai dengan yang ia pesan.

Hal itu terjadi beberapa kali, ia sempat trauma dan tidak ingin membeli lagi di *online shop* namun hal itu tidak berlangsung lama. Sekarang ia sudah mulai melakukan pembelian lewat *online shop*, bahkan ia mengaku dengan *online shop* kebutuhannya terpenuhi, dan manfaatnya banyak salah satunya adalah kepraktisan dan efisiensi waktu untuk mendapatkan barang yang ia inginkan.

f. Nur Affah

Remaja kelahiran 1998 ini merupakan seorang siswi kelas XII yang mengambil jurusan farmasi di SMK Al-Anwar Mayong. Kebutuhan Ifa seperti kebutuhan akademis dan kebutuhan pribadi dapat dicukupi dengan baik oleh kedua orang tuanya. Terlebih kondisi ekonomi keluarga yang bisa dikatakan mapan memberikan efek bagi konsumsi Ifa, semua kebutuhannya mampu terpenuhi sehingga ia tidak merasa kekurangan. Pakaian, tas, dan jilbab itulah yang sering ia beli melalui *online shop*.

Perkenalannya dengan *online shop* bermula saat tiga tahun yang lalu, dimana saat itu ia melihat-lihat sebuah toko *online* di halaman *facebook*, lalu ia tertarik dan membeli sebuah pakaian yang menurutnya lucu dan jarang ada yang punya. Ia gemar melakukan pembelian di *online shop* alasannya agar tidak gagap teknologi.

Seseorang khususnya remaja akan merasa lebih nyaman dan tenang jika ia dikatakan bagian dari manusia modern. Pembuktian dari manusia modern adalah salah satu cara dengan mengerti terhadap perubahan yang ada seperti perubahan cara berbelanja yang saat ini sering disebut dengan *online shop*. Ia menyatakan bahwa dengan mengkonsumsi barang dengan *online* membuatnya merasa puas dan senang. Perkenalan yang singkat dengan *online shop* sudah menjadi kebutuhan baginya untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

B. Pembahasan

1. Analisis Maraknya *Online Shop* terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Remaja Wanita di Desa Pancur Mayong Jepara

a. Fenomena *Online Shop* di Kalangan Remaja

Saat ini hampir semua orang mengetahui apa itu *online shop*, terlebih lagi remaja di desa Pancur Mayong Jepara ini. Pembelian melalui *online shop* sudah menjadi hal wajar dan sudah menjadi rutinitas bagi mereka.

Online shop menurut Widya (16 tahun) adalah cara berbelanja melalui sosial media dengan perantara HP dan internet. Ia memilih *online shop* dalam pemilihan belanja karena sangat mudah, praktis, dan menghemat waktu.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi ini membuat segalanya menjadi mudah, salah satunya berbelanja melalui *online shop* ini, bahkan yang tidak paham dengan *online shop* dianggap kampungan oleh mereka. Mereka beranggapan bahwa mereka yang tidak tahu *online shop* dianggap sebagai remaja yang ‘katrok’ dan ndeso. Seperti halnya penuturan salah satu subyek penelitian berikut:

”Perbedaan antara remaja yang menggunakan online shop dan tidak itu sangat jelas sekali. Jika remaja yang menggunakan online shop ini aka kelihatan dari gayanya, mereka lebih tahu bagaimana gaya fashion anak muda zaman sekarang dan lebih trendy, dan yang tidak tahu online shop itu kayak lucu, mereka

seperti bingung dalam memadupadankan pakaian yang mereka pakai”¹.

Fenomena *online shop* di kalangan remaja desa Pancur Mayong Jepara ini disadari atau tidak sudah menumbuhkan suatu sikap proaktif. Perubahan teknologi membawa dampak yang secara natural mengubah pola tindakan mahasiswa untuk selalu kritis dan aktif dalam menerima segala bentuk perubahan baik itu perubahan secara fisik maupun secara mental.

b. Jenis-jenis Komoditas yang Dikonsumsi Remaja Melalui *Online Shop*

Konsumsi barang melalui jasa *online shop* bagi remaja sudah menjadi fenomena nyata yang ada pada kondisi modern seperti sekarang ini. Sebagian remaja mengetahui apa itu *online shop* walaupun tidak semuanya menggunakan jasa tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan. Bagi remaja yang sudah mendapatkan keuntungan yang didapat, akan tetap menggunakan *online shop* sebagai media dalam memenuhi kebutuhannya. Komoditas barang yang sering di konsumsi para pengguna jasa *online shop* ini adalah sebagian besar untuk memenuhi konsumsi sandang. Pakaian salah satu yang sangat di minati para pengguna jasa *online shop*. Hal ini terbukti dari keenam subyek penelitian bahwa komoditas barang-barang konsumsi hampir sama yaitu pakaian.

Table 8

Jenis komoditi yang dikonsumsi Subyek Penelitian

No	Nama	Barang yang Dikonsumsi
1	Widya Wahidatun Nihlah	Pakaian, jaket, tas, sepatu, jilbab, aksesoris HP.
2	Vivi Cahyani	Pakaian, jilbab, tas, kosmetik.
3	Khilda Nur Lutfiyana	Pakaian, jilbab, tas, makanan.

¹ Wawancara dengan Nur Afifah, tanggal 19 Juni 2016

4	Elsa Olifia Ainil	Pakaian, jilbab, tas, sepatu, kosmetik.
5	Ninda Syafaatul Asifah	Pakaian, jilbab, tas, kosmetik, aksesoris HP.
6	Nur Afifah	Pakaian, jilbab, dompet.

Sumber: Wawancara dengan subjek penelitian pada tanggal 13 Juni 2016 sampai dengan 19 Juni 2016

Tabel diatas merupakan barang-barang yang dibeli melalui *online shop*. Barang yang sangat dominan yang sering dikonsumsi menggunakan jasa *online shop* adalah pakaian. Pakaian adalah barang yang sangat diminati oleh para pengguna jasa *online shop* ini, alasannya karena lebih praktis dan menghemat waktu serta dapat dengan mudah dilihat mode dan harga yang sesuai dengan minat calon pembeli. Selain itu, alasan lainnya adalah di media social barang yang ditawarkan kebanyakan adalah model jenis pakaian.

Selain pakaian, barang selanjutnya yang diminati oleh para pengguna *online shop* adalah jilbab. Hal ini dikarenakan jilbab merupakan sebagai lambang penutup aurat bagi wanita, selain itu saat ini hijab merupakan sebuah *trend* baru yang sedang diminati di Indonesia, diperkenalkan dan dipelopori oleh artis-artis dan hal ini pastinya membuat para remaja ingin mengikuti *trend* hijab seperti yang sedang *booming* belakangan ini.

Di samping itu, makanan juga diminati oleh pengguna *online shop*, namun hanya sedikit dan tidak terlalu diminati. Barang-barang seperti tas, sepatu, kosmetik, dompet, dan aksesoris juga tidak ketinggalan menjadi barang yang diminati oleh pengguna *online shop* selanjutnya. Barang-barang ini meskipun tidak sering dibeli, namun tetap menjadi pencarian utama para penikmat belanja *online shop*.

c. Permasalahan yang Muncul dalam Berbelanja Melalui *Online Shop*

Online shop memang memberikan warna baru dalam mengkonsumsi suatu barang, tidak sedikit orang yang dahulu mengkonsumsi barang dengan langsung mengunjungi tempat belanja seperti pasar, toko, bahkan mall namun setelah mereka mengenal *online shop* kebiasaan mereka menjadi berubah, karena dengan *online shop* ini penggunaannya tidak perlu jauh-jauh pergi ke tempat belanja, cukup dari rumah mereka bias memesan dan membeli produk yang mereka inginkan.

Namun hampir setiap pengguna *online shop* pasti pernah kecewa dengan *online shop* tersebut entah itu karena pemiliknya, kurir jasa pengiriman, atau bahkan terhadap barang yang dipesan itu sendiri. Seperti halnya cerita Khilda Nur Lutfiana (17 tahun) saat pengalaman pertamanya menggunakan *online shop* berikut ini:

*“Pengalaman pertama saat membeli di online shop saya sangat kecewa, karena barang yang saya beli itu tidak sesuai dengan apa yang saya harapkan. Saat itu saya membeli jaket, ternyata bahan jaket tersebut tidak seperti bahan-bahan jaket yang saya beli biasanya, pokoknya tipis, gak cocok disebut jaket”.*²

Menurutnya, kekecewaan tersebut karena kesalahannya, karena pada saat itu ia belum mengerti tentang seluk beluk dari *online shop* sendiri. Selain itu, ia juga tidak memikirkan matang-matang dan tidak bertanya kepada teman yang sudah paham dengan *online shop* tentang produk yang dibelinya tersebut.

Namun hal itu tidak membuat Khilda kapok menggunakan jasa *online shop* untuk memenuhi kebutuhannya, karena *online shop* telah memberikan warna baru bagi aktivitas konsumsinya. Ia juga mengaku bahwa sekitar 20% prosentase uang sakunya ia gunakan untuk membeli barang dari *online shop* per bulannya.

² Wawancara dengan Khilda Nur Lutfiana, tanggal 15 Juni 2016.

Kekecewaan yang hampir serupa juga dirasakan oleh Ninda Syafaatul Asifah (16 tahun), berikut penjelasannya:

*“Pendapatku mengenai online shop ini tidak menyenangkan, terkadang mengecewakan karena bahan yang tertera di keterangan social media itu tidak sesuai dengan aslinya, pernah juga aku beli baju di keterangan tertera ukuran L tapi setelah sampai di aku baju itu malah ukurannya XL”.*³

Karena kekecewaan tersebut membuat Ninda ragu dan kepercayaan terhadap *online shop* ini menjadi berkurang, sehingga dalam sebulan ia belum tentu membeli produk melalui *online shop*, bahkan ia mengaku dalam satu bulan ia hanya mengalokasikan 5 - 10 % dari prosentase uang sakunya. Namun tak dapat ia pungkiri bahwa ia masih sering tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan di *online shop*, karena menurutnya gambarnya lucu-lucu dan bagus-bagus sehingga membuatnya ingin membeli, tetapi ia pun juga masih memikirkan dan bayang-bayang kekecewaan tersebut masih menakuti. Ini berarti ia hanya akan membeli barang melalui *online shop* jika ia memang betul-betul membutuhkan barang tersebut.

Pemaparan hasil wawancara dengan berbagai subjek penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa keenam narasumber ini pernah merasakan kekecewaan terhadap *online shop* ini, namun mereka tetap tidak kapok untuk berbelanja *online*, karena bagi mereka jika tidak menggunakan jasa *online shop* itu akan membuat ketinggalan zaman dan tidak diakui oleh teman-temannya.

d. Perilaku Konsumen di Kalangan Remaja

Perilaku konsumen sering diartikan sebagai mengemukakan istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

³ Wawancara dengan Ninda Syafaatul Asifah, tanggal 14 Juni 2016.

Perilaku konsumen erat kaitannya dengan pemasar. Sehingga perilaku konsumen sendiri dapat diaplikasikan dalam beberapa hal di antaranya untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik, dan perilaku konsumen dapat membantu pembuat keputusan membuat kebijakan publik.

Dalam perilaku konsumen mengenal adanya tahapan proses pembelian, yaitu:

1) Pengenalan masalah

Masalah timbul dari diri konsumen berupa kebutuhan, yang digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar. Semua rangsangan yang ada pada diri konsumen menyebabkannya dia mengenal suatu masalah.

2) Pencarian informasi

Setelah timbul suatu masalah yang berupa kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari luar, didorong untuk memenuhi tersebut, konsumen akan mencari informasi tentang objek yang bisa memuaskan keinginannya. Pencarian informasi tergantung dari kuat lemahnya kebutuhan banyaknya yang telah dimilinya kemudian mengadakan penilaian terhadap informasi yang diperolehnya.

3) Penilaian alternatif

Dari informasi yang diperoleh konsumen, digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif serta daya tarik masing-masing alternatif.

4) Keputusan membeli

Tahap evaluasi berakibat bahwa konsumen membentuk preferensi di antara alternatif-alternatif merek barang. Biasanya barang dengan merek yang disukainya adalah barang yang akan dibelinya. Di samping sikap, masih ada dua faktor yang mempengaruhi nilai seseorang untuk membeli, yaitu faktor sosial dan faktor situasi.⁴

⁴Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Op.cit., hlm. 284-285.

5) Perilaku setelah pembelian

Setelah melakukan pembelian konsumen akan merasakan kepuasan atau mungkin ketidakpuasan. Ini menarik bagi produsen untuk memperhatikan tindakan konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen dalam memenuhi keinginannya, memiliki harapan agar bisa terpuaskan. Pengharapan konsumen itu timbul dari pesan-pesan yang diterima dari para penjual, teman, dan sumber lain bahkan dari perusahaan sendiri.⁵

Namun kelima tahapan proses pembelian tersebut tidak dihiraukan oleh kebanyakan remaja yang sering berbelanja melalui *online shop* tidak terkecuali para remaja di desa Pancur Mayong Jepara tersebut. Mereka membeli barang hanya atas dasar suka ataupun tertarik berdasarkan gambar yang tertera pada media sosial, mereka pun membeli tanpa memikirkan manfaat dan *madharat* dari barang tersebut. Selain itu, ada juga yang membeli karena gengsi dan ikut-ikutan teman.

e. Gaya Hidup Konsumtif Remaja karena *Online Shop*

Gaya hidup dapat diartikan sebagai cara bagaimana seseorang mengkonsumsi uang dan waktunya untuk mengaktualisasikan dirinya. Secara singkat, gaya hidup berarti bagaimana cara seseorang untuk menghabiskan waktu dan uang yang dimilikinya. Sedangkan konsumtif merupakan suatu pemakaian (pembelian) barang secara berlebihan, lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata.

Awalnya konsumtif hanya terbatas pada kebutuhan pokok untuk hidup, akan tetapi meningkat kepada kebutuhan yang lebih tinggi dikarenakan faktor gaya hidup yang menjadikan perilaku orang dalam berkonsumsi menjadi berlebihan. Gaya hidup juga dapat menjadi ajang ekspresi dan adaptasi seseorang terhadap budaya yang tengah melanda, sehingga tindakan seseorang didasarkan pada pola

⁵*Ibid.*, hlm. 286.

baru yang dilahirkan akibat perkembangan zaman. Dengan ini bentuk budaya modern menghadirkan gaya hidup modern menjadi acuan dalam bersikap maupun bertindak. Termasuk ketika hadir produk-produk baru yang dianggap bagian dari bentuk simbolis gaya hidup masa kini.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif adalah pola hidup seseorang dalam membeli barang-barang secara berlebihan yang sebetulnya tidak dibutuhkan secara terencana, hanya untuk memenuhi kepuasan dan kenyamanan individu tersebut yang dilakukan secara terus-menerus. Gaya hidup konsumtif banyak terjadi pada remaja, tak terkecuali remaja yang ada di desa Pancur Mayong Jepara, para remaja yang diharapkan mampu melakukan perubahan sosial di kalangan masyarakat justru kurang mampu dalam menghadapi gaya hidup konsumtif yang merupakan dampak negatif dari globalisasi.

Usia remaja merupakan salah satu pasar potensial bagi produsen, remaja merupakan obyek yang menarik untuk diminati oleh para ahli pemasaran. Di antara beberapa alasannya adalah karena remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya, lebih mudah terpengaruh teman sebaya dalam hal berperilaku dan biasanya lebih mementingkan gengsinya untuk membeli barang-barang bermerek agar mereka dianggap tidak ketinggalan zaman. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen terutama *online shop*.

Remaja memiliki karakteristik yang labil dan mudah dipengaruhi sehingga akan mendorong munculnya suatu gejala dalam perilaku pembelian yang tidak wajar. Membeli tidak lagi didasari karena produk tersebut memang dibutuhkan tetapi lebih kepada alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti *trend*, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Di kalangan remaja rasa ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar sangatlah besar, padahal mode atau *trend* sendiri selalu berubah seiring berjalannya waktu sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya, lantas muncullah perilaku yang konsumtif tersebut. Remaja yang konsumtif ini rela mengeluarkan uangnya hanya untuk menjaga gengsi dalam pergaulannya terlebih lagi dalam hal *fashion*, seperti pakaian, jilbab, sepatu, dan lain-lain. Hal ini dikarenakan setiap orang ingin dianggap eksis dalam lingkungan pergaulannya.

Sadar atau tidak gaya hidup konsumtif yang terjadi pada remaja tidak terlepas dari pesatnya teknologi yang telah menembus di tiap pelosok negeri, lebih lanjut keberadaan media *handphone* dengan akses internet yang merajalela. Hal ini berdampak pada gaya konsumtif yang tidak hanya berpusat pada pusat perbelanjaan saja tetapi telah merambat ke media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *blackberry messenger*, dan media sejenis yang tersedia dalam *smartphone* mereka.

Para remaja desa Pancur Mayong Jepara hampir setiap hari mengakses media-media tersebut untuk sekedar melihat-lihat produk yang *online shopper* sediakan atau bahkan mereka juga membeli barang-barang yang mereka inginkan. Kebanyakan dari mereka membeli sebuah produk dari media sosial *instagram*, kemudian mereka melakukan *chat* (pesan) melalui *blackberry messenger* (BBM) kepada penjual jika mereka benar-benar ingin membeli produk tersebut. Kemudian para penjual meminta data diri seperti nama, alamat, kode produk yang dipesan, jumlah yang dipesan, warna, dan nomor *handphone* yang bisa dihubungi jika terjadi suatu permasalahan yang tidak diinginkan.

Gaya hidup konsumtif yang sedang melanda para remaja desa Pancur Mayong Jepara bisa dibilang kurang tepat, meskipun mereka senang dan menikmati gaya hidup yang seperti itu. Hal itu dikarenakan remaja adalah sebuah kelompok umur yang mempunyai dinamika yang

unik, dalam masa remaja seseorang akan belajar untuk mengenal dirinya sendiri serta mengalami proses sosialisasi dengan lingkungan sosialnya. Usia remaja merupakan usia yang seharusnya difokuskan untuk pendidikan atau untuk belajar. Dan dari keenam informan merupakan remaja yang berstatus sebagai pelajar yang tentunya belum bisa menghasilkan uang sendiri atau belum bekerja, uang yang mereka keluarkan untuk membeli produk dari *online shop* adalah uang saku mereka, jadi mereka hanya mengandalkan uang saku pemberian orang tua. Sangat disayangkan jika uang saku tersebut dihabiskan hanya untuk memenuhi kebutuhan mereka yang konsumtif.

Jika gaya hidup konsumtif seperti itu terus mengakar pada diri remaja dalam perkembangannya maka lambat laun akan menjadikan mereka sebagai orang dewasa yang gaya hidup yang konsumtifnya semakin parah. Gaya hidup konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial, jika yang bergaya hidup konsumtif ini adalah remaja dengan kekuatan finansial yang lemah maka akan menimbulkan berbagai macam dampak, bukan hanya dampak ekonomi yang semakin memburuk akan tetapi juga dapat psikologis yang akan terjadi kepadanya, seperti menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Dalam Islam sendiri, konsumtif biasa disebut dengan *israf* (pemborosan) dan atau *tabdzir* (sia-sia), keduanya biasa diartikan sebagai pemborosan atau bermewah-mewahan dan merupakan sesuatu yang dibenci oleh Allah SWT. Sebenarnya dalam hal konsumsi, Islam mengajarkan sangat moderat dan sederhana, tidak berlebihan, tidak boros, dan tidak kekurangan karena pemborosan adalah saudara-saudara setan. Konsumsi dianggap sebagai suatu perkara yang baik, selama tidak membahayakan diri maupun orang lain. Islam mendorong manusia untuk mengkonsumsi sesuatu yang baik lagi halal untuk mewujudkan tujuan dari penciptaan manusia itu sendiri, yaitu beribadah kepada Allah dan menjadi khalifah-Nya di muka bumi. Artinya, manusia akan mendapatkan dua manfaat sekaligus yaitu

manfaat sekarang (dunia) dan manfaat akan datang (akhirat), inilah tujuan dari konsumsi yang sebenarnya.

Ajaran Islam sebenarnya bertujuan untuk mengingatkan umat manusia untuk membelanjakan hartanya sesuai kemampuannya. Pengeluaran tidak seharusnya melebihi pendapatan, dan tidak juga menekan pengeluaran terlalu rendah sehingga mengarah kepada kemegahan, pemborosan dan bermewah-mewahan.

Perilaku *israf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian, Islam tetap memperbolehkan seorang muslim untuk menikmati karunia kehidupan selama itu masih dalam batas kewajaran. Dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 31 dikatakan:

﴿يَبْنَىِٔ ءَآءَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَّلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf: 31)

Dalam ayat di atas disebutkan bahwa seorang muslim dianjurkan untuk memakai pakaian yang bersih, indah, dan sopan namun tidak boleh berlebih-lebihan. Berlebih-lebihan ini tidak hanya dalam hal berpakaian tetapi juga dalam hal lain seperti makan, minum, dan lain sebagainya. Sudah disebutkan beberapa kali bahwa Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan dalam hal apapun itu.

Didalam zaman modern sekarang ini banyak perilaku-perilaku seseorang yang berkonsumsi tetapi jauh dari norma-norma yang terdapat dalam hadis maupun dalam Al-Qur'an sehingga gaya hidup mereka pun berubah menjadi konsumtif. Hidup dengan kemegahan, pemborosan dan bermewah-mewahan seperti yang melanda para

remaja zaman sekarang ini dapat menjadi sebab dihilangkannya nikmat yang ada, karena hanya melahirkan kemaksiatan atau kemadharatan.

Dari ayat di atas, sangatlah jelas bahwa Allah sangat tidak menyukai makhluk-Nya yang berlebihan-lebihan atau melakukan pemborosan, untuk itu remaja yang telah terjangkit gaya hidup konsumtif ini harus menghindari bahkan meninggalkan gaya hidup yang seperti itu, yang dibenci oleh Allah SWT.

f. Perubahan Gaya Hidup Konsumtif karena *Online shop*

Hadirnya *online shop* yang kian marak pada saat ini tidak bisa dipungkiri berakibat pada perubahan gaya hidup seseorang, terutama pada remaja wanita desa Pancur Mayong Jepara, gaya hidup yang dimaksud adalah gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif telah dipaparkan di atas yakni pola hidup seseorang dalam membeli barang-barang secara berlebihan yang sebetulnya tidak dibutuhkan secara terencana, hanya untuk memenuhi kepuasan dan kenyamanan individu tersebut yang dilakukan secara terus-menerus.

Mereka mengaku bahwa sebelum adanya *online shop* dalam satu bulan aktivitas belanja mereka sangat minim, hanya satu atau dua kali mereka melakukan pembelian di antara salah satu dari pakaian, jilbab, sepatu, tas, aksesoris dan lain-lain dan itu mereka lakukan dengan menyambangi pasar, toko, ataupun tempat perbelanjaan lain. Namun setelah adanya *online shop* pola belanja mereka menjadi berubah, dalam satu bulan mereka bisa membeli sekitar empat sampai tujuh produk sekaligus, baik itu pakaian, jilbab, tas, sepatu, jaket, ataupun sejenisnya. Hal ini terjadi karena para remaja tergiur dengan model atau gaya yang ditawarkan dalam *online shop* sedemikian banyaknya dan hampir setiap minggunya terhadap model baru yang mereka anggap bagus, sehingga mereka seakan-akan terhipnotis dengan apa yang penjual *online shop* tawarkan tentunya dengan model-model yang baru dan modis tersebut. Saat ini yang sedang digandrungi para remaja adalah *sweater roundhand*, jilbab rawis

saudia, jilbab khimar smipet, dan lain-lain. Namun hal ini akan lain di keesokan hari, karena berbagai macam model baru diperbarui secara terus-menerus tanpa henti.

g. Konfigurasi Kebutuhan Manusia

Umumnya orang berpendapat bahwa kebutuhan pokok manusia terdiri dari pangan, sandang, dan papan. Tanpa terpenuhinya tiga jenis kebutuhan tersebut manusia tidak akan bisa hidup dengan baik. Memang benar bahwa ketiga kebutuhan tersebut sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia, tetapi bukan berarti kebutuhan-kebutuhan tersebut harus dicapai atau dipenuhi dengan berlebihan. Sebagai remaja muslim yang taat terhadap perintah agama hendaknya dapat membedakan yang mana kebutuhan dan juga keinginan, mana yang lebih penting dan mana yang belum begitu penting. Jangan sampai hal yang sebenarnya belum diperlukan justru malah dibeli atau dikonsumsi, hal ini akan menjadikan *madharat* atau tidak bergunanya barang tersebut. Jika hal ini berlanjut maka akan meningkatkan hawa nafsu dalam mengkonsumsi suatu barang dan menjadikannya tidak terkendali sehingga keinginan justru semakin besar dari pada kebutuhan.

Remaja yang mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan untuk mengkonsumsi barang secara berlebihan biasanya akan mengabaikan faktor pendapatan dan ketersediaan sumber daya ekonomi, yang seharusnya menjadi pertimbangan utama seseorang sebelum melakukan tindakan konsumsi. Dalam mengkonsumsi para remaja harus melihat bagaimana kondisi keuangan yang dimilikinya, jangan sampai membeli banyak barang namun kondisi ekonominya minim, sehingga akan menimbulkan hutang dimana-mana dan juga hal-hal lain yang tidak diinginkan.

Membahas tentang remaja, maka remaja pun memiliki kebutuhan khas tersendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Gorisson

(dalam Sri Jayanti, 2007) mengemukakan enam jenis kebutuhan khas remaja⁶, yakni:

1) Kebutuhan curahan kasih sayang

Kebutuhan ini biasanya ingin remaja dapatkan dari keluarga, terlebih lagi dari orang tua. Orang tua harus mengerti dan memahami keadaan ataupun kebutuhan remaja, seperti mengerti apa yang dibutuhkan.

2) Kebutuhan untuk diterima oleh kelompoknya

Teman sebaya adalah anak-anak atau remaja dengan tingkat usia atau kedewasaan yang sama. Salah satu fungsi teman sebaya adalah menyediakan suatu sumber informasi dan perbandingan tentang dunia luar. Begitu juga dengan remaja desa Pancur Mayong Jepara, mereka yang memiliki kelompok teman sebaya digunakan untuk mencari informasi seputar *fashion* yang berkembang dan model apa saja yang saat ini tengah digemari masyarakat, seperti jilbab pashmina, *skinny skirt*, dan lain-lain.

3) Kebutuhan untuk dapat mandiri

Dengan kemandirian berarti remaja harus belajar dan berlatih dalam membuat rencana, memilih alternatif, membuat keputusan, bertindak sesuai dengan keputusannya sendiri serta bertanggung jawab atas segala sesuatu yang dilakukannya⁷. Tak terkecuali bagi remaja desa Pancur Mayong Jepara, dalam berbelanja melalui *online shop* harusnya mereka mengetahui tahapan proses pembelian yang ada sehingga produk yang dibeli pun dapat dipertanggungjawabkan (tidak asal beli) dan dapat bermanfaat, tidak asal mengikuti pendapat teman dan mengikuti *trend*.

⁶ Muzdaifah M. Rahman, *Stress dan Penyesuaian Diri Remaja*, Kudus, STAIN Kudus, 2009, hlm. 89

⁷ *Ibid*, hlm. 94

4) Kebutuhan untuk bisa berprestasi

Remaja yang memiliki motivasi berprestasi tinggi ketika menghadapi masalah akan melakukan tindakan-tindakan yang positif untuk memecahkan masalahnya. Seperti halnya dalam menghadapi gaya hidup konsumtif, remaja harus memiliki solusi tersendiri, seperti menabung, berhemat, ataupun yang lainnya. Lebih baik lagi jika gaya hidup konsumtif ini mereka tinggalkan, sehingga waktu yang biasanya mereka gunakan untuk mengakses media sosial untuk melihat produk-produk baru yang bermunculan dapat mereka gunakan untuk belajar agar prestasi semakin bagus.

5) Kebutuhan untuk dapat pengakuan dari orang lain dan dihargai

Setiap manusia terlebih lagi remaja membutuhkan pengakuan secara layak atas keberadaannya bagi orang lain, jika mereka dilecehkan atau tidak dianggap maka akan marah atau tersinggung. Remaja desa Pancur Mayong Jepara menganggap mereka akan dihargai dan diakui oleh teman-teman jika *fashion* atau barang yang ia kenakan modis dan bagus.

6) Kebutuhan untuk memperoleh falsafah hidup

Jika falsafah hidup telah dimiliki, maka perasaan manusiawi tumbuh subur dalam diri remaja segenap aktivitasnya diliputi perasaan aman dan nyaman⁸. Apabila remaja desa Pancur Mayong Jepara telah mendapat kelima kebutuhan di atas maka kehidupan mereka akan lebih nyaman dan tenang terlebih lagi pengakuan dari teman sebaya mereka.

Sementara itu, dalam Islam juga memiliki kebutuhan khas tersendiri. Jika dalam ekonomi konvensional mengenal tiga kebutuhan yakni primer, sekunder, dan tersier maka dalam Islam juga terdapat tiga kebutuhan yang menjadi prioritas utama. Kebutuhan tersebut menurut Al-Syathibi dibagi dalam tiga tingkatan, yakni:

⁸ *Ibid*, hlm. 104

a) *Kebutuhan Dharuriyyah*

Yaitu sesuatu yang harus ada untuk mewujudkan kemaslahatan dunia akhirat. Apabila hal tersebut tidak ada, maka akan menimbulkan kerusakan bahkan hilangnya hidup dan kehidupan. Kemaslahatan manusia akan terwujud jika lima unsur dasar kehidupan manusia dapat dibangun dan dipelihara, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

b) *Kebutuhan Hajiyyah*

Kebutuhan atau masalah hajiyyah adalah sesuatu yang sebaiknya ada, sehingga dalam melaksanakannya terhindar dari kesulitan. Kalau sesuatu ini tidak ada, maka tidak akan menimbulkan kerusakan, maka akan berimplikasi pada munculnya kesempitan.

c) *Kebutuhan Tahsiniyyah*

Kebutuhan ini berfungsi menambah keindahan dan kesenangan hidup. Sekali-kali manusia perlu aspek tahsiniyat ini, namun kebutuhan dharuriyyah dan hajiyyah harus dipenuhi terlebih dahulu. Meskipun dapat dipenuhi namun jangan sampai berlebihan sehingga akan menimbulkan gaya hidup yang konsumtif.

Gaya hidup konsumtif dapat menimbulkan kecanduan dalam belanja, biasanya remaja tidak menyadari dirinya terjebak diantara keinginan dan kebutuhan. Selanjutnya, kebutuhan (bukan keinginan) menjadi ciri khas dalam menentukan perilaku konsumen di dalam perspektif Islam. Dilihat dari norma Islam, kebutuhan dapat didefinisikan secara objektif dibandingkan dengan keinginan.

Jika remaja yang lebih mengutamakan keinginan maka kepentingan pribadi dan kepentingan masyarakat akan sulit diakurkan, selain itu remaja yang secara terus-menerus mengutamakan keinginan rasa simpati dan empati kepada sesama akan bergurung, karena ia memikirkan diri sendiri. Berbeda dengan Islam yang menyatukan kepentingan ataupun kebutuhan individu dan sosial.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, selama dalam pemenuhan tersebut dapat menyebabkan martabat manusia meningkat. Semua sumber daya yang terdapat di dunia ini memang untuk manusia tapi bukan berarti mereka mampu menggunakannya secara berlebihan. Dengan kata lain, pemenuhan kebutuhan dan keinginan tetap diperbolehkan selama hal itu mampu menambah *maslahah* atau tidak mendatangkan *madharat*. Lebih jelasnya, antara kebutuhan dan keinginan harus dicapai dengan cara seimbang, dan lebih lagi jika terlebih dahulu yang diprioritaskan adalah kebutuhan, setelah itu baru keinginan tetapi jangan berlebihan.

h. Batasan Konsumsi dalam Islam

Sifat boros dan menghamburkan-hamburkan uang sangat dibenci oleh Islam, dan itu merupakan sifat setan. Untuk itu dalam Islam diatur sedemikian rupa mengenai batasan-batasan konsumsi dalam Islam, agar para muslim terhindar dari sifat boros dan menghamburkan-hamburkan uang.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, dan sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.⁹

Kita melihat batasan konsumsi dalam Islam sebagai mana diurai dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 87 sebagai berikut:

⁹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 12

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ

اللَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (Q.S. Al-Maidah: 87)

Arti penting yang dapat dipelajari dari ayat di atas adalah kenyataan bahwa kebutuhan hidup remaja itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup dapat berjalan dengan baik. Namun, bila remaja memenuhi kebutuhan hidup itu dengan cara berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada dirinya. Banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena *israf*, diantaranya adalah egoisme, *self-interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu, dalam menghapus perilaku *israf* Islam memerintahkan:

- 1) Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat.

Remaja yang baik harus lebih mengutamakan kebutuhannya yang lebih penting dan bermanfaat dari pada memenuhi hawa nafsu yang hanya untuk kesenangan duniawi semata.

- 2) Menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.¹⁰

Konsumsi yang berlebihan harus dihindari oleh para remaja, bukan hanya dalam hal konsumsi sandang saja, tetapi semua jenis konsumsi harus dicapai dengan cara yang seimbang agar tidak ada efek buruk yang terjadi padanya.

¹⁰ *Ibid*, hlm 16

Para remaja tidak perlu bermewah-mewahan dalam hal berpakaian, karena itu merupakan *israf* atau sikap pemborosan yang dibenci oleh agama Islam. Kesederhaan sangat dibutuhkan oleh para remaja agar dapat meninggalkan sifat boros dan bermewah-mewahan. Harta untuk konsumsi harus dibatasi, dan dalam Islam sendiri mengenal dua pembatasan dalam penggunaan harta, yaitu:

1) Batasan dalam segi kualitas

Hal ini berkaitan dengan larangan membelanjakan harta untuk mendapatkan barang yang memabukkan dan menimbulkan kerusakan pada tubuh dan akal, seperti minuman keras dan narkotika.¹¹ Meskipun kedua hal tersebut tidak dikonsumsi oleh para remaja dan tidak diperjual belikan dalam *online shop* namun aktivitas jual beli yang dilakukan oleh para remaja desa Pancur Mayong Jepara merupakan suatu pemborosan dan kemubadziran karena pasalnya mereka membeli suatu barang secara terus menerus dan berlebihan. Dalam hal ini Ibnu Mas'ud berkata, "*tabdzir, israf* atau boros ialah membelanjakan harta bukan untuk kebenaran", sedangkan Qatadah berkata "boros atau *tabdzir* ialah membelanjakan harta untuk maksiat kepada Allah, bukan di jalan yang benar".

2) Batasan dalam segi kuantitas

Dalam hal ini para remaja tidak boleh terjerumus dalam kondisi "besar pasak dari pada tiang", yaitu pengeluaran lebih besar dari pada penghasilan, apalagi untuk hal-hal yang tidak mendesak atau hanya untuk mengikuti keinginan dan bukan suatu kebutuhan. Terkadang banyak orang yang dalam memenuhi keinginannya, ia berhutang kepada orang lain. Jika hal ini terjadi kepada para remaja yang berstatus pelajar dan belum bekerja, maka hal ini akan menimbulkan masalah besar. Pastinya untuk membayar hutang-hutang tersebut akan mengalami kesulitan dan

¹¹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta, Gema Insani, 1997, hlm. 159

akan semakin bermasalah pula jika orang tua ataupun orang lain yang disuruh menanggungnya.

Seperti firman Allah dalam Q.S. Al-Isra' ayat 29

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسِطِ فَتَقْعُدَ

مُلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu, dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal”. (Q.S Al-Isra’: 29)

Ayat di atas menganjurkan kepada kita agar hidup dalam keadaan yang seimbang, tidak terlalu kikir juga tidak terlalu boros. Semua harus seimbang, karena Allah tidak suka dengan sesuatu yang berlebihan.

Pembatasan penggunaan harta diatur dalam Islam bukan tanpa tujuan, namun terdapat beberapa tujuan yang jelas, diantaranya:

a) Pendidikan Moral

Gaya hidup konsumtif bukanlah ciri-ciri seorang mukmin, ia dikategorikan dalam golongan orang yang hidup mewah dan pemboros yang merupakan hal sangat dibenci oleh Allah SWT. Kelak mereka akan dilemparkan ke api neraka dan dijadikan kayu bakar bersama orang-orang kafir. Oleh karena itu, remaja desa Pancur Mayong Jepara diharapkan mampu berhemat dan menikmati kebaikan dunia dan membatasi diri dari yang haram dan mendekati diri dengan yang halal. Para remaja yang terlena dengan gaya hidup konsumtif ini akan dikhawatirkan semakin membelenggu sehingga mereka menikmati dunia dengan penuh hawa nafsu dan keinginan yang menggebu, ini artinya mereka

condong kepada dunia. Jika hal ini terjadi maka mereka akan memenuhi keinginan atau nafsu tanpa sedikitpun bisa dicegah.

b) Pendidikan Masyarakat

Sesungguhnya yang menyebabkan orang miskin bertambah sengsara dan orang susah bertambah sakit hati adalah dengan adanya orang-orang hidup yang melampaui batas, padahal kelebihan-kelebihan tersebut dapat mencukupi kebutuhan mereka.¹² Gaya hidup konsumtif dapat membawa dampak buruk bagi masyarakat, seperti semakin terlihatnya sebuah gap (jurang) perbedaan di antara remaja yang modis dan remaja yang sederhana serta apa adanya. Karena seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan bahwa mereka hanya mau berteman dengan orang yang modis pula. Jika hal ini terus berlanjut maka akan menimbulkan sikap iri yang terjadi di tengah-tengah masyarakat, sehingga dalam suatu lingkungan masyarakat bisa juga terjadinya perpecahan golongan.

c) Pendidikan Ekonomi

Hidup bermewah-mewahan adalah tindakan yang menggagalkan upaya peningkatan produksi, harta dihabiskan hanya untuk membeli barang-barang yang sebenarnya belum begitu dibutuhkan, kurang berarti dalam kehidupan, dan beberapa kemubadziran lainnya. Sekiranya para remaja desa Pancur Mayong Jepara dapat menahan diri, jangan haus mata jika melihat mode baru yang di upload para penjual online shop, dan bersikap sederhana. Maka uang yang mereka miliki dapat dijadikan modal untuk berwirausaha, meskipun para remaja desa Pancur Mayong Jepara belum mendapat bekal untuk berwirausahaan namun lebih baik lagi jika mereka mau berwirausaha dan menjadi pribadi yang produktif dari pada terus-menerus menjadi konsumen.

¹² *Ibid*, hlm. 161

2. Faktor Penyebab Remaja memilih *Online Shop* dalam Berbelanja

Sebagai salah satu pelaku konsumsi dalam pemanfaatan jasa *online shop*, remaja menggunakan jasa *online shop* tersebut bukan tanpa sebab, ada faktor pendukung yang menyebabkan mereka menggunakan jasa ini. Kebutuhan konsumsi bagi remaja bukan hanya untuk mengkonsumsi secara manfaat tetapi juga sebagai konsumsi tatanan baru yang membuat para remaja mengkonsumsi barang tersebut, seperti halnya mereka ingin tambah modis dalam hal fashion.

“Aku tuku-tuku neng online shop kuwi gak mung kanggo memenuhi kebutuhan sandangku, tapi aku pengen modis koyo artis-artis, pokok’e ben kekinian tur gak kampungan “ (Saya membeli produk-produk di online shop ini bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan sandangku, tetapi biar gayaku ini lebih modis seperti artis-artis, pokoknya kekinian, dan gak kampungan).¹³

Sebagian dari ojek penelitian mengungkapkan bahwa mereka mengkonsumsi *online shop* karena ada beberapa faktor, baik itu faktor dari diri mereka sendiri ataupun faktor dari lingkungan. Faktor-faktor penyebab remaja mengkonsumsi barang melalui *online hop* diantaranya sebagai berikut:

a. Efisiensi Waktu

Online shop bagi sebagian orang khususnya remaja memiliki warna baru, karena dengan online shop ini kita bisa membeli produk yang kita inginkan tanpa harus pergi jauh-jauh ke tempat penjual. Hal ini membuat sebagian remaja semakin berminat dalam menggunakan jasa online shop. Selain itu, keuntungan yang ditawarkan dengan berbelanja melalui online shop ini adalah efisiensi waktu. Menghemat waktu dalam membeli kebutuhan atau mengkonsumsi dipilih sebagai remaja dalam memanfaatkan *online shop*.

Siswi yang aktif dalam kegiatan di sekolahnya sebagai anggota pramuka ini Elsa Olifia Ainil (16 tahun) membuat ia sibuk sehingga berusaha mencari alternatif lain untuk memenuhi konsumsinya dengan

¹³ Wawancara dengan Vivi Cahyani, tanggal 13 Juni 2016

menggunakan *online shop*. Elsa memaparkan keuntungannya dalam menggunakan *online shop* sebagai berikut:

“Aku suka sama online shop tuh soalnya menghemat waktu, aku kan orangnya lumayan sibuk dengan kegiatan di sekolah, jadinya aku suka berbelanja online. Lagian aku juga males jauh-jauh pergi ke pasar atau toko, soalnya ribet”.¹⁴

Dari pemaparan di atas, sangatlah jelas bahwa *online shop* sangat menguntungkan bagi penggunanya. Jadi tidak salah lagi jika setiap waktu penggunanya semakin bertambah.

b. Sebagai Pemenuhan Kebutuhan

Bagi sebagian remaja yang sedang menempuh pendidikan dibangku sekolah membuat mereka memiliki berbagai macam konsumsi yang harus dipenuhi. Konsumsi tersebut menuntut untuk dipenuhi agar terjadi keseimbangan, namun saat ini konsumsi yang dimaksud bukan lagi sekedar memenuhi kebutuhan yang berfungsi. Konsumsi yang sebenarnya menurut kajian ekonomi adalah mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan, dari kacamata sosiologis konsumsi yang dimaksud bukan hanya sekedar konsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau pemenuhan kebutuhan akan tetapi konsumsi kepuasan dan keinginan.

Kaitannya *online shop* dengan keinginan dan pemenuhan kepuasan adalah pada kondisi dimana *online shop* sebagai alat untuk melancarkan aksi pemenuhan kepuasan semata. Jika tidak mengkonsumsi barang lewat *online* maka ada rasa tidak puas pada dirinya. Konsumsi keinginan disini terbukti oleh beberapa pendapat bahwa *online shop* dapat memberikan kepuasan bagi sebagian penggunanya. Namun adapun faktor keinginnan disana yaitu dengan menggunakan *online* maka ia sudah mengkonsumsi kebutuhan dan keinginan.

¹⁴ Wawancara dengan Elsa Olifia Ainil, 16 Juni 2016

Seperti halnya Nur Afifah, ia menjelaskan bahwa tujuan utama menggunakan *online shop* adalah sebagai pemenuhan kebutuhan konsumsinya, terutama kebutuhan sandang, yakni pakaian.

c. Akses yang Mendukung dan Mudah

Jika ada akses yang mendukung maka segalanya akan menjadi mudah, tidak terkecuali dalam berbelanja melalui *online shop*. Salah satu aspek utama yang paling penting untuk menunjang kemudahan adalah adanya aspek yang menunjang yaitu adanya handphone dan jaringan internet. Asumsi tersebut diperkuat oleh pernyataan Nur Afifah (17 tahun) siswi SMK AL-Anwar Mayong sebagai berikut:

“Membeli dari online itu mudah sekali, apalagi kalau kita punya akses misalnya hp android atau BB, ditambah lagi kita punya paketan internet pasti lebih mudah. Tinggal mencari barang yang diinginkan di fb, instagram, atau BBM. Kalau ada yang disukai langsung tanya-tanya ke penjual, kalau cocok langsung order, transfer, tiba-tiba barang udah sampai rumah”.¹⁵

Menurut Ifa ber belanja dengan menggunakan jasa *online shop* lebih mudah, barang yang diinginkan dapat dengan mudah didapatkan dan kita hanya menunggu tanpa harus membeli langsung ke toko. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa fenomena *online shop* bagi remaja sudah menjadi hal yang wajar dan umum. Ketika mereka sudah diberikan fasilitas yang memudahkan untuk mengakses segala yang diinginkan mereka akan memanfaatkannya dengan maksimal.

d. Pengaruh Lingkungan Pergaulan

Tidak sedikit remaja mengkonsumsi suatu barang hanya karena ikut-ikutan teman ataupun *trend* zaman sekarang. Hal ini dikarenakan lingkungan sangat berpengaruh dalam pembentukan kepribadian, identitas serta gaya hidup seseorang. Lingkungan pergaulan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membentuk kepribadian seseorang. Memiliki teman yang hobi berbelanja dapat menimbulkan rasa ingin meniru dan memiliki apa yang dimiliki juga oleh temannya. Hobi

¹⁵ Wawancara dengan Nur Afifah, 19 Juni 2016

belanja ini timbul karena mengikuti teman-temannya. Setiap kali temannya mempunyai barang baru, maka dia akan ikut membelinya.

“Aku biasane tuku ko online kuwi mergo dionjok-onjoki koncoku, ben aku gak kudet, gak ketinggalan zaman. Aku biasane nek koncoku duwe barang aku juga pengen duwe, ben kompak”.¹⁶

(Saya biasanya beli lewat *online* itu karena saya dipengaruhi teman-teman, biar saya tidak kudet, tidak ketinggalan zaman. Saya biasanya kalau teman saya punya suatu barang saya pun ingin memilikinya juga).

Adanya teman sepermainan yang memiliki gaya hidup konsumtif di suatu kelompok, memberikan suatu sugesti kepada teman lain untuk bergaya hidup seperti itu. Secara tidak langsung teman memberikan pengaruh yang besar pada teman lain untuk membeli serta menggunakan *fashion* yang sedang trend, agar ia dianggap sama dengan teman-temannya yang lain dan tidak dianggap ketinggalan zaman.

e. Faktor Kepribadian

Selain keempat faktor di atas, faktor lain dalam pembelian *online shop* adalah faktor dari diri sendiri, yakni kepribadian. Kepribadian disini dapat terlihat dari gaya atau model *fashion* seperti apa yang dibeli para remaja, seperti halnya Widya (17 tahun) yang lebih suka membeli pakaian bermodel sweater, rok span dan jilbab simpel khimar, dari sini terlihat bahwa Widya memiliki kepribadian yang simpel namun terlihat modis. Berbeda dengan Khilda (17 tahun) yang lebih suka pakaian berjenis kemeja dan jilbab bermodel pashmina yang menunjukkan bahwa ia terlihat elegan namun tetap modis.

3. Dampak Maraknya *Online Shop*

Segala sesuatu di dunia ini pasti ada sebab dan akibatnya, jika sebab para remaja desa Pancur menggunakan jasa *online shop* karena

¹⁶ Wawancara dengan Elsa Olifia Ainil, tanggal 16 Juni 2016.

beberapa faktor di atas berbeda halnya dengan dampak yang ditimbulkan, dampak dari maraknya *online shop* ini memiliki dampak positif dan dampak negatif. Dampak-dampak tersebut antara lain:

a. Dampak Positif

1) Kebutuhan Terpenuhi

Tidak dapat dipungkiri bahwa tujuan utama seseorang melakukan konsumsi adalah agar kebutuhannya terpenuhi, begitu pula dengan remaja yang melakukan pembelian melalui *online shop* ini. Dengan *online shop* ini membuat mereka lebih *fashionable*, modis, dan *trendy*.

*“Dengan adanya online shop ini membuat semua kebutuhanku menjadi terpenuhi, karena di online shop ini hampir semua produk atau barang sudah ada. Mulai dari pakaian, tas, sepatu, aksesoris, bahkan barang-barang yang harganya mahal seperti handphone, dan elektronik lainnya pun sudah ada. Pokoknya kalau mau berbelanja di online shop semua kebutuhan kita dapat terpenuhi”.*¹⁷

Pernyataan tersebut jelaslah bahwa *online shop* juga memiliki dampak positif, salah satunya adalah dapat memenuhi kebutuhan siapapun yang mau berbelanja via *online shop*.

2) Memberikan Kepuasan bagi Konsumen.

Tidak sedikit dari remaja di desa Pancur Mayong Jepara merasakan kepuasan setelah berbelanja melalui *online shop* dalam memenuhi kebutuhannya. Meskipun beberapa dari mereka juga pernah merasakan kecewa karena produk yang mereka beli tidak sesuai dengan gambar ataupun keterangan yang tertera di produk tersebut. Meskipun pernah kecewa, namun banyak dari mereka tidak ‘kapok’ justru semakin menggemari produk-produk yang ditawarkan *online shop*.

¹⁷ Wawancara dengan Khilda Nur Lutfiana, tanggal 13 Juni 2016.

"Kepuasan yang saya dapat dari online shop ini pertamanya saya senang. Meskipun pernah kecewa karena barang yang tertera di foto tidak sesuai dengan barang yang dikirim ke saya tetapi tidak apa-apa. Sepertinya semua pelanggan online shop juga pernah mengalami kekecewaan seperti saya. Tapi itu tidak membuat saya jera, justru saya merasa lebih dominan merasakan kepuasan dengan adanya online shop ini".¹⁸

"Saya sangat puas sekali dengan hadirnya online shop ini, sepertinya online shop adalah kehidupanku".¹⁹

Wawancara dengan Vivi dan Widya tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa berbelanja melalui *online shop* lebih banyak memberikan rasa puas kepada kosumen.

3) Memberikan Kemudahan

Keuntungan yang didapat selanjutnya dalam berbelanja melalui *online shop* ini adalah konsumen diberi kemudahan dalam berbelanja, karena dengan *online shop* mereka tidak perlu jauh-jauh ke tempat belanja, tidak perlu berdesakan di pasar, tidak perlu menawar harga, dan lain-lain. Hal ini sangat praktis dan efektif untuk semua orang apalagi untuk remaja.

"Aku memilih belanja di online shop karena mudah, efektif, praktis, tidak menyita waktu. Pokoknya aku senang aja, kalau belanja di toko, mall atau pasar juga males soale jauh, dan pasti menyita banyak waktu dan tenaga."²⁰

Jelas sekali dari pernyataan tersebut bahwa berbelanja melalui *online shop* memiliki begitu banyak kemudahan dan kepraktisan.

4) Menjadi lebih Trendy, Modis, dan Gaya.

Dampak positif selanjutnya adalah membuat para remaja lebih *trendy*, modis, dan gaya. Hal ini sesuai dengan naluri seseorang remaja yang ingin terlihat 'wah' di mata teman sebaya

¹⁸ Wawancara dengan Vivi Cahyani, tanggal 13 Juni 2016

¹⁹ Wawancara dengan Widya Wahidatun Nihlah, tanggal 18 Juni 2016

²⁰ Wawancara dengan Widya Wahidatun Nihlah, tanggal 18 Juni 2016

mereka. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa remaja zaman sekarang menganggap bahwa *fashion* adalah suatu hal yang begitu penting bagi mereka.

*“Bagiku online shop sangat penting, karena banyak pilihan yang disajikan oleh para penjual, terus desain bajunya bagus-bagus kayak artis-artis di televisi. Jadi tambah percaya diri makainya, terus kalau lagi kumpul sama temen-temen kelihatan nggak ‘kuper’, kekinian, kelihatan lebih ‘nggaya’ dan trendy”.*²¹

Dari pernyataan Ifa tersebut, dapat diartikan bahwa remaja yang mengkonsumsi produk *online shop* akan terlihat lebih *fashionable* dibanding dengan mereka yang tidak mengkonsumsi. Jelaslah bahwa *online shop* ini sangat membantu remaja yang ingin diakui oleh teman sebaya mereka.

b. Dampak negatif

1) Pergeseran Pola Belanja

Pergeseran teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan perubahan yang signifikan. Jaringan sosial internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan seseorang dalam kehidupannya. Anak muda khususnya remaja mengekspresikan dirinya dengan mencari informasi terkait dengan tatanan kehidupannya salah satu caranya dengan menggunakan internet. Perkembangan teknologi ini membawa banyak perubahan dalam gaya hidup remaja. Internet memperkenalkan penggunaanya kepada dunia maya, beragam fasilitas ditawarkan mulai dari berita, video, foto, dan jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *blackberry messenger*, dan *instagram*. hingga berbelanja dapat ditemukan melalui akses internet.

Remaja ataupun pelajar merupakan pengguna fasilitas internet yang hampir setiap hari akrab dengan teknologi tersebut. Pada saat ini beragam cara dapat di lakukan untuk mengakses

²¹ Wawancara dengan Nur Afifah, tanggal 19 Juni 2016

internet bahkan fasilitas didalam *handphone* canggih yang menyediakan fasilitas internet dapat dengan mudah di akses dimanapun kapanpun. Fasilitas internet yang disajikan adalah dengan berbelanja *Online* atau dengan istilah lain *Online Shop*. Maraknya *online shop* di kalangan remaja saat ini menjadi hal yang baru yang sedikit banyak mempengaruhi pola konsumsi mereka.

Kebutuhan remaja seperti pakaian, jilbab, tas, sepatu, dan lain-lain dapat mereka temukan melalui akses internet dengan *online shop* dengan mudah. Penggunaan *online shop* bagi remaja merupakan suatu perubahan gaya hidup, dimana jika mereka dahulu ingin membeli barang yang diinginkan harus berdesak-desakan di pasar namun setelah adanya *online shop* mereka tidak perlu lagi melakukan hal seperti itu, inilah suatu perubahan yang baru dan praktis untuk semua orang.

Namun perubahan tersebut memberikan perubahan tentang suatu nilai yaitu nilai sosial yang semula jika bertransaksi di pasar menggunakan komunikasi secara verbal dalam bertransaksi, sebaliknya jika berbelanja melalui *online shop* proses bertransaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar atau berkomunikasi verbal. Dengan kata lain, adanya *online shop* ini sedikit banyak mampu menggeser pola belanja mereka yang dulunya akrab dengan pasar sekarang sudaha jarang ditemui.

Berikut ini penuturan dari Vivi:

“Sebelum ada online shop aku biasanya memenuhi kebutuhanku di pasar, toko, dan mall. Tapi kalau ke mall harganya mahal-mahal jadi jarang kesana. Tapi setelah ada online shop saya hampir tidak pernah ke pasar, karena males juga soalnya ada proses tawar menawar yang menyita banyak waktu, terlebih lagi model pakaian yang dijual di pasar kurang

*bagus, terus bahannya juga kurang nyaman. Pokoknya kurang suka”.*²²

Pernyataan dari Vivi tersebut sangat jelas sekali bahwa *online shop* ini telah merubah gaya hidupnya yang semula suka berbelanja di pasar, namun setelah ada *online shop* pasar semakin tidak diminati.

2) Kecanduan

Dampak selanjutnya adalah membuat remaja menjadi kecanduan dan gila belanja, ini berarti mereka membeli barang bukan karena kebutuhan tetapi lebih kepada keinginan merasa puas dan hawa nafsu belaka. Seperti pemaparan berikut ini:

*“Dampak dari sikapku yang suka belanja ini memang membuat aku semakin konsumtif, semakin gila belanja, dan kecanduan. Jadinya ingin beli barang ini – itu semuanya, tapi mau gimana lagi suka kok. Kalau sudah membeli barang yang saya ingin tersebut rasanya langsung puas dan lega”.*²³

Penjelasan dari Widya tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja seperti ini biasanya tidak memikirkan risiko dari aktivitasnya tersebut seperti hilangnya uang dengan percuma karena membeli suatu barang yang belum tentu menjadi kebutuhannya.

Kebiasaan ini pun semakin sulit untuk diatasi seiring bertambahnya waktu. Alhasil tak sedikit remaja yang menjadi pecandu belanja bahkan bisa saja saat mereka tidak mempunyai banyak uang, mereka hanya merasakan kesenangan semata dalam menjalani gaya hidup seperti ini. Ketika mereka memperoleh apa yang diinginkan, maka rasa senang itu akan muncul. Kepuasan tersendiri apabila seorang pecandu belanja dapat memenuhi hasrat belanjanya.

Kebutuhan akan rasa nyaman inilah yang dimanfaatkan para produsen dengan cara memborbardir konsumen dengan berbagai iklan produk sehingga konsumen menjadi ketagihan dan menjadikan

²² Wawancara dengan Vivi Cahyani, tanggal 13 Juni 2016

²³ Wawancara dengan Widya Wahidatun Nihlah, tanggal 18 Juni 2016

belanja sebagai sarana pelepasan ketegangan dan menjadi gaya hidup konsumtif tentunya.

3) Pemborosan

Gaya hidup yang konsumtif memberikan dampak negatif salah satunya yakni membuat remaja menjadi boros. Pemborosan yang dimaksudkan dapat dinilai dari pengeluaran remaja dalam membeli barang-barang yang ia inginkan setiap bulannya. Terlebih lagi bagi remaja yang masih berstatus sebagai pelajar, dan belum memiliki pekerjaan.

Namun saat ditanyai tentang hal tersebut Widyia menjelaskan:

“Iya saya tau saya masih pelajar dan belum bekerja, namun saya membeli barang online tersebut bukan semuanya meminta uang dari orang tua. Tetapi saya menyisihkan uang saku saya untuk membeli barang-barang tersebut. Saya akui memang boros, tetapi saya tidak ‘mboheman’ karena itu adalah uang tabungan saya”.

Dari penjelasan di atas jelaslah bahwa suatu pemborosan pun sudah menjadi hal yang wajar di kalangan para remaja. Jika hal ini terus terjadi maka dapat merusak tatanan moral dan agama yang sudah ada.

Islam mewajibkan setiap orang untuk membelanjakan hartanya untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri dan keluarga serta menafkahnannya di jalan Allah. Dengan kata lain, Islam ialah agama yang memerangi kekikiran dan kebakhilan. Dasar pijakan kedua tuntunan yang adil ini adalah larangan brtinak mubazir dan boros karena Islam mengajarkan agar konsumen bersikap sederhana. Sikap ini dilandasi oleh keyakinan bahwa manusia harus mempertanggung jawabkan hartanya di hadapan Allah. ²⁴

²⁴ Anita RAhmawaty, *Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam: Konsep dan Implikasi untuk Pemasaran Produk Bank Syariah*, Kudus, STAIN Kudus, 2011, hlm. 81