

**GAYA HIDUP SANTRI PONDOK PESANTREN AL-FITHROH PUTRI
DALAM AKTIVITAS BELANJA *ONLINE* PADA APLIKASI SHOPEE**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

ENI FAUZIYAH

NIM. 19105040069

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA

FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2023



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1892/Un.02/DU/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : GAYA HIDUP SANTRI PONDOK PESANTREN AL - FITHROH PUTRI DALAM AKTIVITAS BELANJA ONLINE PADA APLIKASI SHOPEE

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ENI FAUZIYAH
Nomor Induk Mahasiswa : 19105040069
Telah diujikan pada : Jumat, 17 November 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Moh Soehadha, S.Sos.M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 656bd23cc3e97



Penguji II

Hikmalisa, S.Sos., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6572acb8dfca5



Penguji III

Nur Afni Khafsoh, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 6570391acf887



Yogyakarta, 17 November 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6577e2au3f997

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Eni Fauziyah
NIM : 19105040069
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Program Studi : Sosiologi Agama
Judul Skripsi : Gaya Hidup Santri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri Dalam
Aktivitas Belanja *Online* Pada Aplikasi Shopee

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang diajukan merupakan karya ilmiah asli yang ditulis sendiri.
2. Apabila skripsi telah dimunaqosyahkan dan diwajibkan revisi, saya bersedia dan sanggup merevisi dalam jangka waktu dua bulan sejak tanggal munaqosyah. Apabila ternyata lebih dari dua bulan revisi skripsi belum selesai, maka saya bersedia dinyatakan batal munaqosyah dan bersedia munaqosyah kembali.
3. Jika dikemudian hari diketahui bahwa bukan karya ilmiah saya (*plagiasi*), saya bersedia menerima sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 3 November 2023

Yang membuat pernyataan,



Eni Fauziyah

19105040069

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eni Fauziyah
NIM : 19105040069
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Program Studi : Sosiologi Agama

Dengan surat ini, saya nyatakan bahwa saya benar-benar mengenakan jilbab dengan penuh kesadaran dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, saya tidak akan menuntut Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian surat pernyataan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 3 November 2023
Yang membuat pernyataan,



Eni Fauziyah
19105040069

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Skripsi Sdri. Eni Fauziyah

Lamp : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Eni Fauziyah

NIM : 19105040069

Judul Skripsi : Gaya Hidup Santri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri

Dalam Aktivitas Belanja *Online* Pada Aplikasi Shopee

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S.Sos) di Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi tugas akhir Saudari tersebut dapat segera di munaqosyahkan. Atas perhatian Saudari, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 3 November 2023

Pembimbing

Dr. Moh. Soehadha, S. Sos., M. Hum.

NIP.19720417 199903 1 003

ABSTRAK

Pesantren saat ini dihadapkan dengan percepatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus berkembang, sehingga mengharuskan mereka beradaptasi dengan percepatan teknologi yang ada seperti kehadiran aplikasi Shopee. Aplikasi Shopee telah mengubah sistem jual-beli yang semula tradisional menjadi *online*. Salah satu gambaran umum mengenai aktivitas belanja *online* dapat dilihat di lingkungan pondok pesantren. Pada dasarnya, dalam pondok pesantren selalu diajarkan nilai-nilai moral keagamaan seperti kesederhanaan, hidup merasa cukup dan tidak berlebihan dalam mengonsumsi barang sesuai kebutuhan. Namun, adanya kemajuan teknologi digital seperti Shopee, membuat pondok pesantren terpengaruh sehingga menyebabkan perubahan dalam kebiasaan konsumsi pada santri. Berdasarkan latar belakang tersebut, dalam skripsi ini kemudian akan menjawab dua rumusan masalah yakni: 1) Apa saja aktivitas *online* yang dilakukan santri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri pada aplikasi belanja *online* Shopee? dan 2) Bagaimana gaya hidup santri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee?

Penelitian ini secara khusus mendeskripsikan berbagai jenis aktivitas *online* yang dilakukan santri dan mengidentifikasi gaya hidup santri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee. Penelitian ini dalam melihat gaya hidup santri menggunakan kerangka teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Kemudian data dikumpulkan melalui proses observasi, wawancara dengan informan yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*, dan dokumentasi. Analisis data meliputi 1) pengumpulan data; 2) reduksi data; 3) penyajian data; 4) verifikasi data; dan 5) kesimpulan.

Dengan demikian diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa, *Pertama*, adanya aktivitas *online* yang dilakukan oleh santri pada aplikasi shopee dilatarbelakangi oleh masuknya aplikasi Shopee di lingkungan Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri. Terdapat beberapa aktivitas *online* yang dilakukan santri mahasiswa pada aplikasi Shopee seperti memilih dan memilah produk dengan membaca ulasan atau melihat ulasan melalui Shopee *video*, memainkan fitur Shopee *games*, dan menonton sesi Shopee *live* dengan mempertimbangkan nilai keagamaan dalam melakukan kegiatan belanja. *Kedua*, melalui perspektif teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard, maka asumsi yang terkandung dalam konsep simulasi dan hiperealitas, terepresentasikan dalam aktivitas belanja sebagai berikut: 1) pembelian secara impulsif (*impulsive buying*); 2) mengikuti arus tren *fashion* muslimah; dan 3) konsumsi yang dipengaruhi oleh iklan pada aplikasi Shopee. Fakta itu menunjukkan bahwa hadirnya teknologi digital menyebabkan kehidupan manusia semakin dipermudah dengan adanya platform digital melalui Shopee yang telah membawa tren baru dalam berbelanja. Santri sebagai bagian dari kelompok sosial, telah menjadi sasaran dari mekanisme digital yang mempengaruhi gaya hidup mereka.

Kata Kunci: Gaya hidup, aktivitas *online*, santri, Shopee

MOTTO

”Terus melangkah, tidak perlu mengambil langkah besar, cukup langkah kecil saja. Hal ini akan jauh lebih bermakna daripada mundur atau berdiam diri”.

– Ria SW –

”Semalas-malasnya mengerjakan skripsi, tetaplah konsisten mengerjakan skripsi walaupun satu hari hanya satu paragraf”.

– Mamah –

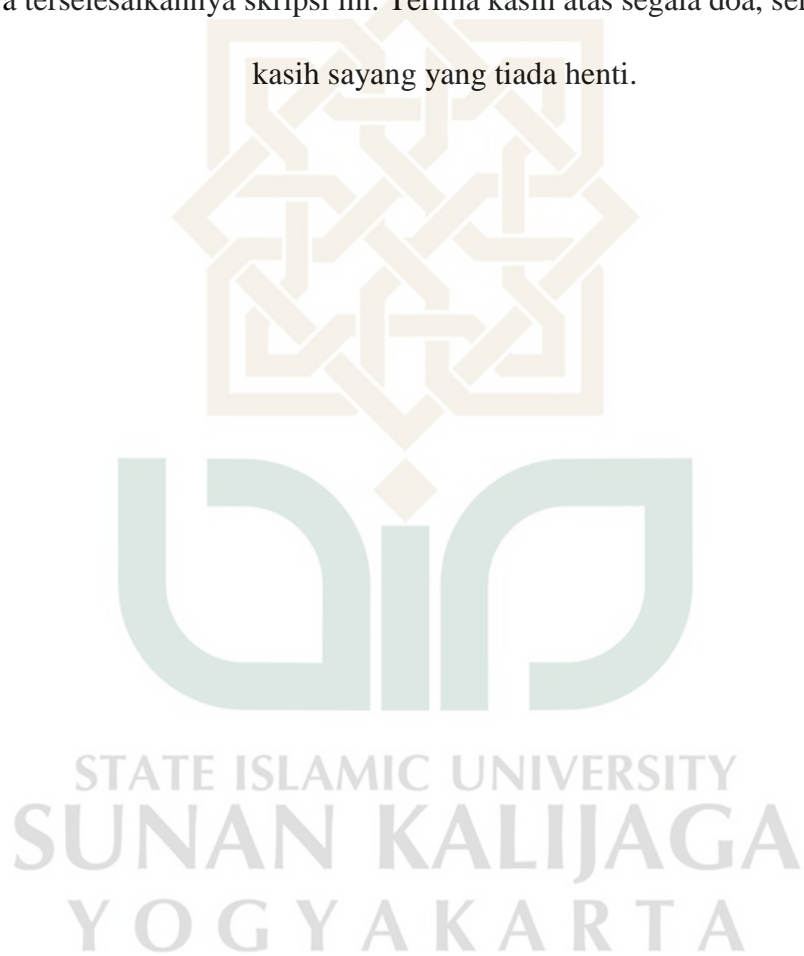


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama dan terutama, saya mempersembahkan skripsi ini bagi diri saya sendiri,

Kedua, teruntuk Mamah dan Bapak yang selalu mendoakan serta mendukung agar segera terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas segala doa, semangat, dan kasih sayang yang tiada henti.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah. Puji syukur bagi Allah Swt, yang senantiasa memberikan nikmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan lancar walau jauh dari kata sempurna. Sholawat dan salam senantiasa dihaturkan kepada Nabi Muhammad Saw yang selalu dinantikan syafa'atnya di *Yaumul Qiyamah*.

Syukur *alhamdulillah*, skripsi dengan judul "Gaya Hidup Santri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri Dalam Aktivitas Belanja *Online* Pada Aplikasi Shopee", dapat terselesaikan berkat doa dan dukungan dari berbagai pihak. Peneliti menyadari jika skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu, skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya kritik, saran, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, M. Hum., M. A.
3. Ketua beserta Sekretaris Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag., M.Pd., M.A. dan Ibu Ratna Istriyani, M.A.
4. Dosen penasihat akademik, Bapak Abd. Aziz Faiz, M.Hum.

5. Dosen pembimbing skripsi, Bapak Dr. Moh. Soehadha, S.Sos., M.Hum. yang telah meluangkan waktu untuk membimbing selama penelitian berlangsung hingga skripsi ini selesai.
6. Segenap Dosen Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta pengalaman hidup yang berharga. Semoga selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam perlindungan-Nya.
7. Segenap staf dan karyawan Tata Usaha Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya Ibu Vika yang sudah membantu serta memberikan kemudahan dan kelancaran administrasi dalam menyelesaikan skripsi.
8. Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri, Jejeran, Wonokromo, Pleret, Bantul yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di pondok pesantren tersebut.
9. Keluarga khususnya Bapak, Mamah, dan kedua adik saya yang selalu memberi semangat dan dukungan selama proses perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas dukungan hingga saat ini, semoga Bapak Mamah sehat selalu dan selalu dalam lindungan-Nya.
10. Segenap keluarga besar 'Amreta Tisna' Sosiologi Agama 2019 sebagai teman seperjuangan selama kegiatan perkuliahan khususnya teman-teman kelas B dan tak lupa Siti Lutfiyah serta teman-teman yang dengan sabar menjawab setiap pertanyaan mengenai skripsi.

11. Teman-temanku Afrizal, Syafi'i, Rofiqi, Ferry, Fadila, Tyas yang selalu kebersamai selama di bangku perkuliahan dan menjadi tempat berkeluh kesah tentang perkuliahan.
12. Semua informan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai mengenai topik skripsi ini, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar.
13. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan namanya satu persatu. Terima kasih juga diucapkan kepada GuyonWaton, Denny Caknan, NdarboyGenk beserta musisi jawa lainnya yang karyanya telah menjadi playlist favorit selama pengerjaan skripsi.
14. Terima kasih kepada diri sendiri yang sudah berjibaku dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah percaya bahwa ternyata 'aku' bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dibarengi usaha dan tak luput doa dari orang tua tercinta.

Semoga menjadi amal baik dan semoga Allah Swt memberikan balasan yang terbaik atas segala kebaikan yang telah diberikan.

Yogyakarta, 3 November 2023
Peneliti

Eni Fauziah
19105040069

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| PENGESAHAN TUGAS AKHIR..... | i |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | ii |
| SURAT PERNYATAAN BERJILBAB | iii |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| D. Tinjauan Pustaka | 10 |
| E. Kerangka Teoritis | 20 |
| F. Metode Penelitian..... | 27 |
| G. Sistematika Pembahasan | 36 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN AL-FITHROH DAN APLIKASI SHOPEE..... | 39 |
| A. Sekilas Mengenai Pondok Pesantren Al-Fithroh..... | 39 |
| 1. Sejarah Perkembangan Pondok Pesantren Al-Fithroh | 39 |
| 2. Letak Geografis Pondok Pesantren Al-Fithroh | 40 |
| 3. Visi Misi dan Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Al- Fithroh | 41 |
| 4. Karakteristik Santri..... | 44 |
| 5. Aktivitas Santri..... | 48 |
| 6. Tata Tertib Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri dalam Berbusana | 50 |
| B. Gambaran Umum Aplikasi Shopee | 51 |

| | |
|--|------------|
| 1. Sejarah dan Profil Aplikasi Shopee..... | 51 |
| 2. Fitur dan Layanan Aplikasi Shopee | 56 |
| BAB III AKTIVITAS <i>ONLINE</i> SANTRI PONDOK PESANTREN AL-FITHROH PUTRI PADA APLIKASI SHOPEE..... | 63 |
| A. Masuknya Aplikasi Shopee di Pondok Pesantren Al-Fithroh .. | 63 |
| 1. Pengetahuan Santri Terhadap Aplikasi Shopee..... | 64 |
| 2. Kondisi Santri Sebelum dan Sesudah Mengetahui Aplikasi Shopee | 73 |
| B. Aktivitas <i>Online</i> yang Dilakukan Santri Pada Aplikasi Shopee | 77 |
| BAB IV GAYA HIDUP SANTRI PONDOK PESANTREN AL-FITHROH PUTRI PADA APLIKASI SHOPEE..... | 83 |
| A. Perilaku Konsumen Santri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri Terhadap Penggunaan Aplikasi Shopee | 83 |
| 1. Simulasi Dalam Iklan Shopee | 86 |
| 2. Hiperealitas Platform Belanja <i>Online</i> Shopee..... | 92 |
| B. Gaya Hidup Santri Putri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri yang Terepresentasikan Dalam Aktivitas Belanja Pada Aplikasi Belanja <i>Online</i> Shopee | 97 |
| 1. <i>Impulsive Buying</i> (Pembelian Secara Impulsif) | 98 |
| 2. Mengikuti Arus <i>Tren Fashion</i> Muslimah..... | 101 |
| 3. Konsumsi yang Dipengaruhi Oleh Iklan Aplikasi Shopee | 108 |
| C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Santri Pada Aplikasi Shopee..... | 111 |
| 1. Faktor Internal | 112 |
| 2. Faktor Eksternal | 113 |
| BAB V PENUTUP | 116 |
| A. Kesimpulan..... | 116 |
| B. Saran | 118 |
| DAFTAR PUSTAKA | 121 |
| LAMPIRAN..... | 128 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|-----|
| Gambar 2.1 | Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Al-Fithroh..... | 43 |
| Gambar 2.2 | Logo Shopee | 51 |
| Gambar 2.3 | Bentuk-bentuk Interaksi dalam Dunia Bisnis..... | 53 |
| Gambar 3.2 | Contoh Iklan Penawaran Shopee..... | 69 |
| Gambar 4.1 | Salah satu contoh iklan produk kecantikan pada aplikasi Shopee | 89 |
| Gambar 4.2 | Contoh Adanya Hiperrealitas pada Shopee..... | 94 |
| Gambar 4.3 | Contoh Pembelian Secara Impulsif pada Aplikasi Shopee | 101 |
| Gambar 4.4 | Perubahan gaya busana santri mahasiswa PP Al-Fithroh Putri sebelum dan sesudah mengenal aplikasi Shopee..... | 106 |
| Gambar 4.5 | Contoh Iklan Promo Pada Shopee | 109 |
| Gambar 4.6 | Contoh Iklan Shopee Pada Sosial Media (Facebook dan Instagram) | 110 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia saat ini, pada dasarnya berhak mendapatkan pendidikan khususnya di Indonesia. Banyak berbagai macam jenis pendidikan yang hadir di Indonesia seperti pendidikan formal, pendidikan informal, dan pendidikan nonformal. Ada pun salah satu dari banyaknya pendidikan nonformal yaitu pesantren. Pesantren sebagai lembaga pendidikan dibawah pimpinan ulama pada umumnya bertujuan supaya umat manusia menjadi *tafaqquh fiddin* serta dapat mendukung kader ulama sebagai *warasat al anbiya* berdasarkan tujuan dan fungsinya.¹

Pesantren saat ini dihadapkan pada percepatan ilmu pengetahuan dan teknologi digital yang terus berkembang. Hadirnya teknologi digital tentunya dibarengi dengan adanya pengembangan *platform* digital seperti halnya semakin banyak aplikasi yang dapat diakses secara *online* menggunakan *smartphone*. Sehingga pada saat ini, semua aktivitas manusia dapat dilakukan melalui teknologi digital salah satunya belanja secara *online*. Salah satu gambaran umum mengenai aktivitas belanja *online* yaitu pada lingkungan pondok pesantren. Perilaku santri saat ini erat kaitannya dengan penggunaan teknologi digital yang terus berkembang contohnya *smartphone*. Hal ini ditunjukkan oleh semakin meningkatnya penggunaan *smartphone* di semua

¹ Hadi Purnomo, *Manajemen Pendidikan Pondok Pesantren*, (Yogyakarta: Bildung Pustaka Utama 2017), hlm. 2.

kalangan termasuk santri. Dilansir dari situs bps.go.id dalam Buku Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021, menunjukkan bahwa peningkatan telepon seluler yang terjadi dalam satu dekade erat kaitannya dengan pengguna internet. Berdasarkan Data BPS Statistik Indonesia, pada tahun 2021, penduduk di Indonesia yang menggunakan telepon seluler memiliki persentase sekitar 65,87 persen dimana persentase ini jauh meningkat dibandingkan pada kondisi tahun 2011 yang baru mencapai 39,19 persen.²

Berdasarkan pemaparan data di atas menunjukkan bahwa saat ini pengguna *smartphone* semakin banyak dan tersebar rata disemua kalangan termasuk kalangan santri. Santri saat ini tentunya dituntut beradaptasi dan serba bisa dalam perkembangan teknologi digital. Seperti halnya pada saat ini dengan semakin banyaknya berbagai *platform* teknologi digital seperti aplikasi khusus belanja *online* yang ditawarkan pada *smartphone*. Adanya aplikasi digital yang digunakan sebagai sarana belanja *online*, tentunya dapat memudahkan aktivitas santri sehari-hari khususnya dalam hal berbelanja *online*, sehingga mengakibatkan perubahan kebiasaan dalam mengkonsumsi barang. Salah satu contoh penggunaan aplikasi digital yang digunakan sebagai alat berbelanja secara *online* yang ada pada santri ialah aplikasi Shopee. Aplikasi Shopee mulai diluncurkan pada tahun 2015 yang merupakan anak perusahaan dari Sea Group. Konsep *platform* ini diklaim sebagai pasar yang berpusat pada ponsel dimana pengguna dapat

² Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan Pariwisata, *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2021), hlm. 58.

mengeksplorasi produk, *shopping*, dan berjualan tanpa terikat waktu dan tempat.³

Kehadiran aplikasi belanja *online* salah satunya Shopee, telah mengubah sistem jual-beli yang semula tradisional menjadi *online* walaupun masih didominasi dengan usaha jenis konvensional. Hal ini didukung dengan adanya data statistik *e-commerce* dalam dua tahun terakhir yaitu tahun 2021 dan 2022. Berdasarkan data statistik pada tahun 2021 menunjukkan bahwa pendataan yang dilakukan dari semua usaha sampai per 31 Desember 2020, tercatat 25,25% melakukan aktivitas *e-commerce* sedangkan sampai dengan 30 Juni 2021 mencapai 25,92%, hal ini berdasarkan hasil survei *e-commerce* tahun 2021.⁴ Pada tahun 2022, hasil pendataan survei *e-commerce* per 31 Desember 2021 tercatat 32,23 persen, sementara sampai dengan per 15 September 2022 tercatat 34,10 persen.⁵ Dengan demikian, terjadi peningkatan usaha yang dilakukan melalui kegiatan *e-commerce*.

Salah satu gambaran umum mengenai aktivitas belanja *online* dapat dilihat pada lingkungan pondok pesantren. Hadirnya aplikasi belanja *online* tentu semakin mempermudah santri dalam kebiasaan mengkonsumsi suatu barang atau jasa seperti melalui aplikasi Shopee. Memang menarik untuk

³ Meri Puspita, “Sejarah Tokopedia, Award, Cara Jualan, Belanja, Kredit, COD” <https://pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-tokopedia/> (diakses pada 24 Maret 2022, pukul 22.45).

⁴ Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan Pariwisata, *Statistik E-Commerce 2021*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2021), hlm. 9.

⁵ Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan Pariwisata, *Statistik E-Commerce 2022*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2022), hlm. 9.

dilihat bahwa gaya hidup santri saat ini tidak jauh dari adanya aktivitas belanja *online* salah satunya pada santri di Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri.

Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri merupakan salah satu pondok pesantren di Kabupaten Bantul dengan alamat Jejeran, Wonokromo, Pleret, Bantul. Pondok pesantren ini merupakan lembaga pendidikan islam yang memberikan pengajaran agama dan intelektual kepada santrinya, sehingga memiliki peran penting dalam pembentukan karakter dan pola pikir santri. Pada dasarnya, dalam pondok pesantren selalu diajarkan nilai-nilai keislaman seperti kesederhanaan, hidup merasa cukup dan tidak berlebihan dalam mengkonsumsi barang sesuai kebutuhan. Namun, kemajuan teknologi digital memberikan akses lebih mudah ke berbagai layanan, termasuk belanja *online* sehingga dapat mengubah pola hidup masyarakat termasuk santri di pondok pesantren. Salah satu tren akibat kemajuan teknologi digital yaitu peningkatan terhadap penggunaan aplikasi belanja *online* Shopee sebagai sarana pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari.

Penggunaan aplikasi Shopee pada santri, menciptakan dinamika tersendiri dalam gaya hidup mereka. Gaya hidup dapat mempengaruhi preferensi, kebiasaan, dan pola belanja pada santri, sehingga praktik konsumsi terhadap suatu produk *fashion* tidak dapat dihindari oleh santri khususnya di kalangan santri mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dari cara santri mahasiswa dalam kebiasaan mengkonsumsi sesuatu yang cenderung mengikuti tren kekinian. Meskipun, di Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri memiliki budaya pesantren dan peraturan tersendiri mengenai cara berpakaian

dan berhias. Adanya peraturan ini memiliki dampak pada cara mereka melakukan belanja secara *online*, baik pemilihan produk, keamanan dalam bertransaksi, maupun dampak sosial yang ditimbulkan dari kegiatan berbelanja secara *online*. Uniknya, santri mahasiswa di Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri dapat dikatakan *update* serta memiliki identitas *fashion* sendiri yang dilihat dari preferensi cara mengenakan busana dan kemampuan dalam memadu padankan *fashion* dengan tren yang sedang berkembang di masyarakat.

Hal ini menarik untuk diteliti karena terjadinya perubahan gaya hidup pada lingkungan pondok pesantren menjadi perhatian penting dan perlu ditelusuri lebih lanjut agar santri tidak semakin terjebak pada pusaran gaya hidup konsumtif. Peneliti berusaha menggali lebih dalam mengenai gaya hidup santri mahasiswa Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri dalam aktivitas belanja *online* dalam menggunakan aplikasi belanja *online* Shopee. Aplikasi Shopee dipilih karena secara umum, Shopee lebih populer di kalangan masyarakat termasuk kalangan santri dengan keanekaragaman produk yang ditawarkan sehingga menarik minat santri karena dapat menemukan berbagai macam barang di satu tempat. Selain itu, terdapat banyak kemudahan penggunaan seperti kemudahan pembayaran, fitur-fitur aplikasi yang memudahkan proses belanja, sehingga dapat dijadikan pertimbangan penting dalam pemilihan aplikasi belanja *online*.

Adanya penelitian mengenai gaya hidup santri dalam aktivitas belanja *online*, diharapkan santri dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan

dalam hal aktivitas berbelanja khususnya belanja secara *online*. Selain itu, diharapkan berguna bagi santri supaya santri juga dapat mempertimbangkan kembali keinginan membeli suatu barang yang bukan menurut keinginannya saja tetapi juga harus melihat kegunaan dan fungsi suatu barang tersebut.

Adapun perbedaan gaya hidup santri dengan gaya hidup orang pada umumnya dalam aktivitas belanja *online* pada aplikasi Shopee ialah terletak pada pemilihan produk, waktu belanja, serta konten dan informasi produk. Pada pemilihan produk, santri cenderung memilih produk yang sesuai dengan syariat agama islam seperti pemilihan produk *fashion* yang disesuaikan dengan peraturan pondok pesantren. Waktu belanja, santri cenderung memilih waktu luang yang tidak bentrok dengan aktivitas keagamaan di pondok pesantren mengingat waktu untuk mengakses *smartphone* juga terbatas. Terakhir, konten dan informasi produk dalam hal ini santri cenderung memperhatikan isi konten dan informasi produk yang sudah pasti tersertifikasi halal dan sesuai dengan syariat islam. Dengan demikian, berdasarkan penjelasan latar belakang masalah, maka peneliti akan menulis sebuah karya tulis ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “Gaya Hidup Santri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri Dalam Aktivitas Belanja *Online* Pada Aplikasi Shopee”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berupa uraian pertanyaan berdasarkan runtutan masalah yang harus dijawab melalui proses pengumpulan data.⁶ Rumusan masalah ada karena digunakan sebagai batasan dalam penelitian supaya pembahasan tidak keluar dari tema penelitian yang diambil. Peneliti memfokuskan dua uraian rumusan masalah, diantaranya:

1. Apa saja aktivitas *online* yang dilakukan santri putri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri pada aplikasi belanja *online* Shopee?
2. Bagaimana gaya hidup santri putri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua tujuan utama berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, diantaranya:

1. Mengetahui aktivitas *online* yang dilakukan oleh santri putri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri pada aplikasi belanja *online* Shopee.
2. Mengidentifikasi gaya hidup santri putri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee.

⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Penerbit Alfabeta. 2015), hlm. 31.

Hasil penelitian ini memiliki kegunaan baik secara teoritis maupun praktis apabila tujuan penelitian sudah tercapai. Kegunaan teoritis maupun praktis, diuraikan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari hasil penelitian dapat dikaitkan terhadap pengembangan bidang keilmuan berupa pembuktian atau pengembangan teori atau bahkan penemuan ide-ide baru terhadap masalah akademis yang lebih luas. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi keilmuan bidang sosiologi agama khususnya pada kajian globalisasi dan *virtual community* dalam hal mengembangkan ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam dunia virtual karena adanya aktivitas yang dilakukan secara *online*. Adanya teori masyarakat konsumsi yang dikategorikan sebagai teori sosiologi post-modernisme, dalam hal ini erat kaitannya dengan perkembangan teknologi digital yang pesat sehingga memunculkan budaya baru yakni budaya konsumerisme di masyarakat. Selain itu, teori ini juga erat kaitannya dengan perilaku seseorang atau individu dalam hal mengonsumsi barang maupun jasa yang dilakukan secara nyata maupun maya.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan secara praktis dapat dikaitkan pada upaya pencarian solusi terhadap problem sosial yang ada dengan metodologi ilmu terapan

(*applied sciences*).⁷ Dalam praktiknya, hasil penelitian ini dapat diterapkan pada beberapa pihak terkait, diantaranya:

- a. Diharapkan bagi masyarakat dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai wawasan tambahan mengenai gaya hidup yang sering kali tidak disadari oleh individu maupun santri bahwa gaya hidupnya cenderung mengarah kepada bentuk gaya hidup konsumtif.
- b. Diharapkan bagi universitas dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk memperbanyak sumber keilmuan yang nantinya digunakan sebagai salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya mengingat penelitian ini masih kurang dan perlu adanya penelitian lanjutan yang senada dengan topik penelitian ini
- c. Diharapkan bagi lingkungan pondok pesantren dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai salah satu upaya peningkatan kesadaran bagi individu maupun santri mengenai gaya hidup konsumtif. Hidup tetap berdasarkan ajaran dalam al-Qur'an maupun hadis yaitu hidup dengan penuh kesederhanaan dan tidak boros. Selain kesederhanaan, perlu diimbangi dengan menyesuaikan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi supaya tidak mengalami ketertinggalan dengan teknologi yang serba digital.

⁷ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif, ...*, hlm. 90.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka sebagai bagian pendahuluan, mencakup kajian pustaka yang relevan dengan tema penelitian.⁸ Sebagai gambaran umum, tinjauan pustaka mencakup tema utama dan subtema yang ditemukan dalam topik umum yang dipilih untuk penelitian. Berikut ini merupakan beberapa tinjauan pustaka yang peneliti gunakan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian.

Pertama, skripsi Nur Hasanah (2019) dengan judul “Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Santri Terhadap Iklan-iklan *E-commerce* Pada *Smartphone* (Aplikasi Teori Baudrillard Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat Kotagede, Yogyakarta)”. Penelitian yang dilakukan Nur Hasanah memaparkan bahwa kehadiran *smartphone* melatarbelakangi munculnya *e-commerce* beserta iklan-iklan didalamnya yang dapat mendorong santri terjerumus dalam perilaku konsumtif. Melalui penelitian yang ditulis Hasanah dengan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard, dapat diketahui tujuan penelitian ini yaitu terdapat tahapan perubahan gaya hidup pada santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat akibat iklan *e-commerce* pada *smartphone* diikuti dengan wujud gaya hidup konsumtif santri. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif, fokus kajian penelitian ini terletak pada perubahan gaya hidup santri yang dapat meningkatkan aktivitas konsumsi santri. Dengan demikian, kehadiran iklan *e-commerce* tentu memiliki dampak terhadap santri seperti pengaruh terhadap

⁸ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif, ...*, hlm. 137.

nilai kehidupan santri, perubahan gaya hidup santri, serta keinginan santri untuk mengkonsumsi produk yang semata-mata hanya mengikuti tren yang ada.⁹ Penelitian Hasanah dengan penelitian yang dilakukan memiliki kesamaan dalam hal metode penelitian yaitu metode penelitian kualitatif dan penggunaan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard. Sementara itu, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan, yaitu pada fokus kajian dimana Hasanah meneliti iklan-iklan *e-commerce* dalam *smartphone* yang mempengaruhi perilaku konsumtif santri, sehingga mengakibatkan perubahan gaya hidup santri. Sementara itu, penelitian ini memiliki fokus kajian pada aktivitas *online* dan gaya hidup santri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee.

Kedua, skripsi yang ditulis Fina Rohmania (2022) berjudul "Perubahan Sosial Keagamaan Mahasiswa Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga Dalam Belanja *Online* Pada Aplikasi Shopee". Penelitian yang ditulis oleh Fina Rohmania memaparkan bahwa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa perubahan kebiasaan di masyarakat salah satunya pada kebiasaan konsumsi barang yang semula konvensional beralih menjadi *online*. Hal serupa juga terjadi di kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga. Melalui penelitian yang ditulis Fina dengan menggunakan teori perubahan sosial Max Weber, dapat diketahui tujuan penelitian ini yaitu definisi pemborosan dalam konteks penggunaan

⁹ Nur Hasanah, "Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Santri Terhadap Iklan-Iklan E-commerce Pada Smartphone (Aplikasi Teori Baudrillard Santri Pondok Pesatren Putri Nurul Ummahat Kotagede, Yogyakarta)", Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, 2019, hlm. 81-82

aplikasi Shopee diikuti dengan analisis dampak yang disebabkan oleh penggunaan aplikasi belanja *online* Shopee. Metode penelitian kualitatif deskriptif berjenis penelitian lapangan digunakan sebagai metode dalam penelitian ini. Sementara itu, fokus kajian dalam penelitian ini yakni perubahan sosial keagamaan khususnya pada mahasiswa Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Shopee memiliki pengaruh pada kehidupan sosial keagamaan mahasiswa, yang dilihat dari perilaku keagamaan dan interaksi sosial.¹⁰ Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan memiliki kesamaan dalam hal penggunaan metode penelitian yaitu metode penelitian kualitatif. Selain itu, kesamaan pada objek yang digunakan yaitu aplikasi belanja *online* Shopee. Sementara itu, terdapat perbedaan pada penggunaan teori dimana penelitian ini menggunakan perspektif perubahan sosial Max Weber, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan perspektif masyarakat konsumsi Jean Baudrillard. Selain itu, fokus kajian penelitian ini berbeda dengan fokus kajian yang diteliti yakni antara perubahan sosial keagamaan dalam belanja *online* dan aktivitas *online* serta gaya hidup santri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee.

Ketiga, skripsi Desti Rohini (2018) berjudul “Pengaruh Belanja *Online* di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul”. Meninjau penelitian yang sudah dibahas sebelumnya, ternyata tidak hanya iklan *e-commerce* saja yang dapat

¹⁰ Fina Rohmania, “Perubahan Sosial Keagamaan Mahasiswa Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga Dalam Belanja *Online* Pada Aplikasi Shopee”, Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, 2022, hlm. 95-97

mempengaruhi perubahan gaya hidup konsumtif. Media sosial juga memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif. Penelitian yang ditulis Desti memaparkan bahwa masyarakat saat ini tergila-gila dengan belanja *online*, mulai dari generasi muda hingga generasi tua. Saat ini, generasi muda seringkali menghabiskan lebih banyak waktu mereka untuk menjelajahi internet. Dengan menggunakan teori Reinforcement Imitasi Miller dan Dollad tentang faktor yang membuat individu ingin menyamakan status dengan *role model*nya serta penggunaan konsep *individual differences*, sehingga dapat diketahui tujuan penelitian ini bahwa kegiatan belanja secara *online* di media sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumtif siswa SMA Muhammadiyah Imogiri yang diikuti dengan faktor penyebab perilaku konsumtif tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Desti terbilang cukup menarik karena penulis menggunakan *mixed method* atau dua metode penelitian sekaligus, yakni perpaduan antara metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan fokus kajian pada perilaku konsumtif siswa SMA Muhammadiyah Imogiri yang dipengaruhi oleh kegiatan belanja secara *online* di media sosial. Dengan demikian, temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh belanja *online* (variabel x) naik, maka perilaku konsumtif (variabel y) ikut mengalami kenaikan. Hal ini merupakan perilaku kebiasaan pembelian siswa SMA Muhammadiyah Imogiri yang dipengaruhi oleh belanja *online* di media sosial. Sementara itu, faktor sosial, pribadi, psikologi, dan iklan turut mempengaruhi perilaku konsumtif siswa SMA Muhammadiyah Imogiri¹¹.

¹¹ Desti Rohini, "Pengaruh Belanja *Online* di Media Sosial Terhadap Perilaku

Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan memiliki kesamaan yaitu kajian perihal aktivitas belanja yang dilakukan secara *online*. Namun, terdapat perbedaan yang terletak pada objek yang diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki objek pada media sosial, sementara itu penelitian yang dilakukan memiliki objek pada aplikasi belanja *online* Shopee. Selain itu, terdapat perbedaan teori yang digunakan antara teori Reinforcement Imitasi Miller dan Dollad tentang penyebab individu ingin menyamakan dirinya dengan *role* modelnya dengan konsep *individual differences* dan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard.

Keempat, skripsi Nanda Verawati Sirait (2021) berjudul “Perilaku Konsumtif Belanja *Fashion* di *Online Shopping* Pada Mahasiswa (Studi Deskriptif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Sumatera Utara)”. Dalam penelitian yang ditulis oleh Nanda, memaparkan bahwa teknologi digital berkembang semakin pesat, sehingga mempengaruhi kebiasaan dan sikap masyarakat dalam aktivitas berbelanja termasuk pada mahasiswa. Hadirnya *e-commerce* atau *online shop* sejenisnya dapat memudahkan masyarakat termasuk mahasiswa untuk mendapatkan berbagai kebutuhan terutama *fashion*. Penelitian yang ditulis Nanda menggunakan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard, sehingga diketahui mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara dalam hal berbelanja *online shopping fashion*. Metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian

ini dan fokus kajiannya pada perilaku konsumtif mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara. Dengan demikian, terbukti bahwa mahasiswa di sana memang cenderung memiliki perilaku konsumtif, seperti yang ditunjukkan oleh cara mahasiswa melakukan berbelanja dan berpenampilan dengan membeli barang *fashion* setidaknya dua hingga lima kali pada *online shopping*. Dalam hal ini mahasiswa mengkonsumsi *fashion* sebagai nilai guna dalam meninggikan status sosialnya. Selain itu, karena nilai tanda yang dimiliki suatu *brand* atau merk berkelas sehingga melambangkan *prestige* (gengsi). Adanya hiperealitas dan simulakra tentu mempengaruhi perilaku konsumsi pada mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara. Pasalnya, mahasiswa melakukan *online shopping fashion* juga karena melihat iklan yang menarik, akses pembayaran dan pengantaran yang mudah serta harga yang lebih fantastis.¹² Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan memiliki kesamaan dalam penggunaan metode penelitian kualitatif dan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard. Letak perbedaannya terletak pada fokus kajian dimana dalam penelitian Nanda dijelaskan bahwa individu mengkonsumsi suatu barang karena terdapat nilai tanda pada suatu *brand* yang melambangkan *prestige*. Berbeda halnya dengan penelitian ini dimana penelitian ini mengidentifikasi aktivitas *online* serta gaya hidup santri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee.

¹² Nanda Verawati Sirait, "Perilaku Konsumtif Belanja *Fashion* di *Online Shopping* Pada Mahasiswa (Studi Deskriptif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Sumatera Utara)", Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2021, hlm. 153-155.

Kelima, jurnal yang ditulis oleh Noor Fatmawati (2020) dengan judul "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya *Online Shop*". Kehadiran internet memberikan perubahan nyata pada segala aspek kehidupan. Oleh karena itu, penggunaan internet di Indonesia telah digunakan sebagai media transaksi *online shopping*. Tidak hanya di masyarakat, *online shopping* sudah menjadi perbincangan di kalangan mahasiswa yang menimbulkan perubahan gaya hidup pada mahasiswa khususnya pada mahasiswa IAIN Kudus. Penelitian yang dilakukan Fatmawati untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa IAIN Kudus sebagai akibat dari *online shop* serta analisis faktor yang melatarbelakangi mahasiswa IAIN Kudus dalam melakukan transaksi pembelian di *online shop*. Metode penelitian kualitatif dipilih sebagai metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Adapun teori yang digunakan yakni teori strukturasi George Ritzer dan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard sebagai pisau analisis terhadap faktor-faktor yang melatarbelakangi pembelian *online shop* pada mahasiswa IAIN Kudus. Dengan demikian, gaya hidup mahasiswa telah berubah sebagai akibat dari *online shop*, yang dapat dilihat dari segi konsumsi seperti pada penampilan dan pergaulannya yang ditunjukkan dengan berpenampilan menarik, menggunakan *fashion* bermerk, mengikuti zaman yang semakin berkembang, serta memiliki standar hidup menengah ke atas.¹³ Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan memiliki kesamaan yakni dalam penggunaan metode penelitian kualitatif. Di samping itu juga persamaan dalam hal

¹³ Noor Fatmawati, "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya *Online Shop*", dalam *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* Vol. 29 No. 1, 2020, hlm. 30-37.

penggunaan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard. Sementara itu, terdapat perbedaan pada fokus kajian yang diteliti yakni tentang gaya hidup dan analisis faktor penyebab pembelian melalui *online* shop di kalangan mahasiswa IAIN Kudus dan fokus kajian pada aktivitas *online* dan gaya hidup santri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee.

Keenam, jurnal yang ditulis oleh Agnesia Amanda Lantang, Shirley Y. V. I. Goni, dan Evie A. A. Suwu (2022) dengan judul “Efektivitas Penggunaan Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Popareng Kecamatan Tatapaan Kabupaten Minahasa Selatan”. Sejak Pandemi Covid-19 melanda Indonesia termasuk masyarakat Desa Popareng, terdapat perubahan terhadap aktivitas belanja. Masyarakat cenderung lebih memilih belanja melalui aplikasi Shopee. Penelitian yang dilakukan Agnesia, dkk memiliki tujuan untuk mempelajari lebih lanjut mengenai efektivitas penggunaan aplikasi Shopee selama pandemi Covid-19 di Desa Popareng, Tatapaan, Minahasa Selatan. Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai metode penelitian pada penelitian ini dengan mengungkap konsep perubahan sosial yang dikemukakan oleh para ahli. Dengan demikian, dapat diperoleh hasil bahwa penggunaan aplikasi Shopee, menjadi semakin populer di kalangan masyarakat Desa Popareng mulai dari kalangan muda hingga orang dewasa, karena simpel dan mudah digunakan.¹⁴ Penelitian ini memiliki

¹⁴ Agnesia Amanda Lantang, Shirley Y. V. I. Goni, dan Evie A. A. Suwu, “Efektivitas Penggunaan Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Popareng Kecamatan Tatapaan Kabupaten Minahasa Selatan”, dalam *Jurnal Ilmiah Society* Vol. 2 (2), 2022, hlm. 10-11.

kesamaan dengan penelitian yang dilakukan yakni kesamaan dalam penggunaan metode penelitian kualitatif. Selain itu, kesamaan pada objek yang dibahas mengenai aktivitas dalam penggunaan aplikasi belanja *online* Shopee. Perbedaannya terletak pada fokus kajian dimana fokus kajian dalam penelitian ini perihal efektivitas penggunaan aplikasi Shopee selama pandemi Covid-19. Sedangkan, penelitian yang diteliti memiliki fokus kajian pada aktivitas *online* dan gaya hidup santri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee.

Ketujuh, jurnal yang ditulis oleh Kalya Nabila Zuhdi, Hasna Bararah M, Nabilah Fina Aprilia, Pramana Herjati Putra Dionchi, dan Ananda Dwitha Yuniar (2021) dengan judul "Praktik Masyarakat Konsumsi *Online* dalam Perspektif Baudrillard". Teknologi hadir membawa perubahan di kehidupan masyarakat salah satu contohnya perubahan pada bidang pemasaran digital seperti *online shop*. Hadirnya *online shop* dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat termasuk pola konsumsi pada mahasiswa Universitas Negeri Malang program studi Sosiologi 2019. Dengan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa sebagai akibat dari kemunculan *online shop*, sehingga metode kualitatif pendekatan deskriptif cocok digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard relevan dengan perilaku yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Negeri Malang program studi Sosiologi 2019 dalam menghadapi fenomena *online shop* yang sedang marak

saat ini. Ada banyaknya pilihan dan penawaran dari *online shop* membuat ketidakpuasan selalu muncul dan akan terus berkeinginan untuk mengikuti arus tren dalam masyarakat. Sehingga dari rasa tidak puas tersebut membuat perilaku konsumtif sulit dikendalikan.¹⁵ Penelitian ini memiliki kesamaan hal dalam penggunaan metode penelitian kualitatif dan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard. Sementara itu, memiliki perbedaan pada fokus kajian. Fokus kajian penelitian ini mengenai praktik masyarakat konsumsi *online* pada *online shop* tanpa disebutkan secara spesifik mengenai jenis *online shop* yang digunakan. Sedangkan, penelitian yang diteliti memiliki fokus kajian pada aktivitas *online* dan gaya hidup santri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee.

Berdasarkan tinjauan terhadap sejumlah pustaka di atas, terdapat beberapa kepustakaan yang senada dengan penelitian yang diteliti dengan memiliki persamaan dan perbedaan yang telah diuraikan. Terdapat beberapa persamaan seperti halnya pada metode penelitian dan teori yang digunakan sebagai pisau analisis. Selain itu, persamaan pada objek formal yang terkait dengan gaya hidup santri pada penelitian pertama. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat beberapa perbedaan seperti halnya pada objek material yang digunakan dan fokus kajian yang diteliti.

Pada penelitian pertama, memiliki fokus kajian yang hampir sama yaitu fokus pada perubahan gaya hidup santri. Namun, penelitian tersebut

¹⁵ Kalya Nabila Zuhdi, Hasna Bararah M, Nabilah Fina Aprilia, Pramana Herjati Putra Dionchi, dan Ananda Dwitha Yuniar, "Praktik Masyarakat Konsumsi *Online* dalam Perspektif Baudrillard", dalam Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-ilmu Sosial 1(6), 2021, hlm. 681-686.

memiliki perbedaan pada objek material yang dikaji yaitu iklan *e-commerce* pada *smartphone*. Sama halnya dengan penelitian pertama, pada penelitian kedua mengkaji tentang perubahan sosial keagamaan pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga program studi Sosiologi Agama. Sementara itu, penelitian ketiga, keempat, dan kelima memiliki perbedaan pada masing-masing objek formal dan objek material. Pada penelitian keenam, terdapat persamaan pada objek material yaitu dalam hal penggunaan aplikasi Shopee. Penelitian ketujuh, adanya perbedaan pada fokus kajian.

Berdasarkan beberapa kepustakaan relevan seperti yang diuraikan di atas, penelitian ini membahas gaya hidup santri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* khususnya pada aplikasi Shopee. Fokus kajian penelitian ini mengenai bentuk aktivitas *online* pada saat melakukan belanja pada aplikasi Shopee yang dilakukan santri dan gaya hidup santri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi Shopee disertai faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup santri di Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri.

E. Kerangka Teoritis

Penelitian ini mengulas gaya hidup santri dari perspektif teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard, salah satu tokoh postmodernisme dari Perancis. Kapitalisme yang dipelopori oleh Karl Marx merupakan hal yang melatarbelakangi adanya budaya konsumsi. Menurut Marx, Kapitalisme merupakan bentuk produksi yang didasarkan pada kepemilikan pribadi

sebagai alat produksi. Sebagian hasil produksi ada yang dijual dan ada juga yang dijadikan sebagai komoditas dengan menerapkan dua komponen yakni *use value* dan *exchange value*. Menurut Lechte (dalam Mutia Hastiti), nilai guna (*use value*) ialah kegunaan suatu barang dalam memenuhi kebutuhan. Sedangkan nilai tukar (*exchange value*) berkaitan dengan nilai produk di pasar.¹⁶ Di sisi lain, Baudrillard menyatakan pendapat yang berbeda dari Marx. *Use value* dan *exchange value* tidak hanya dimiliki pada sebuah objek. Namun, *symbolic value* dan *sign value* juga dimiliki pada sebuah objek. Saat ini, kegiatan konsumsi manusia tidak lagi berdasarkan pada nilai guna dan nilai tukar, tetapi didasarkan pada nilai simbol dan nilai tanda yang sifatnya tidak jelas. Oleh karena itu, manusia akan merasa memiliki kedudukan yang sama dengan manusia lain jika mereka telah mampu membeli produk yang sama pula.

Menurut Baudrillard, saat ini telah terjadi pergeseran konsumsi menjadi konsumsi tanda. Dalam hal ini, konsumsi suatu produk maupun jasa tidak berdasarkan pada kegunaannya. Namun, hanya mementingkan sebuah simbol dan tanda yang ada pada barang maupun jasa yang mereka pakai. Dapat dikatakan bahwa suatu objek dikonsumsi tidak lagi berdasarkan kebutuhan, tetapi atas dasar untuk memperoleh status sosial melalui *sign value* atau nilai tanda yang ada pada objek tersebut. Dapat dilihat di lingkungan sekitar, kegiatan konsumsi saat ini yang diperhatikan bukan lagi sebuah nilai guna dan nilai tukarnya saja. Namun, lebih memperhatikan nilai

¹⁶ Mutia Hastiti Pawanti, "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard", FIB UI, 2013, hlm. 2.

simbol dan nilai tanda, sehingga antara satu individu dengan individu lainnya mempunyai kedudukan yang sama karena mengkonsumsi produk yang sama pula. Mudahnya, manusia melakukan pembelian barang bukan karena memenuhi kebutuhan. Namun, hanya untuk memenuhi keinginan.

Dalam teori masyarakat konsumsi, hal yang tidak boleh dilupakan yaitu simulasi dan hiperealitas. Simulasi yang dikonsepsikan oleh Baudrillard ialah perihal penciptaan kenyataan dengan sebuah model konseptual sehingga, tidak terlihat kebenarannya dalam kenyataan. Model inilah yang menjadi penentu pandangan kita dalam memandang kenyataan.¹⁷ Mudahnya, simulasi merupakan penggambaran sebuah kenyataan. Iklan yang ditayangkan pada media saat ini sesuai dengan simulasi yang dikonsepsikan oleh Baudrillard. Melalui model ideal yang ditayangkan di media, dengan demikian segala sesuatu dapat menarik minat seseorang seperti kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan sebagainya. Dalam konteks periklanan, simulasi mengacu pada pertemuan virtual yang dirancang untuk meniru pengalaman belanja secara langsung. Misalnya saja Shopee, dapat mengembangkan iklan dengan tampilan tiga dimensi yang mensimulasikan sensasi berada di sebuah toko *offline*. Adanya pengembangan iklan merupakan akibat dari sistem teknologi digital yang semakin berkembang. Maka, lahirlah simulakra yang telah dipenuhi dengan model-model ideal yang kemudian diduplikasi ulang sesuai dengan bentuk aslinya. Dalam konteks

¹⁷ Ropip Asharudin, "Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan Realitas dalam Konteks Era Digital" dalam Gunung Djati Conference Series Voume 23, 2023, hlm.. 911.

belanja *online*, simulakra dapat menciptakan sebuah citra suatu produk dengan sangat imajinatif yang dapat menarik perhatian seseorang. Iklan produk dalam aplikasi Shopee seringkali menghadirkan gambaran yang ideal melalui penyajian visual, sehingga menimbulkan penggambaran yang sesuai dengan kenyataan meskipun terlihat tidak nyata. Akibatnya, hiperrealitas muncul yang digambarkan oleh media dan teknologi sehingga menciptakan dunia yang terasa lebih nyata daripada realitas itu sendiri.

Hiperrealitas ada karena dapat menciptakan sesuatu yang berbaur antara kenyataan dan khayalan. Oleh karena itu, hiperrealitas dapat membentuk sebuah realitas baru seolah-olah nyata tetapi sebenarnya palsu, misalnya saja pada sebuah iklan. Iklan menciptakan realitas baru yang ditayangkan berulang kali, sehingga penerimaan iklan merupakan realitas yang nyata dan ada pada dunia nyata. Dalam hal ini, realitas baru yang diciptakan itu hadir berkat kemajuan sistem teknologi digital. Teknologi digital saat ini sudah sangat canggih sehingga banyak terjadi penyimpangan realitas yang direkayasa oleh media seperti halnya iklan. Iklan berlomba-lomba menampilkan citra terbaiknya agar konsumen tergoda dan melakukan pembelian terhadap produk yang diiklankan.¹⁸ Citra yang ditampilkan terbentuk dari simulasi yang ditayangkan produk tersebut pada Shopee. Oleh karena itu, Baudrillard menyatakan bahwa teknologi digital dapat membuat segala sesuatu tentang dunia ini terlihat seperti nyata karena telah

¹⁸ Dhery Ane. "Jean Baudrillard: Simulakra dan Hiperrealitas Masyarakat Postmodern" 24 Januari 2023 dalam LSF Discourse <https://lsfdiscourse.org/jean-baudrillard-simulakra-dan-hiperrealitas-masyarakat-postmodern/> (Diakses pada 8 Oktober 2023 pukul 22.00).

disimulasikan. Simulasi menggambarkan sebuah realitas, maka simulakra merupakan realitas yang digambarkan namun sudah kehilangan petunjuk.¹⁹

Pada situs belanja *online* atau *marketplace* tentu memuat berbagai macam iklan produk menarik yang dapat mendorong keinginan individu untuk mengkonsumsi suatu barang seperti iklan produk Shopee. Iklan ini berulang kali muncul di media sosial dengan menggunakan model ideal yang dapat membuat batas simulasi dan kenyataan menjadi tidak jelas. Oleh karena itu, terjadi adanya pencampuran antara simulasi dan kenyataan yang disebut hiperrealitas. Dalam hal ini aplikasi Shopee menyuguhkan berbagai macam kategori produk dengan bermacam-macam penawaran iklan produk di dalamnya. Iklan produk yang ditayangkan pada Shopee sangat terlihat menarik karena dibantu aplikasi pengeditan gambar atau *video* sehingga menciptakan imajinasi yang terbaik kemudian disuguhkan pada aplikasi Shopee dan pada akhirnya dapat menggiring seseorang untuk melakukan pembelian produk tersebut. Secara tidak langsung iklan menghadirkan citra-citra baru bahwa pencitraan yang dihadirkan itu menciptakan realitas baru. Dengan kata lain, iklan yang ditawarkan pada situs belanja *online* merupakan suatu realitas baru daripada realitas sesungguhnya di dunia nyata.

Adanya iklan pada situs belanja *online* Shopee dapat membuat seseorang tergoda untuk membeli barang yang diiklankan dan melakukan aktivitas belanja melalui jaringan (*online*). Hal serupa dapat terjadi pada santri Pondok Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri dalam melakukan aktivitas

¹⁹ Ropip Asharudin, "Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan ...", hlm. 912.

belanja *online*. Hiperrealitas tidak dapat dihindari karena pencitraan yang ditawarkan nyata. Maka, tidak jarang santri melakukan *impulsive buying* (pembelian secara impulsif) sebagai respons terhadap tekanan perilaku konsumtif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pembelian suatu barang. Menurut Rook (dalam Dedy Ansari dan Dita Amanah, 2021: 35) menyatakan bahwa *impulsive buying* atau pembelian secara impulsif merupakan pembelian tidak direncanakan, cepat, dan tidak rasional yang dipengaruhi dorongan emosional dan konflik pikiran terkait adanya perasaan untuk segera membeli suatu produk sehingga mengabaikan konsekuensi terburuk demi merasakan kepuasan tersendiri. Pendapat serupa juga dinyatakan oleh Rook dan Fisher, bahwa *impulsive buying* merupakan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara langsung, tiba-tiba dan otomatis begitu saja, dan adanya reflek, sehingga dapat dikatakan sesuatu yang timbul secara alamiah.²⁰ Dengan demikian, pembelian secara impulsif adalah perilaku kebiasaan pembelian yang dilakukan begitu saja dan tidak rasional yang disebabkan adanya dorongan untuk segera membeli tanpa pertimbangan matang. *Impulsive buying* terjadi karena adanya jumlah ketersediaan produk yang banyak dan beragam didukung dengan adanya promo, diskon, harga murah, produk terbatas, ulasan yang bagus bahkan model keren yang ditawarkan suatu produk sebagai akibat dari simulasi dan hiperrealitas.

²⁰ Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah, "Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsume" dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 19 No. 1, 2021, hlm. 35.

Adapun teori ini dipilih karena relevan dengan topik penelitian yang tengah dikaji. Pada dasarnya, perspektif teori masyarakat konsumsi mencoba untuk mengkaji fenomena konsumsi di masyarakat termasuk fenomena konsumsi dalam lingkungan pondok pesantren. Sedangkan, teori *impulsive buying* digunakan untuk mengkaji perilaku konsumen yang melibatkan pembelian secara spontan dan tidak direncanakan karena dipicu oleh dorongan emosional.

Dalam penerapannya, teori ini digunakan untuk mengkaji aktivitas konsumsi *online* yang digambarkan pada aktivitas belanja *online* pada aplikasi Shopee serta perilaku konsumsi santri sebagai akibat dari adanya simulasi dan hiperrealitas pada aplikasi Shopee. Kedua teori ini sangat berkaitan bahwasanya pembelian impulsif bisa menjadi hasil dari pengaruh lingkungan dan dorongan konsumen yang diciptakan oleh masyarakat konsumen modern. Pembelian secara impulsif dianggap sebagai akibat dari simulasi, dimana keputusan pembelian dilakukan tanpa adanya perencanaan yang matang dan dipengaruhi oleh penggambaran simbol-simbol konsumsi yang dibangun masyarakat. Dengan demikian, dapat diketahui mengenai gaya hidup santri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja *online* pada aplikasi Shopee.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian perlu diketahui oleh peneliti dalam melakukan sebuah penelitian. Metode penelitian, pada dasarnya prosedur ilmiah untuk memperoleh data sesuai tujuan dan kegunaan tertentu.²¹ Penelitian yang dilakukan memiliki fokus penelitian pada aktivitas belanja *online* pada aplikasi belanja *online* Shopee karena secara umum, Shopee lebih populer di kalangan santri dengan keanekaragaman produk yang ditawarkan sehingga menarik minat santri karena dapat menemukan berbagai macam barang di satu tempat. Selain itu, terdapat banyak kemudahan penggunaan seperti kemudahan pembayaran, fitur-fitur aplikasi yang memudahkan proses belanja, sehingga dapat dijadikan pertimbangan penting dalam pemilihan aplikasi belanja *online*. Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengamatan lapangan secara langsung di tempat yang sedang diteliti (*field research*) mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi yang melibatkan interaksi dengan informan.

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif digunakan peneliti sebagai metode penelitian, dimana metode ini tidak bisa dilakukan dengan prosedur statistik atau pengukuran. Dengan demikian, hasil penelitian yang disajikan berupa narasi detil yang sifatnya deskriptif.²² Dengan menggunakan metode kualitatif maka dapat diperoleh tujuan penelitian ini

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta. 2013), hlm. 2.

²² Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, ..., hlm. 73 dan 113.

yaitu dapat menemukan jawaban terhadap fenomena gaya hidup santri Pondok Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee.

2. Lokasi Penelitian

Pada umumnya, setting penelitian digambarkan dengan penggambaran mengenai lokasi penelitian.²³ Penelitian yang dilakukan yaitu di ruang maya pada aplikasi belanja *online* Shopee yang digunakan sebagai objek penelitian. Aplikasi Shopee dipilih karena secara umum, Shopee lebih populer di kalangan santri dengan keanekaragaman produk yang ditawarkan sehingga menarik minat santri karena dapat menemukan berbagai macam barang di satu tempat. Selain itu, terdapat banyak kemudahan penggunaan seperti kemudahan pembayaran, fitur-fitur aplikasi yang memudahkan proses belanja, sehingga dapat dijadikan pertimbangan penting dalam pemilihan aplikasi belanja *online*.

Selain melakukan penelitian di aplikasi Shopee, penelitian juga dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian, Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri, Bantul. Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri merupakan pondok pesantren semi modern dan dipilih sebagai lokasi penelitian karena pondok pesantren merupakan lingkungan khusus mempelajari ilmu agama islam yang memiliki budaya tersendiri. Studi mengenai pesantren dapat membantu dalam pemahaman nilai-nilai keagamaan yang mempengaruhi gaya hidup santri, termasuk dalam aktivitas belanja *online*. Selain itu,

²³ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, ..., hlm. 139.

banyaknya santri dari berbagai latar belakang dan daerah memungkinkan adanya perbedaan preferensi *fashion*, kebutuhan sehari-hari, atau produk tertentu lainnya sehingga dengan mudahnya santri saling bertukar informasi mengenai suatu produk bahkan saling merekomendasikan produk pada aplikasi Shopee.

3. Sumber Data

Menurut Moleong (dalam Sandu Siyoto, 2015: 28) sumber data penelitian kualitatif disajikan berupa kata-kata lisan atau tertulis serta benda-benda yang diamati sedetail mungkin perlu dicermati agar makna yang terkandung dalam benda atau dokumen tersebut dapat dipahami. Sumber data yang dicari terdapat dua jenis yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data tersebut diantaranya:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian.²⁴ Pencarian sumber data dengan melakukan observasi dan wawancara langsung kepada santri. Dalam penelitian ini, kategori santri yang dipilih sebagai subjek penelitian gaya hidup santri dalam aktivitas belanja *online* yaitu santri mahasiswa. Santri mahasiswa merupakan santri yang tinggal di pondok pesantren dan saat itu juga sedang menempuh pendidikan tinggi di universitas. Dipilihnya santri mahasiswa sebagai sumber data primer karena diberikan kelonggaran dalam mengakses *smartphone* dibanding

²⁴ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 68

dengan santri yang masih menempuh jenjang pendidikan SMP dan SMA. Hal ini berdasarkan pada peraturan pondok pesantren, dalam hal ini santri yang masih bersekolah dan belum lulus pendidikan *madrasah diniyyah* tidak diperkenankan untuk membawa *smartphone*. Secara tidak langsung, pondok pesantren memberikan kemudahan untuk santri mahasiswa untuk mengakses segala sesuatu di ruang maya.

b. Sumber Data Sekunder

Data pendukung yang didapatkan dari bermacam-macam sumber yang telah ada seperti buku, artikel jurnal, laporan, dan sebagainya disebut dengan sumber data sekunder.²⁵ Data sekunder berasal dari pustaka yang sudah ada dan berkaitan dengan pembahasan yang dikaji seperti buku, artikel jurnal, serta hasil dari penelitian terdahulu mengenai gaya hidup dalam aktivitas belanja *online* atau referensi yang berkaitan dengan praktik konsumsi. Selain itu, sumber data sekunder penelitian ini diperoleh dari dokumen pondok pesantren seperti laporan dan arsip dokumen pondok pesantren, peraturan pondok pesantren, atau dokumen lainnya yang berkaitan dengan pondok pesantren.

4. Teknik Pengumpulan Data

Hal yang paling penting dalam proses penelitian yaitu pengumpulan data. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kualitatif seperti *survey*, partisipasi, interview, observasi, catatan

²⁵ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian, ...*, hlm. 68.

lapangan, dan sebagainya sesuai kepentingan peneliti.²⁶ Dalam penelitian ini, terdapat tiga cara dalam pengumpulan data yang dilakukan, diantaranya:

a. Observasi

Pengamatan secara langsung dengan panca indera seperti penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan, atau jika perlu pengecapan untuk mendapatkan data disebut dengan observasi.²⁷ Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini ialah melakukan pengamatan secara terlibat dengan tingkat keterlibatan peneliti sebagai pengamatan terlibat biasa atau *participation observation*, dalam hal ini peneliti menjadi bagian dari interaksi sosial yang sedang diamati. Namun, informan masih dapat mengenali keterlibatan peneliti sebagai orang lain pada saat penelitian, bahkan jika peneliti berada di dalam ruang kehidupan sehari-hari masyarakat.²⁸ Observasi dilakukan di Pondok Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri guna mendapatkan data dengan cara melihat, mengamati kegiatan santri serta memahami kegiatan santri yang dilakukan pada saat waktu luang.

b. Wawancara

Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian kualitatif, salah satunya yakni wawancara. Menurut Denzim dan Lincoln (dalam Moh Soehadha) “wawancara

²⁶ Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya*, (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2018), hlm. 109.

²⁷ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian, ...*, hlm. 81.

²⁸ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif, ...*, hlm. 108.

pada penelitian kualitatif merupakan percakapan atau *the art of asking and listening* (seni dalam bertanya dan mendengar).²⁹ Oleh sebab itu, wawancara merupakan sumber data utama dalam penelitian yang dilakukan.

Wawancara yang dilakukan semi formal (semi terstruktur) menggunakan teknik *purposive sampling* dimana terdapat kriteria informan, dengan jumlah 10 informan santri mahasiswa dan satu informan lurah Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri. Adapun kriteria informan yang dipilih, diantaranya: 1) santri mahasiswa Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri yang diberi akses dalam membawa *smartphone*; 2) pengguna aktif sosial media khususnya aplikasi Shopee; 3) telah melakukan pembelian barang melalui Shopee dalam kurun waktu satu bulan terakhir. Dipilihnya santri mahasiswa sebagai informan utama karena diberikan kelonggaran dalam mengakses *smartphone* dibanding dengan santri yang masih menempuh jenjang pendidikan SMP dan SMA. Hal ini berdasarkan pada peraturan pondok pesantren, dalam hal ini santri yang masih bersekolah dan belum lulus pendidikan madrasah diniyyah tidak diperkenankan untuk membawa *smartphone*. Secara tidak langsung, pondok pesantren memberikan kemudahan untuk santri mahasiswa untuk mengakses segala sesuatu di ruang maya. Sedangkan, dipilihnya lurah pondok sebagai informan guna mengetahui informasi mengenai gambaran

²⁹ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*,..., hlm. 97.

umum pondok pesantren dan kultur pondok pesantren dalam kesehariannya. Wawancara dilakukan secara kondisional dengan menyesuaikan waktu dan kegiatan informan selama di pondok pesantren.

c. Dokumentasi

Sama halnya dengan sumber data sekunder, kegiatan pencarian data yang relevan dengan variabel yang diteliti seperti buku, surat kabar, majalah, catatan lapangan, transkrip, dan lain sebagainya disebut dengan dokumentasi.³⁰ Dokumentasi dapat dijadikan sumber referensi tambahan untuk mendukung hasil wawancara dan observasi. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil gambar, rekaman, catatan dari informan berupa kegiatan santri yang dilakukan sehari-hari ataupun sumber lain yang dapat mendukung penelitian ini dan memiliki relevansi terhadap penelitian ini seperti bukti transaksi pembelian di aplikasi Shopee, barang yang dibeli santri di aplikasi Shopee atau gambar lain yang menunjukkan aktivitas yang dilakukan secara *online* pada aplikasi Shopee.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (dalam Moh Soehadha, 2018: 125), dijelaskan bahwa, “terdapat tiga-sub proses pembatasan dalam proses analisis data yang meliputi reduksi data, *display* data, dan verifikasi data.

³⁰ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian ...*, hlm. 77-78.

a. *Collecting Data* (Koleksi Data)

Pada tahap pengumpulan data, data terkumpul dengan dilakukannya perencanaan dan membuat desain penelitian. Saat itu juga sedang berlangsung proses pengumpulan data.³¹ *Collecting data* dilakukan sejak awal pengumpulan data dengan dilakukan observasi lapangan maupun media, wawancara, dan dokumentasi. Proses pengumpulan data dilakukan berulang kali agar data yang diperoleh dapat mendalam dan bervariasi. Setiap perolehan data, didokumentasikan dengan pencatatan dan perekaman. Dalam hal ini, data-data yang diperoleh merupakan bahan mentah dari penelitian sehingga, memerlukan analisis lebih lanjut dan prosesnya bersifat fleksibel yang dapat dilakukan kapan saja

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, dan abstraksi data dari catatan lapangan. Pada saat proses pengumpulan data, sebelum semua data umum dikumpulkan, pada awalnya data dipilah-pilah agar data dapat dikenali peneliti sesuai dengan kerangka konseptual dan tujuan penelitian.³² Dalam hal ini, peneliti melakukan seleksi terhadap data yang diperlukan dan tidak diperlukan. Proses ini dilakukan dengan cara mengubah data berupa rekaman ke dalam pokok permasalahan sesuai kerangka penelitian, sehingga akan lebih mudah dalam menyeleksi data antara yang dibutuhkan dengan tidak

³¹ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif...*, hlm. 125.

³² Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif...*, hlm. 126.

dibutuhkan. Dengan demikian, reduksi data dapat memudahkan peneliti karena data yang diperoleh dipilah sesuai tujuan penelitian.

c. *Display* data (Penyajian Data)

Pada saat melakukan *display* data, peneliti menghubungkan hubungan antar fakta menjadi data dan data dikaitkan satu sama lain menggunakan bagan, diagram maupun skema yang dapat menghasilkan data lebih nyata dan jelas agar nantinya mudah dipahami pembaca.³³ Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013: 249) menyatakan jika pada penelitian kualitatif, data yang paling sering disajikan adalah data berupa teks berbentuk naratif. Pada penelitian ini, data disajikan berupa teks deskripsi dalam bentuk narasi dengan menyisipkan hasil wawancara berupa kutipan-kutipan langsung dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

d. Verifikasi Data

Pada langkah verifikasi data, data mulai ditafsirkan peneliti, sehingga data yang sudah terorganisasi memiliki makna. Pada tahap verifikasi data, penafsiran data dapat dilakukan dengan cara membandingkan, melakukan pencatatan tema-tema dan pola-pola pengelompokan, melihat kasus demi kasus, observasi dan memeriksa kembali hasil wawancara dengan informan.³⁴ Saat data sudah masuk pada tahap verifikasi data, data dapat ditinjau kembali terhadap data yang sudah ada dengan melakukan wawancara berulang dengan

³³ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif...*, hlm. 127.

³⁴ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif...*, hlm. 128.

informan yang tidak hanya dari satu informan saja supaya dapat ditarik benang kesimpulan jika data yang didapatkan sudah memenuhi kriteria.

e. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menjabarkan data yang sudah diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan yang ada. Melalui proses klasifikasi lalu verifikasi, maka dapat membuat kesimpulan sesuai dengan fakta di lapangan.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam hal ini, sistematika pembahasan digunakan untuk menjelaskan proses yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitiannya serta memudahkan pembaca untuk memahami penelitian yang dilakukan. Berikut susunan sistematika penelitian ini diantaranya:

Bab satu, berupa bagian pendahuluan dari penelitian. Pendahuluan diawali dengan penjabaran latar belakang masalah diikuti uraian rumusan masalah yang diteliti. Setelah itu, penjabaran mengenai tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teoritis, metode penelitian, dan terakhir sistematika pembahasan.

Bab dua, dipaparkan mengenai gambaran secara umum sebagai lokasi penelitian. Secara rinci, dijelaskan mengenai sejarah, letak geografis penelitian, struktur kepengurusan pondok, karakteristik santri, pengasuh, hingga aktivitas keseharian santri di Pondok Pesantren Al-Fithroh. Selain itu,

juga dipaparkan gambaran umum mengenai aplikasi belanja *online* Shopee beserta fitur dan layanan yang disediakan pada aplikasi tersebut. Dengan memberi gambaran secara umum mengenai objek yang diteliti, maka peneliti dapat memberikan data sesuai dengan fokus kajian yang diteliti.

Bab tiga, merupakan bagian dari pembahasan yang memaparkan aktivitas *online* yang dilakukan santri putri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri pada aplikasi belanja *online* Shopee. Dalam hal ini, dijelaskan mengenai awal mula masuknya aplikasi belanja *online* Shopee di Pondok Pesantren Al-Fithroh, pengetahuan santri terhadap aplikasi Shopee, kondisi santri sebelum dan sesudah mengetahui Shopee sampai dengan aktivitas *online* yang dilakukan santri pada aplikasi Shopee.

Bab empat, disajikan pembahasan mengenai gaya hidup santri putri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja pada aplikasi belanja *online* Shopee dengan perspektif teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard. Dengan dilakukannya analisis menggunakan teori tersebut, maka dapat diketahui gaya hidup santri putri Pondok Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri yang terepresentasikan dalam aktivitas belanja *online* disertai dengan faktor yang mempengaruhi gaya hidup santri.

Bab lima sebagai penutup yang memaparkan hasil dari penelitian yang diteliti berupa kesimpulan dan saran. Pada bagian kesimpulan dijelaskan hasil akhir penelitian yang sudah dilakukan. Jika penarikan kesimpulan sudah

dilakukan, peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan permasalahan serupa pada penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Arus globalisasi membawa pengaruh besar bagi pengetahuan maupun teknologi. Adanya arus globalisasi mengharuskan manusia beradaptasi dengan percepatan teknologi yang dapat memberikan perubahan bagi tatanan hidup manusia. Hadirnya teknologi digital dibarengi dengan pengembangan platform aplikasi pintar dapat membuat manusia mengambil langkah cepat berbasis digital yang dapat membuat penggunaan teknologi tidak terbatas ruang dan waktu. Salah satu contohnya yang saat ini sedang marak digunakan sebagai salah satu penunjang aktivitas manusia di bidang perdagangan secara *online* yaitu Shopee. Sejak awal berdirinya aplikasi Shopee hingga masuknya ke Indonesia, Shopee membawa banyak perubahan termasuk perubahan dalam gaya hidup. Hal tersebut juga terjadi pada lingkungan santri Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri. Shopee membawa perubahan pada aktivitas berbelanja di lingkungan pondok pesantren. Dalam hal ini santri mulai menyenangi gaya hidup serba praktis yang memudahkan aktivitas mereka seperti berbelanja secara *online*.

Bedasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan dua hal penting yang menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. *Pertama*, adanya aktivitas *online* yang dilakukan oleh santri pada aplikasi Shopee dilatarbelakangi oleh masuknya aplikasi Shopee di lingkungan Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri.

Aplikasi Shopee mulai dikenal santri karena pada saat itu Shopee sedang *booming* di masyarakat. Kehadiran Shopee kemudian membawa perubahan kebiasaan belanja pada santri sehingga dapat diketahui kondisi santri sebelum dan sesudah mengetahui aplikasi Shopee. Terdapat beberapa aktivitas *online* yang dilakukan santri mahasiswa pada aplikasi Shopee. Banyaknya fitur pada aplikasi Shopee membuat aktivitas *online* semakin intens dilakukan, terlebih lagi disertai adanya iklan produk Shopee yang berseliweran pada Shopee maupun pada sosial media selain Shopee. Selain melakukan transaksi belanja *online*, santri juga melakukan aktivitas *online* lainnya seperti memilih dan memilah produk dengan membaca ulasan atau melihat ulasan melalui Shopee *video*, memainkan fitur Shopee *games*, dan menonton sesi Shopee *live* dengan mempertimbangkan nilai-nilai keagamaan yang diajarkan seperti memastikan kehalalan produk dan menghindari produk haram, tidak berlebihan dan sesuai dengan kegunaan produk, berkomunikasi sesuai dengan etika dan sopan santun, berbelanja secara bijaksana, dan sebagainya.

Kedua, melalui perspektif teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard, maka asumsi yang terkandung dalam konsep simulasi dan hiperealitas, terepresentasikan dalam aktivitas belanja sebagai berikut; 1) *impulsive buying* (pembelian secara impulsif); 2) mengikuti arus tren *fashion* muslimah; dan 3) konsumsi yang dipengaruhi oleh iklan pada aplikasi Shopee. Dengan adanya platform belanja *online*, santri dapat berbelanja tanpa harus meninggalkan lingkungan pesantren. Kemajuan teknologi digital memungkinkan santri dalam pembentukan komunitas yang isinya berbagi minat dalam *fashion*

sehingga dapat memberikan inspirasi *fashion* satu sama lain dari latar belakang yang berbeda.

Fakta itu menunjukkan bahwa teknologi telah merubah cara hidup manusia. Hadirnya teknologi digital menyebabkan kehidupan manusia semakin dipermudah dengan adanya platform digital melalui aplikasi Shopee. Platform belanja *online* Shopee telah membawa tren baru dalam berbelanja dan santri sebagai bagian dari kelompok sosial terpelajar, telah menjadi sasaran dari mekanisme digital yang telah mempengaruhi gaya hidup mereka.

B. Saran

Penelitian ini sebagai karya ilmiah tentu masih banyak memiliki kekurangan. Pada saat melakukan penelitian, ditemukan banyak kendala di luar kendali serta masih memiliki kekurangan dalam pengerjaannya. Dalam proses penelitian, peneliti mengalami keterbatasan waktu yang diberikan, tempat, serta perizinan, sehingga hasil wawancara dari setiap informan dijadikan hasil pada penelitian ini. Oleh sebab itu, terdapat beberapa rumusan saran yang sifatnya membangun terhadap penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan yang berkaitan dengan sosiologi pesantren atau kajian teori sosiologi postmodern salah satunya Jean Baudrillard. Pada dasarnya penelitian ini masih memiliki kekurangan karena masih banyak hal penting yang belum diulas. Adapun bagian yang belum diulas meliputi

dampak dari gaya hidup yang cenderung masuk pada gaya hidup konsumtif, proses perubahan gaya hidup santri, bahkan upaya pengendalian perilaku konsumtif pada santri. Oleh sebab itu, diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat berbaur langsung selama proses penelitian agar dapat mengetahui realitas sebenarnya yang ada di lapangan.

Kedua, bagi program studi Sosiologi Agama, penelitian ini perlu disempurnakan lagi seperti halnya merencanakan studi sosiologi ekonomi dengan mengikuti adanya perkembangan dan fenomena yang sedang terjadi di tengah masyarakat beragama. Adanya wacana baru dapat membantu penelitian selanjutnya agar dapat memperkaya referensi yang dibutuhkan.

Ketiga, bagi Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri diharapkan turut berperan dalam upaya pengendalian gaya hidup santri. Salah satunya dengan memberikan pengetahuan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu juga dapat dilakukan dengan membuat peraturan yang berisi tentang pembatasan jumlah frekuensi pembelian barang secara *online* meskipun terdapat peraturan kurir ekspedisi tidak boleh masuk ke dalam area pondok pesantren.

Keempat, bagi santri mahasiswa Pondok Pesantren Al-Fithroh Putri. Perlu dipahami bahwa iklan-iklan Shopee, promo atau diskon Shopee pada dasarnya tidak dapat dikendalikan oleh diri pribadi. Namun, perlu diketahui bahwa iklan, promo atau diskon Shopee merupakan salah satu bagian dari *marketing* perusahaan Shopee yang menghadirkan berbagai realitas palsu. Oleh sebab itu, perlu adanya kontrol diri agar dapat mempertimbangkan

kembali antara kebutuhan atau sekedar keinginan dalam hal mengkonsumsi suatu barang atau produk Shopee.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Ali Zainal. “Wirid Dalailul Khairat: Sejarah, Penyusun, Dan Keutamaannya”, dalam nu.or.id <https://nu.or.id/shalawat-wirid/wirid-dalailul-khairat-sejarah-penyusun-dan-keutamaan-d4QO8>. 2019. (Diakses pada 23 Juli 2023 pukul 23.45).
- Ane, Dhery. “Jean Baudrillard: Simulakra Dan Hiperrealitas Masyarakat Postmodern.” dalam web *lsfdiscourse.org* <https://lsfdiscourse.org/jean-baudrillard-simulakra-dan-hiperrealitas-masyarakat-postmodern/>. 2023. (Diakses pada 8-9 Oktober 2023).
- Anggraeni, Elly dan Khasan Setiaji. “Pengaruh Media Sosial Dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” Dalam *Economic Education Analysis Journal*, Vol. 7 No. 1. 2018.
- Annur, Cindy Mutia. “Ini Perusahaan E-Commerce Dengan Nilai Transaksi Terbesar Di Asia Tenggara Pada 2022.” dalam web *katadata.co.id* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/21/ini-perusahaan-e-commerce-dengan-nilai-transaksi-terbesar-di-asia-tenggara-pada-2022>. 2023. (Diakses pada 27 Juli 2023 pukul 21.45).
- Aptika, Admin. “Sistem E-Commerce Dan Perlindungan Konsumen.” dalam web *kominfo.go.id* <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>. 2017. (Diakses pada 3 Februari 2023).
- Asharudin, Ropip. “Analisis Pemikiran Jean Baudrillard Tentang Simulasi Dan Realitas Dalam Konteks Era Digital.” dalam *Gunung Djati Conference Series* Vol. 24. 2023.
- Chriesmaya, Ivane Eka. “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Minimarket Alfamart Di Malang.” dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Vol. 1 No. 1. 2012.
- Demartoto, Argyo. “Realitas Virtual Realitas Sosiologi.” Dalam *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial* Vol. 2 No. 1. 2013.
- Dhofier, Zamakhsari. *Tradisi Pesantren: Studi Pandangan Hidup Kyai Dan Visinya Mengenai Masa Depan Indonesia*. Jakarta: LP3ES. 2011.
- Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan P. *Statistik Telekomunikasi Indonesia* (dan P. Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi). Jakarta: Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/11/e03aca1e6ae93396ee660328/statistik-telekomunikasi-indonesia-2020.html>. 2021.

- ECC.co.id. "PT Shopee International Indonesia." Dalam web *ecc.co.id* <https://ecc.co.id/company/site/view/1292>. (Diakses pada 2 Maret 2023).
- Fatmawati, Noor. "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya *Online Shop*." Dalam *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Vol. 29, No. 1, 2020. DOI:10.17509/jpis.v29i1.23722.
- Fitri, Nuri Annisa, dan Hisbullah Basri. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi." dalam *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 9, No. 2. 2021. doi:<https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1329>.
- Harahap, Dedy Ansari, and Dita Amanah. "Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen." Dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)* Vol. 19 No. 1. 2022. doi:<https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>.
- Harahap, Dedy Ansari. "Perilaku Belanja *Online* Di Indonesia: Studi Kasus." Dalam *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 9 No. 2. 2018. doi:10.21009/jrmsi.009.2.02.
- Hasanah, Nur. "Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Santri Terhadap Iklan- Iklan *E-Commerce* Pada *Smartphone*". Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN SUNAN KALIJAGA, 2019.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi dan Fokus Groups, Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- HiToko, Tim Penulis. "Penjelasan Apa Itu Cashback Shopee Dan Cara Menggunakannya" dalam web [hitoko.co.id](https://www.hitoko.co.id) <https://www.hitoko.co.id/blog/pengertian-dan-cara-menggunakan-cashback-Shopee/>. (Diakses pada 28 Juli 2023 pukul 15.50).
- Jati, Restu, dkk. "Analisis Semiotika Iklan Shopee Dari Rumah Di Youtube (Studi Analisis Semiotik Model Roland Barthes)." dalam *Solidaritas: Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 6 No. 2. 2022.
- KBBI. "Konsumen." dalam web *kbbi.kemendikbud.go.id*. 2016. <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/konsumen> diakses pada 27 September 2023.
- KBBI. "Tren" dalam web *kbbi.kemendikbud.go.id*. 2016. <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/tren> diakses pada 20 Oktober 2023.

- Khoirunnisaa, Jihaan. "5 Keuntungan Pakai Shopee Express, Salah Satunya Ada Gratis Ongkir." dalam web *Shopee.Id*, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/sobat-shopee-ini-dia-5-keuntungan-pakai-shopee-express/>. (Diakses pada 29 Juli 2023 pukul 23.50).
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* (Bob Sabran, Terjemahan). Jakarta: Erlangga. 2009.
- Kristo, Fino Yurio. "Menelusuri Asal Usul Lazada". *detikinet.com*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3186899/menelusuri-asal-usul-lazada> , 2016. Diakses 24 Maret 2022, pukul 23.15.
- Lantang, Agnesia Amanda, Shirley Y. V. I. Goni, dan Evie A. A. Suwu, "Efektivitas Penggunaan Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Popareng Kecamatan Tatapaan Kabupaten Minahasa Selatan". Dalam *Jurnal Ilmiah Society* Vol. 2 (2). 2022.
- Lukitaningsih, Ambar. "Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran." dalam *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol. 13 No. 2 <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/670>. 2013.
- Minanda, Ade, dkk. "Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari." dalam *Jurnal Neo Societal* Vol. 3 No. 1. 2018. doi:<http://dx.doi.org/10.52423/jns.v3i2.4031>.
- Miranda, Yosy Cynthia. "Kajian Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam *Online Shopping*." Dalam *Competence: Journal of Management Studies* Vol. 10 No. 1. 2016. doi:<https://doi.org/10.21107/kompetensi.v10i1.3424>.
- Mukromin, Wiwik Laela. "Media Sebagai Lembaga Sosial Dan Komersial." dalam *Jurnal Al-Nashihah* Vol. 3 No. 2. 2019.
- Nabilah, Aninda. "Peluang Pasar: Produk *Fashion* Muslim." Dalam web *ukmindonesia.id*. 2022. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-fashion-muslim/>. (Diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 12.40).
- Nisak, Maslatun, dan Tutik Sulistyowati. "Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Dalam Trend *Fashion* (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan)." dalam *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* Vol. 4 No. 2. 2022. <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1088&context=jsht>.

- Nugraha, Jefri Putri, dkk. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: Penerbit NEM-Anggota IKAPI. 2021.
- Pambudi, Rilo. “Kisah Pendiri Shopee Yang Kini Jadi Marketplace Nomor 1 Di Indonesia, Siapa Forrest Li Dan Chris Feng?” dalam *inews.id* <https://www.inews.id/finance/bisnis/kisah-pendiri-shopee-yang-kini-jadi-marketplace-nomor-1-di-indonesia-siapa-forrest-li-dan-chris-feng>. 2022. (Diakses pada 2 Maret 2023).
- Pawanti, Mutia Hastiti. “Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard”. FIB UI: Program Studi Sastra Prancis, 2013.
- Peristiwa, Maria. “Hiperealitas *Online Shop* Dan Tindakan Konsumtif Melalui Jejaring Sosial *Online*.” dalam *Jurnal Mahasiswa Sosiologi* Vol. 1 No. 5. 2015.
- Pradana, Mahir. “Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia”, dalam *Jurnal MODUS* Vol. 27 No. 2. 2015. DOI:<https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>.
- Pratiwi, Nurul, dkk. “Relevansi Waktu Senggang Terhadap Konsumsi Berlebih Di Era Postmodern.” dalam *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol. 6 No. 2. 2021. doi:10.47435/adz-dzahab.v6i2.622.
- Purnomo, Hadi. *Manajemen Pendidikan Pondok Pesantren*. Yogyakarta: Bildung Pustaka Utama. 2017.
- Puspita, Meri. “Sejarah Shopee, Model Bisnis, dan Visi Misinya”. pojoksosmed.com. dalam <https://pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-shopee/>, 2020. Diakses pada 24 Maret 2022, pukul 22.45.
- Putri, Nur Afifah Rosnadia, dan Sri Setyo Iriani. “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee.” dalam *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, Vol. 8, No. 2. 2019. DOI:10.31504/komunika.v8i2.2391
- Rarasanti, Dwiska. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Melakukan Impulse Buying Pada Pengunjung Mall Panakukkang.” Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar. 2018.
- Rikin. “Metode Dan Syarat Membaca Al-Qur’an.” dalam web kemenag.go.id, <https://purbalingga.kemenag.go.id/metode-dan-syarat-membaca-al-quran/>. (Diakses pada 23 Juli 2023, pukul 21.00).

- Rohini, Desti. “Pengaruh Belanja *Online* di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga. 2018.
- Rohmania, Fina. “Perubahan Sosial Keagamaan Mahasiswa Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga Dalam Belanja *Online* Pada Aplikasi Shopee”. Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga. 2022.
- Saumantri, Theguh, and Abdu Zikrillah. “Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa.” dalam *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* Vol. 11 No. 2. 2020. doi:10.24235/orasi.v11i2.7177.
- Shopee Careers. “Shopee Adalah Platform Belanja *Online* Terdepan Di Asia Tenggara Dan Taiwan.” *Shopee.Id*, <https://careers.shopee.co.id/about>. (Diakses pada 2 Maret 2023).
- Shopee, Inspirasi Shopee, “PayLater: Pengertian, Keuntungan, dan Tips Menggunakannya” dalam web *shopee.id* <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/apa-itu-paylater-adalah/> (Diakses pada 29 Juli 2023 pukul 23.30).
- Shopee, Pusat Bantuan “Apa Itu Garansi Shopee.” Dalam web *shopee.id* <https://help.shopee.co.id/portal/article/73236>. (Diakses pada 28 Juli 2023 pukul 13.25).
- Shopee, Pusat Bantuan “Apa itu Voucher Cashback?” dalam web *shopee.id* <https://help.Shopee.co.id/portal/article/71920> (Diakses pada 28 Juli 2023 pukul 15.45).
- Shopee, Pusat Bantuan, “Apa itu Produk Digital?” dalam web *shopee.id* [https://help.Shopee.co.id/portal/article/72662-\[Produk-Digital\]-Apa-itu-Produk-Digital?](https://help.Shopee.co.id/portal/article/72662-[Produk-Digital]-Apa-itu-Produk-Digital?) (Diakses pada 30 Juli 2023 pukul 00.05).
- Shopee, Pusat Bantuan, “Apa itu Shopee *Games*?” dalam web *shopee.id* [https://help.Shopee.co.id/portal/article/72120-\[Shopee-Games\]-Apa-itu-Shopee-Games](https://help.Shopee.co.id/portal/article/72120-[Shopee-Games]-Apa-itu-Shopee-Games) (Diakses pada 30 Juli 2023 pukul 00.15).
- Shopee, Pusat Bantuan, “Apa itu Shopee *Live*?” dalam web *shopee.id* <https://help.Shopee.co.id/portal/article/72833> (Diakses pada 23 September 2023 pukul 14.25).
- Shopee, Pusat Bantuan, “Apa itu ShopeeFood?” dalam web *shopee.id* [https://help.Shopee.co.id/portal/article/72285-\[Pembeli-ShopeeFood\]-Apa-itu-ShopeeFood](https://help.Shopee.co.id/portal/article/72285-[Pembeli-ShopeeFood]-Apa-itu-ShopeeFood) (Diakses pada 29 Juli 2023 pukul 23.58).

- Shopee, Pusat Bantuan, “Apa itu ShopeePay dan Bagaimana Cara Aktivasinya” dalam web *shopee.id* <https://help.Shopee.co.id/portal/article/73240> (Diakses pada 29 Juli 2023 pukul 21.55).
- Shopee, Pusat Edukasi Penjual “Apa itu Program Gratis Ongkir?.” Dalam web *shopee.id* <https://seller.Shopee.co.id/edu/article/3851> (Diakses pada 28 Juli 2023 pukul 14.53).
- Shopee, Pusat Edukasi Penjual, “Apa itu Metode Pembayaran COD (Bayar di Tempat?)” dalam web *shopee.id* <https://seller.Shopee.co.id/edu/article/3360> (Diakses pada 29 Juli 2023 pukul 19.57).
- Shopee, Pusat Edukasi Penjual, “Apa itu Shopee *Live*?” dalam web *shopee.id* <https://seller.Shopee.co.id/edu/article/826> (Diakses pada 30 Juli 2023 pukul 00.20).
- Shopee, Pusat Edukasi Penjual, “Tentang Shopee *Video*” dalam web *shopee.id* <https://seller.Shopee.co.id/edu/article/12948> (Diakses pada 30 Juli 2023 pukul 00.27).
- Shopee, Pusat Edukasi Penjual. “Area Jangkauan Penjual SPX Express” dalam web *shopee.id* <https://seller.shopee.co.id/edu/article/3443>. 2023. (Diakses pada 2 Maret 2023).
- Sirait, Nanda Averawati. “Perilaku Konsumtif Belanja *Fashion* di *Online Shopping* Pada Mahasiswa (Studi Deskriptif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Sumatera Utara)”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. 2021.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. 2015.
- Soehadha, Moh. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga. 2018.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta. 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA. 2013.
- Sulistiyawati, Eka Septiana, dan Anna Widayani. “Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM Di Kota Blitar”, dalam *Jurnal Pemasaran Kompetitif* Vol. 4 No. 1. 2020. DOI:10.32493/jpkpk.v4i1.7087.

- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Suyitno. *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya*. Tulungagung: Akademia Pustaka. 2018.
- Tambunan, Irayanti, dkk. “Pengaruh Trend Muslimah *Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah Uin Sultan Syarif Kasim Riau.” dalam *Journal of Sharia and Law* Vol. 2 No. 2. 2023.
- Tasruddin, Ramsiah. “Tren Periklanan Di Media Sosial.” dalam *Komodifikasi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 5 No. 1. 2017.
- Teknovidia. “Profil Dan Sejarah Perusahaan Shopee” dalam web *teknovidia.com* <https://www.teknovidia.com/profil-sejarah-Shopee/>. (Diakses pada 2 Maret 2023).
- Umboh, Zefanya, dkk. “Pengaruh Shopping Lifestyle, *Fashion* Involvement dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita Di MTC Manado.” Dalam *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* Vol. 6 No. 3. 2018. doi:<https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20373>.
- Zuhdi, Kalya Nabila, dkk. “Praktik Masyarakat Konsumsi *Online* Dalam Perspektif Baudrillard.” Dalam *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHI3S)*. Vol. 1, No. 6. 2021.