

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi membawa dampak baru bagi manusia. Dampak perkembangan teknologi tersebut salah satunya adalah pergeseran konsumen dalam melakukan transaksi. Perdagangan Melalui Sistem Elektronik merupakan aktivitas perdagangan dengan media dan prosedur elektronik. Sedangkan transaksi elektronik merupakan transaksi yang dilaksanakan dengan media berupa komputer atau jaringan elektronik serta media lainnya yang bersifat elektronik. Pembayaran tunai masih banyak dilakukan, namun melakukan transaksi *online* sedang populer dan *E-Wallets* adalah satu di antaranya yang berpotensi besar di pasar *e-commerce*. *E-commerce* dan e-money dalam bekerja sama bisa menjadi sangat kuat dalam industry 4.0 ini. Kemudahan berbelanja, bertransaksi dan top up saldo menjadi kunci keberhasilan dari kedua produk teknologi ini. Dalam kaitan dengan pembayaran digital pada transaksi *e-commerce*, dalam bertransaksi via internet dibutuhkan sebuah prosedur dan tempat bertemunya penjual dan pembeli.

E-Wallet sendiri merupakan dompet elektronik atau juga dapat disebut dengan dompet digital yang dapat memanfaatkan suatu media yang ada di Internet untuk sarana jual beli atau metode pembayaran. Tentunya dengan adanya *E-Wallet* ini banyak fitur fitur yang mempermudah kita sebagai manusia untuk proses transaksi. Didukung dengan perkembangan zaman yang ada di Indonesia dan banyak generasi millennial yang menggunakan *E-Wallet* untuk setiap transaksi yang dilakukan. Semakin bertambahnya tahun ditambah dengan munculnya pandemi menyebabkan banyak transaksi yang harus dilakukan secara *online* melalui *E-Wallet*. Hal tersebut menyebabkan masyarakat luas mulai terbiasa dengan penggunaan *E-Wallet*.

Penggunaan *E-Wallet* pada sendiri sebenarnya memiliki banyak dampak positif yang berpengaruh pada kehidupan kita sehari-harinya. *E-Wallet* menjadi sebuah layanan yang memberikan banyak benefit, mudah untuk digunakan, dapat dipercaya, aman dan nyaman saat digunakan, serta penawaran harga yang masih

dalam batas wajar. Dampak positif ini tidak hanya dirasakan untuk satu atau dua orang melainkan seluruh kalangan. Manfaat dari penggunaan *E-Wallet* antara lain ialah Lebih mudah dan cepat, dengan adanya *E-Wallet* pembayaran menjadi sangat mudah dan dapat dilakukan dimanapun dan kapan pun. Banyak pula usaha yang mulai beralih dari tunai menjadi *E-Wallet* dalam menyelesaikan transaksinya dengan customer. Lalu, Keamanan yang lebih terjamin Menurut studi dari Consumer Payment Attitudes oleh Visa, ketakutan akan risiko membawa uang tunai membuat sebanyak 57% masyarakat Indonesia memutuskan untuk meninggalkan uang tunai perlahan-lahan. Kemudian, sebanyak 61% responden juga merasa lebih aman untuk menggunakan kartu pembayaran. Hal tersebut menjadi bukti bahwa gaya hidup non tunai memberikan rasa keamanan yang lebih baik, serta mendapatkan *reward*. Macam-macam *reward* seperti potongan harga, *cashback* atau hadiah langsung ditawarkan oleh berbagai merchant bagi konsumen yang loyal dalam menggunakan transaksi non tunai (Handayani, 2020).

Di kutip dari penelitian Kim Yeong Gug & Woo Eunju (2018) tidak hanya memiliki dampak positif, sayangnya *E-Wallet* ini memiliki beberapa dampak negatif bagi kehidupan masyarakat. Didukung keadaan yang semakin berkembang, masyarakat yang dipaksa untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang ada tentu menyebabkan beberapa tindakan yang sedikit berlebihan. Dengan banyaknya tipe atau jenis *E-Wallet* yang tersebar di masyarakat tentu memiliki dampak positif serta negatif. Salah satu dampak negatifnya yaitu perilaku konsumtif yang ada pada masyarakat terutama Remaja.

Perilaku konsumtif merupakan salah satu tindakan membeli barang yang di inginkan secara berlebihan dapat membeli banyak barang sekaligus tanpa berfikir rasional. Perilaku berlebihan dalam melakukan pembelian disebut juga perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini dapat muncul di masyarakat terutama para pemuda. Didukung dengan adanya pandemi yang menyebabkan seseorang menghabiskan banyak aktivitas kita dengan bertransaksi secara *online* sehingga dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif ini. Segala sesuatu yang berlebihan tidak baik begitu juga dengan keinginan untuk membeli suatu barang.

Menurut Suyasa dan Fransisca (2017) perilaku konsumtif merupakan tindakan sadar dalam melakukan transaksi atau pembelian suatu barang di luar dari kebutuhan pokok atau dapat dikatakan sebagai pemenuhan keinginan saja. Perilaku ini dilakukan secara berlebihan dan mengakibatkan seseorang menjadi boros dan tidak mengatur biaya untuk kebutuhan pokok secara efisien. Pada kondisi saat ini yang semua aspek kehidupan tidak bisa jauh dari penggunaan jaringan internet dan media sosial, maka besar dorongan yang dapat membuat seseorang menjadi konsumtif. Dompot digital membawa pengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia yang memudahkan pembayaran dan sudah sah digunakan. Penggunaan dompet digital hanya membutuhkan smartphone saja. Fungsi dompet ini didesain agar masyarakat melakukan pembayaran tanpa harus menggunakan uang tunai.

Penelitian yang dilakukan oleh EH Umamah (2021) dengan judul “Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Busana Pada Mahasiswa Selama Masa Pandemi (COVID-19)” dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan berfokus pada populasi sampel mahasiswa berkarakteristik pernah berbelanja busana selama pandemi COVID-19. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa lebih banyak menggunakan metode pembayaran transfer antar bank dibandingkan dengan menggunakan *E-Wallet*. Selain itu dari penelitian ini perilaku konsumtif pada pembelian busana berada di tingkat yang cukup tinggi. Hal ini disebabkan seringkali mahasiswa tidak dapat mengontrol diri seperti kegunaan barang, kebutuhan yang diprioritaskan, serta keinginan untuk berbelanja sangat tinggi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh MN Septiani (2019) dengan judul “Pengaruh Bimbingan Dan Konseling Individu Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja” yang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini, perilaku konsumtif pada remaja mengarah pada barang-barang yang dimiliki atau dijual oleh kelompok artis atau idola mereka yang menjadi acuan dalam sehari-harinya. Perilaku konsumtif remaja ini dipengaruhi oleh keluarga seperti pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan remaja untuk membeli atau menggunakan jasa tertentu. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki perilaku konsumtif yang berada pada

nilai tengah, dengan setengah remaja yang menjadi sampel berperilaku konsumtif dan setengahnya tidak.

Kemudian penelitian yang dilakukan Maria Kartika (2020) Tentang *cashless society* dalam penelitian tersebut dijelaskan masyarakat saat ini lebih senang menerima perubahan yang instan yaitu salah satunya dengan menggunakan metode pembayaran cashless seperti e-money. Dalam penelitian ini pola konsumsi masyarakat sangatlah tinggi saat menggunakan *e-money*. Cashless Society biasanya di lambangkan dengan penggunaan kartu, pola yang dilihat dari penelitian ini adalah kebiasaan gesek kartu dan tap kartu pada pembayaran tertentu.

Penelitian dari Tamara Virsa Putri yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup konsumtif dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif makanan kekinian mahasiswa urban Surabaya”. Urbanisasi yang dilakukan oleh mahasiswa perkotaan membuat gaya hidup mereka semakin konsumtif dengan fasilitas dan akses yang mudah di Surabaya. Salah satunya adalah akses mudah ke makanan terkenal di setiap sudut kota dengan berbagai promosi penjualan (diskon dan cashback) yang ditawarkan oleh pemasar untuk meningkatkan pembelian oleh mahasiswa perkotaan. Perubahan gaya hidup dan berbagai promosi penjualan mendorong mahasiswa perkotaan untuk melakukan pembelian impulsif. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif sehingga mahasiswa perkotaan dengan gaya hidup konsumtif cenderung lebih banyak melakukan pembelian impulsif. Sedangkan variabel promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif yang artinya promosi oleh outlet tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian impulsif mahasiswa perkotaan.

Melihat dari Hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, kita dapat melihat bahwa kemajuan dan pesatnya teknologi yang dibarengi dengan era pandemi Covid-19 merupakan perpaduan yang sangat luar biasa menguntungkan bagi kegiatan perekonomian, namun juga menimbulkan perilaku yang konsumtif terutama pada remaja yang *self-control*nya masih lemah. Remaja cenderung tergiur dengan penawaran yang sekiranya dapat menguntungkan para Remaja namun mereka tidak sadar kalau hal tersebut memicu perilaku konsumtif.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan sebuah rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana proses terbentuknya gaya hidup konsumtif dalam tren penggunaan *E-Wallet* pada remaja di Bekasi saat Pandemic Covid-19?
2. Bagaimana bentuk perilaku konsumsi dalam penggunaan *E-Wallet* Remaja di Bekasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum: Mendeskripsikan perubahan gaya hidup remaja di kala pandemi dengan adanya pembaruan teknologi dalam bidang transaksi.
2. Tujuan Khusus: Untuk menganalisis perubahan gaya hidup pada remaja di kala pandemic (khususnya dari latar keluarga menengah keatas) dengan adanya pembaruan teknologi dalam bidang transaksi. Dimana sekarang sudah sangat jarang menggunakan metode pembayaran cash untuk transaksi pembayaran.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Bagi Peneliti : Menambah pengetahuan dalam berfikir dan berproses serta menerapkan ilmu-ilmu yang sudah diperoleh selama masa kuliah sekaligus sebagai pemenuhan syarat Tugas Akhir di perkuliahan.
2. Bagi Akademis : Studi ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya sekaligus sebagai pengembangan ilmu atau bahan kajian ilmu sosial yang berkaitan dengan studi Sosiologi Ekonomi atau Studi-studi terkait Gaya Hidup konsumtif pada Remaja.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan sangat dapat memberi informasi lebih kepada para pemerhati konsumerisme masyarakat dan perusahaan finansial yang ada di Indonesia.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Studi tentang *E-Wallet* sangat cocok terhadap gaya hidup di masa sekarang yang cenderung serba instan apalagi di masa pandemi Covid-19 karena dirasa lebih aman. Cashless society membentuk masyarakat yang hedonisme dan konsumerisme. Sistem yang tinggal click, bayar, dan barang akan diantar sampai depan rumah. Proses transaksi yang tidak rumit telah memberikan perubahan terhadap tren belanja masyarakat (Lestari & Iriani, 2018). Fauz Novia Faadhilah (2018) melakukan penelitian mengenai pengaruh gaya hidup konsumtif dan *beauty vlogger* sebagai kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik. Studi penelitian ini dilakukan pada remaja perempuan pengguna kosmetik Korea di Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan jenis riset konklusif dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini menemukan hasil yaitu dapat disimpulkan bahwa pertama, secara parsial variabel gaya hidup konsumtif berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik pada remaja perempuan pengguna kosmetik Korea di Surabaya. Kedua, secara parsial untuk variabel *beauty vlogger* sebagai kelompok referensi tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik pada remaja perempuan pengguna kosmetik Korea di Surabaya.

Menurut Jati (2015), cashless society teknologi secara nyata berperan penting mendorong konsumsi kelas menengah Indonesia supaya lebih konsumtif. Dalam masyarakat cashless, alat yang digunakan untuk bertransaksi seperti aplikasi-aplikasi *E-Wallet*, seringkali memberikan promo berupa diskon, cashback, dan voucher. Tentu hal itu membuat masyarakat cashless semakin tergiur tanpa harus bertransaksi dengan uang tunai yang jarang sekali terdapat cashback. Perilaku konsumtif merupakan sikap seseorang dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa

dengan tujuan untuk memuaskan hasrat keinginan dan bukan berdasarkan pada prioritas kebutuhan (Sari, 2018).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktivera & Wirawan (2020), mengenai dampak promosi elektronik pada dompet digital telah membentuk pembelian impulsif melalui strategi cashback, diskon, dan coupons. Penelitian yang relevan juga dilakukan oleh Adhiyani (2021), semakin menarik dan semakin banyak iklan atau promosi dan semakin banyak cashback, maka akan semakin cepat keputusan impulse buying pada konsumen. Stimulus pesan promo selling pada dompet digital dapat mengubah motivasi masyarakat yang awalnya menggunakan aplikasi ini untuk mendukung kenyamanan bertransaksi menjadi motivasi untuk memenuhi hasrat keinginan hedonis.

Teknologi memberikan banyak sentuhan kemudahan sehingga menciptakan rasa kecanduan bagi masyarakat untuk melakukan konsumsi. Kemudahan yang ditawarkan *E-Wallet* untuk bertransaksi di berbagai merchant *online* dan *offline*, sering kali membuat masyarakat terlena dan menjadi pemicu terciptanya kebiasaan konsumtif. Hal tersebut karena *E-Wallet* tidak digunakan sesuai tujuan, masyarakat tidak menyadari uang elektronik sama dengan uang tunai, dan kurang bijak menggunakan promo dari *E-Wallet*. Terdapat permasalahan psikologis sehingga orang lebih mudah mengeluarkan uang saat menggunakan uang digital, mereka menganggap bahwa saldo di dompet digital hanya angka-angka digital, karena semakin mudah, semakin cepat transaksinya, maka semakin boros (Adhinegara, 2019).

Selanjutnya, penelitian oleh Diah Nafisah (2019) yang berjudul Perilaku konsumtif pada remaja pengguna kuota di tinjau dari *control* diri dan gaya hidup. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa *Control* diri dan gaya hidup dipengaruhi oleh perilaku konsumtif dari fenomena perilaku konsumtif remaja dan untuk mengatasinya yaitu perlunya mempunyai *control* diri yang baik pada remaja dalam proses pembelian barang. Gaya hidup merupakan pola kehidupan individu dalam kegiatan sehari-hari dan *control* diri dapat mengatur dan mengarahkan seseorang dalam melakukan kegiatan secara positif. Maka dari itu, jika *control* diri meningkat

maka ada hubungan *control* diri terhadap perilaku konsumtif dan jika gaya hidup remaja tinggi, perilaku konsumtif juga dapat meningkat sebaliknya.

Penelitian oleh Nurul, dkk (2015) yang berjudul Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan. Hasil penelitiannya menyatakan perilaku konsumtif cukup tinggi karena kemasan yang menarik pada produk mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FKIP Untan. Diketahui selves memiliki pengaruh yang cukup tinggi pada gaya hidup sebagian besar mahasiswa pendidikan ekonomi.

Penelitian oleh Rudi Yanto & Batara (2020) yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*. Hasil dari penelitian ini yaitu gaya hidup dan literasi keuangan mempunyai pengaruh secara signifikan dan simultan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa STIE Galileo. Literasi keuangan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online*, dan gaya hidup mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online*.

Penelitian oleh Nikmatul dan Deny (2022) yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil penelitian menyatakan bahwa gaya hidup dan penggunaan uang elektronik memiliki dampak secara positif pada perilaku konsumtif mahasiswa. Ada faktor penyebab gaya hidup dapat berpengaruh pada perilaku konsumtif yaitu informasi yang luas, perubahan gaya hidup, perkembangan pada sosialisasi, pengetahuan dan aktivitas mahasiswa. Tetapi uang elektronik tidak berpengaruh secara signifikan pada perilaku konsumtif karena mahasiswa mengurangi pengeluaran dengan menyesuaikan biaya kebutuhan.

Penelitian oleh Irene (2022) yang berjudul Pengaruh *Financial Literacy*, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan *Control* Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. Hasil penelitian menyatakan bahwa tingkat pada *financial literacy* terdapat implikasi di tingkat konsumtif generasi milenial dan implikasi pada *control* diri agar dapat mengendalikan dirinya dan tidak mudah terpengaruhi. Maka variabel *control* diri dan *financial literacy* mempunyai pengaruh secara signifikan pada perilaku konsumtif generasi milenial. Kemudian

kegiatan konsumsi yang disukai oleh generasi milenial yaitu pada *variabel* demografi, uang elektronik, dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan pada perilaku konsumtif generasi milenial.

Penelitian Nada dan Rezi (2019) yang berjudul Hubungan Antara Komunikasi Kelompok Teman Sebaya Dan Perilaku Belanja *Online* Dengan Gaya Hidup Konsumtif Pada Remaja Usia 15-18 Tahun Di Kota Jakarta. Hasil penelitian menyatakan ada hubungan positif dan rendah pada komunikasi kelompok teman sebaya dengan gaya hidup konsumtif karena komunikasi merupakan model dan penguin dalam proses komunikasi dan perbandingan sosial dan komunikasi kelompok dengan gaya hidup konsumtif tidak berkaitan secara signifikan pada remaja usia 15-18 tahun. Kemudian, ada hubungan secara positif dan rendah pada *variabel* perilaku belanja *online* terhadap gaya hidup konsumtif karena jumlah, frekuensi, dan waktu pada perilaku belanja tidak ada kaitan secara signifikan dengan gaya hidup konsumtif dan adanya hubungan positif pada komunikasi kelompok teman sebaya, perilaku belanja *online* dengan gaya hidup konsumtif.

Penelitian oleh Fauz (2018) yang berjudul Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan *Beauty vlogger* Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya). Hasil penelitian menyatakan gaya hidup konsumtif secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik pada remaja di Surabaya karena remaja lebih mementingkan keinginannya yang berlebihan sehingga berdampak pada gaya hidup konsumtif dengan berbelanja dan menggunakan lebih dari dua kosmetik Korea.

Penelitian oleh Eni, dkk (2017) yang berjudul Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. Hasil penelitian menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan kegiatan membeli suatu barang untuk memenuhi keinginan dan bukan untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumtif tersebut merupakan bagian dari gaya hidup. Remaja mempunyai kondisi mental yang labil dan mudah untuk dipengaruhi sehingga perilaku konsumtif dikalangan remaja bisa mempengaruhi berbagai aspek yaitu pemborosan dan impulsif untuk mendapatkan kesenangan remaja.

Penelitian oleh Dwi dan Ria (2020) yang berjudul Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik secara signifikan ada pengaruh positif pada perilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan uang elektronik dapat memudahkan untuk melakukan pembayaran secara non-tunai, tetapi mahasiswa agar lebih bijak dalam melakukan pembayaran dengan uang elektronik dan dapat memilah mana kebutuhan dan keinginan untuk meminimalisir pengeluaran mahasiswa karena penggunaan uang elektronik bisa mempengaruhi sifat konsumtif pada mahasiswa.

Penelitian oleh Ali dan Rika (2020) yang berjudul Pengaruh Fintech *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. Hasil penelitian menyatakan bahwa generasi millennial menginginkan kemudahan penggunaan pada aplikasi FinTech *E-Wallet*. Seperti pada persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat OVO dan Gopay, sebagai dompet digital ada pengaruh pada perilaku konsumtif generasi millennial yang menggunakan OVO dan Gopay sebagai dompet digital dan juga alat pembayaran. Kemudian adanya promosi dari OVO dan Gopay sebagai dompet digital kepada generasi millennial dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut dapat ditarik benang merah kesamaan dan perbedaan penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian yang akan dilakukan. Secara metodologis beberapa penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dimana digunakan untuk menguji hubungan antara adanya e-wallet terhadap perilaku konsumtif. Hasilnya menunjukkan melalui e-wallet ini dapat meningkatkan konsumtif generasi millennial. Hal ini sama dengan fokus yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan adanya tren e-wallet ini mampu memancing generasi millennial untuk lebih konsumtif dikarenakan banyak kemudahan dan keuntungan transaksi melalui e-wallet ini. Salah satunya mendapatkan promo produk, cashback ataupun potongan harga. Selanjutnya, berdasarkan penelitian terdahulu memberikan referensi dan dukungan data untuk penelitian yang akan dilakukan karena berdasarkan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa konsumtif ini bisa memberikan perubahan terhadap gaya hidup

generasi millennial. Data-data literatur ini sangat mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa saat ini dengan adanya tren e-wallet mampu merubah gaya hidup generasi millennial untuk lebih konsumtif. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kurangnya kontrol diri dan pengaturan pengelolaan keuangannya juga kurang diperhatikan.

1.5.2 Kerangka Teori

1.5.2.1 Teori Masyarakat Konsumsi, Simulasi dan Budaya Populer

A. Masyarakat Konsumsi

Jean Baudrillard menganalisis masyarakat konsumsi yaitu pada cakupan konsumsi ini bukan pada suatu jasa atau barang tetapi telah meluas ke seluruh objek yang dapat dinikmati dan dijadikan tanda dari pemikiran ataupun tindakan untuk kepuasan hasrat masyarakat. Wilayah konsumsi yang awalnya berupa konsumsi barang, Jean Baudrillard mencoba untuk memperluas ke konsumsi jasa, dan akhirnya meluas ke semua hal lain. Masyarakat memiliki kebutuhan yang membawanya mereka menuju ke objek yang dapat memberikan kepuasan (Baudrillard, 2004). Masyarakat konsumsi menurut Jean Baudrillard dalam jurnal Kalya Nabila Zuhdi, masyarakat konsumsi adalah masyarakat yang melakukan konsumsi barang berdasarkan keindahan dan bukan dari kegunaan barang.

Masyarakat akan merasa tidak puas dan menimbulkan rasa ingin mengkonsumsi kembali barang tersebut. Baudrillard menjelaskan bahwa konsumerisme akan memberikan dampak kepada masyarakat untuk terus terjebak dalam sistem kebutuhan palsu. Realitas konsumsi yang terjadi pada masyarakat konsumerisme sudah mengalami perubahan karena masyarakat membeli barang untuk pemenuhan hasrat (*desire*) bukan untuk pemenuhan kebutuhan (*needs*). Untuk memenuhi hasrat ini menjadi fokus Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi mengalihfungsikan pemenuhan kebutuhan menjadi ajang identitas kultur masyarakat (Zuhdi et al., 2021). Hal tersebut diketahui dari tren pembayaran *E-Wallet* sebagai gaya hidup konsumtif remaja.

Dikutip dalam jurnal Khusniatun Alviyah, dkk perilaku konsumtif masyarakat adalah dampak dari perkembangan zaman yang terus mengalami perubahan menuju modern. Konsumsi pada masyarakat modern ini merupakan kegiatan untuk

memenuhi hasrat masyarakat seperti kebutuhan untuk hiburan atau rekreasi dan pemenuhan kebutuhan pokoknya seperti sandang, pangan, dan papan (Alviyah et al., 2020). Menurut Jean Baudrillard manusia memiliki sebuah kebutuhan yang dapat membawa manusia ke objek dengan memberikan kepuasan. Maka dengan memberikan kepuasan kepada manusia artinya cakupan konsumsi sudah meluas keseluruhan objek (Baudrillard, 2004).

Proses masyarakat konsumsi dianalisis dari dua aspek mendasar yaitu :

1. Untuk proses diferensiasi sosial dan klasifikasi yaitu objek merupakan nilai sesuai dengan aturan dalam suatu hirarki.
2. Untuk proses komunikasi dan signifikansi berdasarkan dari peraturan (code) pada praktik konsumsi dengan mengambil maknanya (Wahyunto, 2018).

B. Simulasi Atau Simulacra

Teori simulasi menurut Baudrillard merupakan penciptaan pada kenyataan dari model konseptual yang mempunyai hubungan dengan mitos karena tidak dapat dilihat berdasarkan kenyataan dan kebenarannya. Model konseptual ini adalah faktor penentu pada pandangan kenyataan, dari semua hal yang menarik minat manusia yaitu kebutuhan rumah tangga, rumah, seni, survival dan lain-lain kemudian direpresentasikan dari berbagai macam media. Maka hal tersebut kemudian tercampur antara kenyataan dengan simulasi sehingga munculnya hyperreality yang dimana tidak nyata dan kenyataan menjadi tidak jelas (Baudrillard, 1994).

Baudrillard memaparkan realitas atau kenyataan menjadi empat tahap yaitu:

1. Itu (gambar) adalah refleksi dari realitas dasar,
2. Membuat dan memutarbalikkan realitas dasar,
3. Itu membuat tidak adanya realitas dasar, dan
4. Ia menanggung hubungan pada realitas apa pun apa pun: itu adalah simulacrum murninya sendiri (Baudrillard, 1994).

Baudrillard memaparkan ruang simulasi merupakan perubahan dan pergeseran yang terjadi dalam masyarakat barat saat ini dan disebut dengan masyarakat yang sudah tinggal di ruang yang dimana asli atau palsu dan tidak memiliki perbedaan. Baudrillard mengungkapkan keadaan di Barat mengalami

perubahan pada historis masyarakatnya berdasarkan dari produksi benda kepada masyarakat dan berasal dari produksi informasi. Era postmodernisme bagi Baudrillard bukan hanya dari budaya tetapi juga dari simulacrum yang merupakan tiruan antara yang asli dan palsu, proses ini disebut dengan simulasi (Connor, 1989). Dikutip dari jurnal Siti Murtiningsih, dkk Baudrillard memaparkan dari bukunya yang berjudul *Simulacra and Simulations*, ciri khas pada masyarakat Barat yaitu masyarakat simulasi.

Masyarakat hidup dengan tanda, carut marut kode, dan model dan diatur untuk reproduksi dan produksi dalam simulacra. Simulacra merupakan ruang mekanisme yang dimana tempat simulasi tersebut berlangsung. Pada ruang lingkup perkembangan teknologi secara virtual, Baudrillard memaparkan bahwa manusia dijebak kedalam ruang realita atau kenyataan yang sesungguhnya penuh rekayasa dan semu. Pada dunia simulasi ini yang menjadi cermin dari kenyataan yaitu model-model bukan realitas. Menurut Baudrillard teknologi bukan hanya sekedar perpanjangan tubuh ataupun sistem saraf pada manusia. Seperti internet semua itu dapat menciptakan kenyataan baru dengan citra buatan kemudian disulap menjadi fantasi, halusinasi, dan ilusi berubah menjadi kenyataan (Murtianingsih et al, 2013).

C. Budaya Populer : Sosial Media

Budaya populer merupakan budaya komersial yang berdampak dari produksi secara massal. Budaya populer ini mendapatkan pengawasan secara sosiologis yang berguna untuk mengendalikan yang diberikan oleh budaya populer tersebut (Storey, 2003). Istilah dari budaya populer ini yaitu kebudayaan rakyat yang artinya dominan, arus utama dan komersial mengalami kesuksesan. Dalam bahasa latin budaya populer ini mengacu kepada ide yang dimana kebudayaan mengalami perkembangan secara kreativitas (Habsaria, 2015). Pemaparan mengenai media sosial sebagai budaya populer dinyatakan dari pemahaman mengenai masyarakat yang terus mengalami perubahan yang tetap menghasilkan kebudayaan populer. Media sosial selalu menyerap dari kebudayaan populer untuk kepentingan bentuk dan isi budaya populer tersebut dengan mencerminkan media sosial ini terkadang menampilkan bentuk yang sudah disesuaikan dengan masyarakatnya sendiri. Ciri-ciri utama dari kebudayaan ini yaitu orisinalitas atau keaslian yang secara spontan,

eksistensi budaya populer ini secara terus menerus berlangsung dalam kehidupan sosial dengan bentuk perilaku yang beraneka ragam seperti pada wujud busana, bahasa, tata cara, music dan sebagian lainnya (Ishaq & Mahanani, 2018).

Budaya populer merupakan berbagai pesan, suara, dan gambar yang diproduksi secara komersial dan massal seperti film, busana, music, dan acara televisi serta praktik mengenai makna terkait yang berusaha untuk menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya terutama untuk bagian di hiburan. Budaya populer tersebut berkembang dan tumbuh pada era era digital yang diidentikan dengan komodifikasi, pencitraan, dan perspektif artificial. Hal tersebut tidak lepas dari banyaknya informasi, sehingga hal tersebut mempengaruhi jalan pikiran masyarakat bagi pengguna media sosial. Hal tersebut disebut dengan *hyper reality* yang artinya tidak dapat membedakan antara fantasi dengan kenyataan. Dari media sosial ini dapat digabungkan dan manusia dapat berubah menjadi kreatif untuk membangun sebuah identitas (Bungin, 2008).

1.5.2.2 Teori Modernisasi dan Globalisasi

Teori modernisasi sudah ada sejak era pasca perang dunia yang ke II, merupakan permasalahan baru yang muncul ke dalam tiga dunia pembagian masyarakat yang berbeda yaitu pertama, masyarakat pada industri maju seperti Amerika Serikat, Eropa Barat, Jepang, dan Timur. Kedua, masyarakat sosialis totaliter seperti Uni Soviet. Dan ketiga, masyarakat post-kolonial yang berada di Selatan dan Timur yang terbelakang (Sztompka, 2004).

Berbagai pendapat dari para ahli mengenai modernisasi yaitu Soerjono Soekanto berpendapat bahwa modernisasi merupakan bentuk pada perubahan sosial yang merupakan perubahan sosial secara terarah atau *directed change* berdasarkan dari perencanaan atau *social planning* (Syani, 2015). Louis Irving Horowitz berpendapat bahwa modernisasi secara non ideologis adalah istilah pada bidang teknologi dan bukan dari istilah penilaian. Modernisasi merupakan penggantian dari tenaga kerja manusia, berganti menjadi mesin. Modernisasi tersebut bertautan dengan komunikasi sistem informasi pada durasi secara cepat. Kemudian menurut pendapat Inkeles, modernisasi mempunyai karakteristik yaitu mempunyai pengorganisasian dan perencanaan, sikap hidup

untuk menerima hal terbuka dan terbaru untuk perubahan, percaya pada teknologi dan ilmu pengetahuan, menghargai waktu dengan berorientasi pada masa depan, dan menjunjung tinggi pada sikap timbal balik yang diterima harus sesuai dengan pencapaian masyarakat (Martono, 2011).

Giddens memaparkan dalam bukunya yang berjudul *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, bahwa modernitas bagi Giddens lebih sekedar dari suatu masa yang dibatasi oleh waktu dan ruang. Modernitas ini tidak membatasi waktu dan ruang. Modernitas merupakan bentuk dari kehidupan organisasi ataupun kehidupan sosial yang muncul pada abad ke-17 di Eropa dan kemudian mempengaruhi ke seluruh dunia (Giddens, 2005).

Berdasarkan pandangan ahli sejarah Cyril Black dalam karangannya mengenai masyarakat modernisasi yaitu tumbuhnya ilmu pengetahuan yang baru dan hal tersebut menganggap bahwa manusia mempunyai kapabilitas yang selalu meningkat untuk memahami rahasia alam dan bisa diterapkan dalam berbagai macam kegiatan manusia. Masyarakat modernisasi adalah hasil dari korelasi antara majunya rasionalitas dengan tingginya nilai peradaban anggota masyarakat untuk mengkaji hasil dari kebudayaan. Maka dari itu, akan terciptanya kehidupan masyarakat secara adil, sejahtera, mantap, merata, dan makmur.

Modernisasi ini sudah merambah pada segala bidang dalam kehidupan masyarakat yaitu pada bidang teknologi. Wujud modernisasi ini muncul pada kehidupan manusia dan tanpa disadari manusia memasuki arus modernisasi ini. Sifat modernisasi mencakup pada macam aspek kehidupan manusia dan tidak dapat untuk dihindari dengan mengikuti arus dari modernisasi ini. Anthony Giddens mendeskripsikan globalisasi adalah proses pendalaman pada institusi sosial dan relasi yang berada dalam waktu dan ruang kemudian menjadi kenyataan. Maknanya bahwa kehidupan dapat dipengaruhi oleh dunia lain dan pada semua komunitas atau kelompok lokal akan mendapatkan makna dari globalisasi tersebut. Giddens menulis tentang globalisasi yaitu "globalisasi merupakan nama yang menjelaskan sebuah lompatan pada aktivitas manusia dan ruang organisasi menuju ke pola

interaksi, aktivitas, dan kekuasaan *inter regional* dan *transcontinental* (Liedekerke, 2000).

Giddens mengemukakan bahwa sebagian besar dari aspek globalisasi menjadi persoalan, mengenai istilah yang harus dimengerti, apa ada konsekuensinya dan istilah tersebut baru atau pun lama. ada dua pandangan muncul dan bertentangan, dan berhubungan dengan posisi politik yang berbeda. Beberapa orang berpendapat bahwa globalisasi ini adalah mitos, atau kelanjutan dari gaya yang sudah ada sejak lama, sementara di pihak lain menyatakan bahwa globalisasi ini nyata dan perkembangannya sangat maju (Kusumawardhana, 2017).

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang dimana pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan permasalahan manusia dalam menjalani kehidupannya. Pada pendekatan ini, prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati serta perilaku yang diamati. Penulis memilih pendekatan kualitatif karena penulis akan mengupas serta membahas mengenai Remaja yang berperilaku konsumtif khususnya saat era pandemi Covid-19 yang dimana banyak orang melakukan kegiatan termasuk transaksi jual-beli secara *online* dan pembayarannya pun dilakukan secara *online* juga serta ingin mengetahui pola dan bentuk konsumsi dari Remaja yang menggunakan *E-Wallet*.

1.6.2 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah paradigma definisi sosial yang merupakan paradigma yang membahas bagaimana perubahan transisi alat pembayaran dari tunai ke non-tunai dan tentunya hal ini berkaitan dengan konstruksi baru yang ada di masyarakat khususnya era pandemic Covid-19 yang mana banyak orang mulai menggunakan *E-Wallet* khususnya remaja saat ini. Kecanggihan teknologi dalam sistem pembayaran atau transaksi *online* banyak mempengaruhi gaya hidup para Remaja khususnya di Era Pandemic Covid-19. Hal ini memudahkan saat ingin melakukan transaksi yang mana tidak

harus berkontak langsung ketika ingin melakukan transaksi pembayaran. *E-Wallet* cenderung disukai oleh remaja karena cara menggunakannya mudah dan aman, fitur-fitur serta penawaran cashback dalam *E-Wallet*. Berbeda dengan transaksi menggunakan kartu yang masih harus melakukan kontak, dengan serba kemudahan dan kepraktisan inilah *E-Wallet* sangat digemari oleh kaum Remaja.

1.6.3 Setting Sosial

Dalam penelitian ini, untuk menjawab setting sosial penelitiannya penulis mengambil lokasi penelitian di Kota Bekasi. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di Kota Bekasi adalah Kota Bekasi merupakan wilayah sub-urban terbesar dengan karakteristik yang hampir sama dengan Kota Metropolitannya yaitu Jakarta. Sebagai kota penyangga yang langsung berdampingan dengan Kota Jakarta, tentunya peneliti mengambil tolak ukur remaja kota Bekasi yang hampir mirip seperti remaja kota Jakarta yang dikenal gaul dan bergaya hidup hedonis serta gemar melakukan kegiatan konsumtif. Namun, letak perbedaannya adalah kota Bekasi hanyalah sebuah wilayah sub-urban, meskipun demikian banyak terdapat pusat perbelanjaan dan pusat hiburan serta adanya café dan restoran yang cukup mewah. Dalam pusat-pusat perbelanjaan dan pusat hiburan banyak sekali ditemukan remaja yang mengunjungi tempat-tempat tersebut entah hanya untuk sekedar melihat-lihat atau membeli sesuatu. Dalam pergaulannya, remaja kota Bekasi kerap kali memperhatikan penampilan mereka secara detail dan selalu *up to date* dengan hal-hal kekinian. Terlebih banyak remaja Kota Bekasi yang berkuliah di Jakarta dan otomatis membawa kebiasaan baru pada *peer-group* nya. Dengan dalih ingin dilihat dan diperhatikan remaja pun berlomba-lomba untuk terlihat menjadi individu yang paling keren, sehingga terkadang melakukan pembelian secara impulsif dan konsumsi sesuatu dengan secara berlebihan hanya karena ingin diakui secara sosial dan cenderung ikut-ikutan, hal ini juga didukung dengan mudahnya kemajuan teknologi dan mudahnya akses dalam menggunakan sosial media. Hal demikian dapat menjadi penunjang terkumpulnya data-data yang ingin dikumpulkan oleh peneliti mengenai penelitian tentang tren penggunaan *E-Wallet* sebagai gaya hidup konsumtif remaja di Era Pandemi Covid-19.

1.6.4 Isu-isu Penelitian dan Konseptualisasi

Kemajuan teknologi dan modernisasi dapat dilihat dari tolak ukur suatu alat transaksi pembayaran. Remaja yang menggunakan *E-Wallet* menunjukkan kemajuan dan kecerdasan generasi muda dalam memanfaatkan teknologi yang sangat mutakhir terlebih di era pandemic covid saat ini, dengan minimnya kontak tapi tetap bisa bertransaksi jual beli. Hal ini juga menunjukkan sebagai penunjukan symbol dan identitas mereka, hal ini tentunya berkaitan dengan motif utama aktivitas konsumsi dalam masyarakat *consumer*. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana remaja memanfaatkan metode pembayaran *E-Wallet* sehingga bisa membentuk pola gaya hidup mereka serta kebiasaan mereka.

1. Remaja Sub-Urban

Jika berbicara mengenai definisi remaja menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) bahwa rentang usia remaja adalah 10-24 Tahun dan belum menikah. Remaja adalah masa di mana sebenarnya seseorang mulai dihadapkan akan banyak tantangan dan masalah mengenai dirinya sendiri. Pada usia remaja banyak hal negatif yang bermunculan untuk mendekat. Disini para remaja dituntut untuk dapat memilih serta memilah-milah mana yang baik dan mana yang buruk untuk mereka. Namun terkadang, remaja sering kali lebih banyak terbawa pengaruh buruk dari pergaulannya. Karena sifat remaja yang labil hal inilah yang menyebabkan bagaimana lingkungan pergaulannya mempengaruhi perilaku sampai gaya hidup remaja. Remaja yang di maksud dalam penelitian ini adalah remaja pada usia remaja dewasa atau remaja akhir yang di mana masalah dan rintangan sosial pada kehidupan remaja menuju pendewasaan semakin kompleks karena transisi remaja menuju dewasa. Kota Bekasi Merupakan wilayah sub-urban yang mana gaya hidupnya sudah seperti remaja Ibu Kota yaitu Kota Jakarta. Akses yang mudah untuk memasuki wilayah Jakarta membuat remaja di Kota Bekasi kerap kali meniru apa saja yang menjadi kegiatan sosial disana termasuk dalam menggunakan dompet elektronik.

Gaya hidup remaja di Indonesia terutama di Kota Bekasi mengalami perubahan yang disebabkan oleh pola pikir masyarakat kota besar yang menghendaki

kehidupan yang sebeb- bebasnya sehingga budaya-budaya asing yang tidak sesuai dengan kebudayaan yang mudah masuk dan berkembang dengan cepat.

2. Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan cara mengalokasikan waktu. Seperti pola konsumtif yang terjadi pada remaja sub-urban di Kota Bekasi. Perubahan pada gaya hidup remaja selain konsumtif terhadap produk branded, juga seringnya keluar dimalam hari menikmati dunia malam seperti clubbing, ngemal, jalan-jalan (*hangout*) atau nongkrong di *Coffe Shop*. Menurut David Chaney, gaya hidup adalah sejenis perilaku atau pola. Dengan mengklasifikasikan status sosial modern, membantu untuk menentukan sikap dan nilai, dan menunjukkan kekayaan dan status sosial pengikut dalam kelompok sosial modern. Membedakan satu orang dari yang lain. Dalam masyarakat modern, konsumsi sering kali mengarah pada masyarakat konsumtif. Di sinilah kebutuhan dasar mulai bergeser dari kebutuhan lainnya. Gaya hidup konsumen itu sendiri adalah cara hidup, yaitu orang membeli barang atau jasa secara berlebihan dan menempatkan kebutuhan mereka sendiri di atas permintaan, yang akan menyebabkan pemborosan secara ekonomi. Dalam penelitian ini akan lebih terfokus pada konsumsi penggunaan *e-wallet* secara impulsif oleh remaja.

3. Dompet Elektronik (*E-Wallet*)

E-wallet merupakan layanan yang bersifat elektronik dan berfungsi untuk menyimpan data serta instrumen dari pembayaran. Dengan *e-wallet*, pengguna dapat menyimpan uangnya untuk melakukan transaksi keuangan, baik online maupun *offline*. Pada dasarnya, *e-wallet* berfungsi layaknya dompet fisik yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran yang aman. Jika menggunakan *e-wallet*, seseorang dapat melakukan pembayaran

secara cashless ketika hendak membayar makanan, tiket pesawat, tiket bioskop, hingga belanja online.

E-wallet yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dompet elektronik domestik yang biasanya digunakan oleh remaja saat ini. Dompet elektronik dengan jangkauan yang lebih luas dan lebih mudah saat menggunakannya karena tidak perlu menggunakan rekening bank, hanya dengan registrasi melalui nomor telepon sudah dapat bisa menggunakan dompet elektronik untuk bertransaksi apapun, baik online maupun offline (Bank Indonesia Journal, 2021).

1.6.5 Penentuan Informan

Eksistensi informan merupakan faktor dan elemen terpenting dalam sebuah penelitian untuk menjawab fokus penelitian tentu tidak dapat dikesampingkan. Terdapat Delapan informan dalam penelitian ini, yang di antaranya adalah tiga informan laki-laki dan lima informan perempuan. Berdasarkan delapan informan yang didapat oleh peneliti, tiga di antaranya adalah mahasiswa, dua di antaranya mahasiswa sekaligus bekerja dan tiga lainnya adalah pekerja full time. Informan dipilih dengan metode *purposive*. Dalam *Purposive*, dibutuhkan pengetahuan pengetahuan serta kemampuan yang baik dari peneliti mengenai populasi penelitian. Selain itu, untuk menentukan siapa yang menjadi perwakilan, maka peneliti harus benar-benar mengetahui dan memahami bahwa informan yang dipilih dapat menjawab dan memberikan informasi sesuai permasalahan dan isu penelitian (Raco, 2010). Peneliti mengharapkan data yang bervariasi dengan menggunakan metode tersebut, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan menyeluruh. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti, dapat memberikan kemudahan bagi peneliti untuk mendapatkan informan yang sesuai dengan isu penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Informan merupakan seorang laki-laki dan perempuan yang berada pada kelompok usia termasuk remaja akhir yaitu usia 18 sampai 22 tahun.
2. Informan ialah remaja yang mempunyai serta menggunakan aplikasi dompet elektronik.

3. Informan merupakan remaja yang aktif serta mengikuti trend penggunaan dompet elektronik, serta memahami fitur-fitur yang terdapat dalam *e-wallet* tersebut.
4. Informan berdomisili di Kota Bekasi.

Berdasarkan informasi dari informan pertama yang dirasa cukup, pengumpulan data dari informan-informan selanjutnya dapat dimulai, dan tentunya setelah melalui filterisasi kriteria yang sesuai dengan fokus penelitian.

Tabel 1. 1 Profil Informan

NO.	NAMA	USIA	PEKERJAAN
1.	HW	21	Mahasiswa
2.	NS	22	Mahasiswi
3.	PM	21	Mahasiswi & Seller
4.	NA	20	Mahasiswi
5.	AG	20	Pegawai Swasta
6.	NP	20	Mahasiswi
7.	GE	20	Mahasiswa
8.	RL	22	Pegawai Swasta

Kedelapan informan di atas diperoleh berdasarkan kriteria yang sudah dijabarkan sebelumnya, di mana saat proses pencarian informan melalui metode *purposive*.

1.6.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara secara mendalam atau indepth interview dengan menggunakan pedoman wawancara serta observasi pada penggunaan dari jenis *E-Wallet* yang digunakan oleh Remaja. Teknik tersebut digunakan dengan harapan peneliti dapat menemukan data yang variatif dan menyeluruh untuk memenuhi kebutuhan penelitian. Pendalaman fenomena penelitian oleh penulis juga tak kalah pentingnya dalam proses pengumpulan data dan peningkatan kualitas serta akurasi data. Sedangkan pada teknik observasi, penulis melakukannya dengan cara menjadi partisipan dan atau non-partisipan untuk mengetahui perkembangan dari pola konsumsi dan alat pembayaran yang digunakan, dengan begitu peneliti dapat

mencari gambaran calon informan yang akan diwawancarai. Pemilihan informan didasari pertimbangan bahwa informan dianggap peneliti paling mengetahui mengenai permasalahan yang akan diteliti saat ini. Hal ini dikarenakan bahwa informan tersebut memiliki keterkaitan yang besar terhadap masalah yang akan diteliti. Sedangkan Informan pendukung, hanya sebagai pelengkap untuk mendapatkan informasi dalam penelitian ini. Kriteria dari informan yang dipilih yaitu memiliki kriteria yang berdasarkan ketentuan yang telah peneliti tentukan untuk kemudian dipertimbangkan oleh peneliti, sesuai dengan keterkaitan mereka dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah orang-orang pilihan peneliti yang dianggap terbaik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan kepada peneliti.

1.6.7 Analisis Data

Data kualitatif seperti pada penelitian ini bertujuan memaknai realitas sosial yang terjadi di masyarakat berdasarkan pengalaman yang diceritakan oleh informan. Data yang telah terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis secara sistematis untuk mempermudah dalam memahami dan menjawab focus penelitian yang telah dipaparkan. Miles dan Huberman menjelaskan bahwa penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif harus dilaksanakan secara berulang hingga hasil atau informasi tidak mendapat variasi lagi, atau mencapai titik jenuh. Ia juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa alur kegiatan untuk melihat proses analisis data yang dihasilkan jika menggunakan penelitian kualitatif.

1. Reduksi (Kategorisasi/Pengelompokan Data)

Dalam penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstrakan data yang dapat ditemui melalui catatan-catatan *Indepth Interview* dan catatan hasil lapangan. Reduksi data dapat juga diartikan pula sebagai bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang agar tidak perlu lagi pengelompokan data dengan cara tertentu lalu dapat memunculkan kesimpulan final dan di validasi keaslian datanya. Setelah hasil penelitian ditemukan, langkah selanjutnya adalah mencari alur dan tema yang akan digunakan sehingga mendapat

gambaran yang lebih detail dan menghasilkan hasil penelitian yang lebih lengkap.

2. Penyajian Data

Pada penelitian kualitatif, data yang disajikan berupa teks yang bersifat naratif. Hal ini berfungsi untuk memudahkan peneliti dalam memahami serta melihat realitas yang ada. Sebagai salah satu proses terpenting dalam penelitian, penyajian data disusun dalam kategorisasi yang tentunya berhubungan dengan proses penarikan kesimpulan selanjutnya. Penyajian data pun dilakukan berdasarkan hasilnya dapat teruji validitasnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah yang paling penting dalam melakukan analisis data kualitatif. Adapun kesimpulan yang ditarik masih bersifat sementara dan dapat mengalami perubahan ketika ditemukan realitas atau temuan baru yang diperoleh saat melakukan pengumpulan data di lapangan, tentunya hal ini berdasarkan pada fokus penelitian yang diteliti