

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Masyarakat Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten sebelumnya hampir semua bekerja sebagai petani, seiring perkembangan zaman dan pembangunan kawasan industri di daerah Cikande, membuat masyarakat beralih profesi menjadi buruh pabrik atau karyawan. Perubahan profesi tersebut, perlahan mendorong perubahan perilaku masyarakat, baik dalam perilaku konsumsi, pergaulan dan lain sebagainya. Dengan pendapatan yang meningkat dan penghasilan tetap membuat perubahan perilaku konsumsi masyarakat menjadi konsumtif.

Perilaku konsumsi seseorang memang berbeda-beda, banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi diantaranya pendapatan. hampir sebagian masyarakat Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten, bekerja sebagai buruh pabrik yang mana pendapatan yang diterima tetap tiap bulannya dengan gaji yang cukup besar yaitu sekitar empat juta hingga enam juta lebih, gaji yang cukup besar tersebut

mendorong gaya hidup buruh pabrik menjadi berlebihan. Perilaku konsumsi secara berlebihan dapat berdampak buruk bagi buruh pabrik itu sendiri dimana jika kehidupan yang tidak sesuai dengan gaji atau upah dari pekerjaan yang dimiliki sehingga menimbulkan utang yang menumpuk. Selain itu buruh pabrik tidak dapat menyisakan sebagian upah untuk menabung.

Perubahan dalam hal perilaku konsumsi juga salah satu dampak adanya internet, internet yang saat ini telah membuat penjual dan pembeli terhubung melalui *e-commerce*, sehingga kegiatan jual beli menjadi sangat mudah dan cepat membuat masyarakat terutama buruh pabrik memilih berbelanja melalui situs belanja online atau *e-commerce*. Adanya *e-commerce* dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif dimana hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Pembayaran yang mudah seperti pembayaran dapat dilakukan ditempat atau sistem *cash on delivery* (COD), diskon dan harga yang murah perlahan membuat perilaku konsumsi masyarakat terutama buruh pabrik Desa Bakung Kecamatan Cikande mengarah pada perilaku yang cenderung konsumtif,

buruh pabrik berbelanja bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan saja namun berbelanja hanya berdasarkan keinginan.

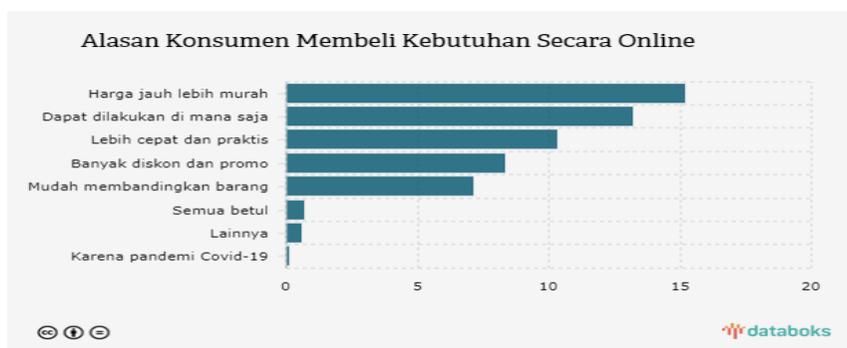
Buruh pabrik di Desa Bakung hampir semua mempunyai aplikasi *e-commerce*, aplikasi *e-commerce* yang mereka miliki antara lain Shopee dan Lazada. Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pengguna aplikasi belanja online tersebut, mereka berbelanja terkadang hanya karena tertarik dengan suatu produk, terlebih dengan harganya yang murah dan adanya diskon, pada akhirnya mereka membeli meski tidak terlalu dibutuhkan.

Perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung Kecamatan Cikande juga dapat dikatakan cukup konsumtif, hal ini dilihat dari perilaku berbelanja buruh pabrik diantaranya dari antrian berbelanja saat gaji tiba, antiran pengambilan ATM, pembayaran hutang ditoko-toko baju, toko-toko baju yang mendadak banyak diburu para buruh pabrik, sehingga pada akhirnya gaji yang didapat habis hanya untuk konsumsi, tidak ada untuk tabungan atau simpanan masa depan. Menurut penuturan beberapa buruh pabrik, dalam sebulan mereka dapat menerima

gaji sekitar Rp.4.200.000, jika terdapat lemburan bisa sampai Rp.6.1.000.000, dari gaji tersebut rata-rata habis hanya untuk konsumsi, beberapa ada yang untuk menabung sejumlah Rp.500.000- Rp.1.000.000.

Aplikasi belanja online atau biasa disebut *e-commerce* juga terdapat dampak positif yaitu memudahkan konsumen dalam berbelanja dengan harga yang jauh lebih terjangkau, terlebih dengan kondisi Covid-19 saat ini. Adanya *e-commerce*, masyarakat dapat berbelanja tanpa harus keluar rumah, tentu hal tersebut dapat mengurangi resiko penularan Covid-19. Selain menguntungkan bagi konsumen, *e-commerce* juga dapat menguntungkan bagi para pelaku bisnis. Penjual hanya cukup memanfaatkan *smartphone* untuk menjual berbagai produk mereka, tanpa harus menyewa toko.

Perubahan perilaku konsumsi masyarakat dengan memilih berbelanja melalui online didasari berbagai alasan. Selain kemudahan dalam hal berbelanja, terdapat juga alasan lainnya. Berikut adalah data alasan konsumen membeli kebutuhan secara online

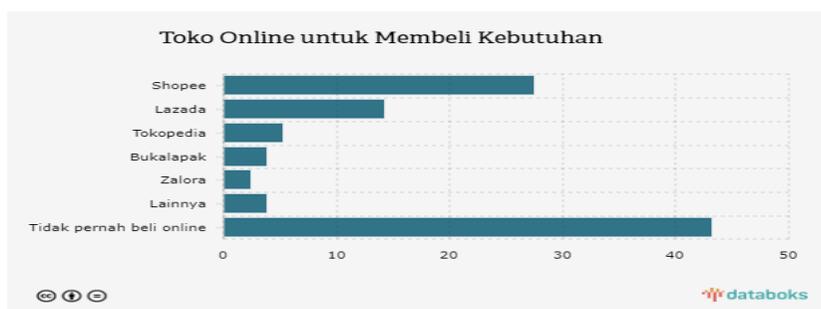


**Gambar 1.1**

Sumber: <http://databoks.katadata.co.id/tags/e-commerce>. (Di unduh pada tanggal 11 November 2020, pukul 20.08).

Berdasarkan tabel diatas alasan tertinggi masyarakat lebih memilih berbelanja melalui *e-commerce* adalah harga yang lebih murah, kemudian berbagai macam kemudahan yang ditawarkan, diskon serta promo yang menarik minat para konsumen.

**Gambar 1.2**

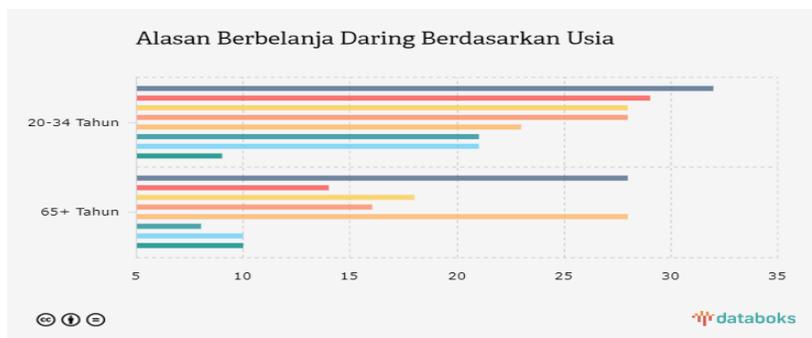


sumber: <http://databoks.katadata.co.id/tags/e-commerce>. (Di unduh pada tanggal 11 November 2020, pukul 20.08).

Berdasarkan tabel diatas Shopee merupakan *e-commerce* yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJI) yang diliris November 2020 bahwa Shopee dipilih oleh 27,4% responden.

Adapun data pengguna *e-commerce* berdasarkan usia adalah sebagai berikut

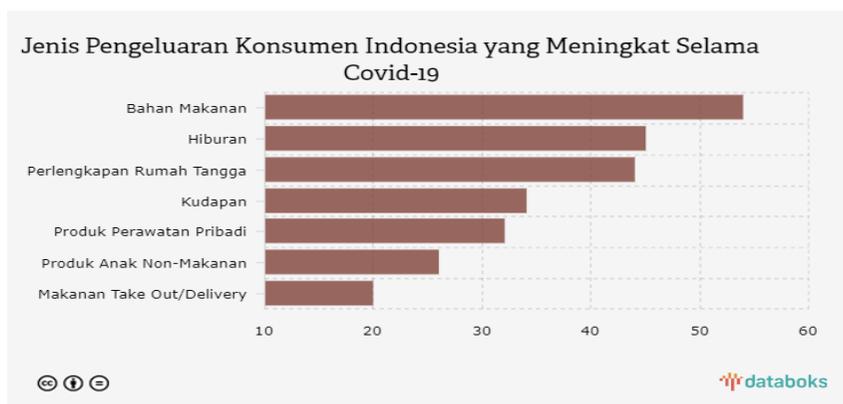
**Gambar 1.3**



<http://databoks.katadata.co.id/tags/e-commerce>. (Di unduh pada tanggal 11 November 2020, pukul 20.08).

Kondisi pandemi saat ini juga mempengaruhi peningkatan belanja melalui *e-commerce*, bahan makanan adalah barang yang sering dibeli oleh para konsumen, seperti pada tabel berikut

**Gambar 1.4**



<http://databoks.katadata.co.id/tags/e-commerce>. (Di unduh pada tanggal 11 November 2020, pukul 20.08).

Adapaun perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten, penggunaan *e-commerce* di *smartphone* mereka biasanya hanya untuk berbelanja baju atau *fashion* lainnya, sementara untuk kebutuhan bahan makanan, masyarakat memilih berbelanja langsung melalui toko-toko terdekat.

Jika ditinjau dari segi ekonomi, pengeluaran konsumsi rumah tangga memang memiliki porsi terbesar dalam total pengeluaran agregat, maka dari itu pengeluaran konsumsi rumah tangga mempunyai pengaruh yang besar pula terhadap stabilitas

perekonomian suatu negara. Pada dasarnya faktor utama yang mempengaruhi tingkat konsumsi adalah pendapatan, dimana korelasi keduanya bersifat positif yaitu dimana semakin tinggi pendapatan, maka konsumsinya juga meningkat.<sup>1</sup>

Pendapatan para buruh pabrik yang tetap setiap bulannya, mendorong mereka berperilaku konsumtif. Meski pengeluaran konsumsi rumah tangga menyumbang besar bagi perekonomian, tapi hendaknya sebagai pelaku konsumsi dapat mengatur antara kebutuhan dan hanya sekedar keinginan, tentu perilaku konsumsi yang berlebihan tersebut tidak baik, selain menumpuk hutang, perilaku konsumsi berlebihan mencerminkan sikap boros. Dimana dalam agama Islam, pemborosan dan tindakan berlebihan adalah hal yang tidak disukai oleh Allah.

Tujuan konsumsi dalam Islam sendiri adalah memaksimalkan mashlahah, konsumsi bukan hanya sekedar untuk memuaskan memenuhi kebutuhan dunia saja melainkan kesejahteraan akhirat. Perilaku konsumsi dalam Islam hendaknya sewajarnya saja, bersikap sederhana dan tidak

---

<sup>1</sup> Aang Curatman, *Teori Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Swagati Press, 2010), h.36

melakukan pemborosan. Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan bahwa Allah tidak menyukai orang yang dalam membelanjakan hartanya secara berlebihan. Namun perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten dapat dikatakan tidak sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam, pendapatan yang tetap dan kemudahan penggunaan *e-commerce marketplace* mendukung adanya perubahan perilaku konsumsi yang cenderung konsumtif. Maka, berdasarkan permasalahan tersebut, penulis mengambil judul “**Pengaruh E-Commerce dan Upah Terhadap Perilaku Konsumsi Buruh Pabrik (Studi Kasus Buruh Pabrik di Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten)**”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Aktivitas belanja buruh pabrik melalui *e-commerce* belum mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan
2. Perkembangan *e-commerce* merubah perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.

3. Upah yang diterima dapat merubah perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.

### **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi pada masaala sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada pengguna jenis *e-commerce marketplace*
2. Penelitian ini dilakukan pada buruh pabrik atau karyawan di Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.
2. Apakah upah berpengaruh terhadap perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.
3. Seberapa besar pengaruh *e-commerce* dan upah terhadap perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.

## **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.
2. Untuk mengetahui pengaruh upah terhadap perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-commerce* dan upah terhadap perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.
4. Untuk mengetahui perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu pengetahuan yang baru dalam bidang ekonomi khususnya tentang teori *e-commerce*, upah dan perilaku konsumsi

## 2. Manfaat Secara Praktis

### a. Bagi masyarakat atau konsumen

Diharapkan dijadikan sebagai masukan khususnya buruh pabrik agar dapat menerapkan perilaku konsumsi yang sederhana dan menghindari perilaku yang konsumtif.

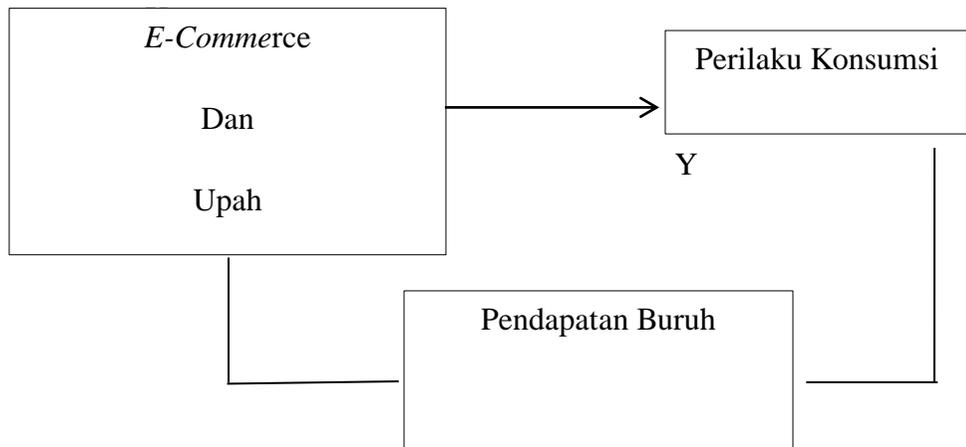
### b. Bagi Instansi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Untuk dijadikan masukan dalam penelitian serupa dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain.

## G. Kerangka Pemikiran

Setiap rumah tangga tidak akan lepas dari perilaku konsumsi, konsumsi merupakan suatu kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup seperti makan, minum, pakaian, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat terutama internet, membuat penjual dan pembeli terhubung melalui *e-commerce*. Kemudahan dalam menggunakan *e-commerce* diikuti dengan tingkat upah yang tetap perlahan mengubah perilaku konsumsi buruh pabrik Desa Bakung Kecamatan Cikande, Serang-Banten. Adapun indikator *e-commerce* dalam penelitian ini adalah kemudahan, harga dan diskon yang menjadi alasan pengguna *e-commerce*. Sedangkan indikator pada upah yaitu tingkat upah dari buruh tersebut.

Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini.



## H. Sistematika Pembahasan

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, menguraikan tentang suatu masalah yang akan diteliti yaitu *e-commerce* dan upah sebagai variabel X dan perilaku konsumsi sebagai variabel Y. Inti dari bagian pendahuluan ini merupakan pernyataan tentang masalah penelitian, masalah yang terjadi pada variabel X yaitu pengaruh *e-commerce* dan upah yang diterima oleh buruh pabrik di Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten. Sedangkan masalah pada variabel Y yaitu perilaku konsumsi buruh pabrik di Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten.

## **BAB II KAJIAN TEORITIS**

Pada bab ini berisi tentang pembahasan teori-teori serta kajian pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu *e-commerce*, upah, perilaku konsumsi pada buruh pabrik, hubungan antar variabel dan hipotesa.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan secara rinci mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

## **BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang uraian hasil penelitian berupa temuan-temuan dari penelitian yang telah dilakukan disertai dengan pembahasan yang analisis dan terpadu.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran, kesimpulan merupakan jawaban ringkas terhadap perumusan masalah yang diajukan. Saran dibuat berdasarkan hasil temuan penelitian serta diajukan kepada pengambil kebijakan, pengguna hasil penelitian, ataupun penelitian berikutnya.