

PENGARUH GAYA HIDUP TENAGA KONTRAK DI KANTOR BUPATI GOWA DALAM BERBELANJA ONLINE

Fardini Nur Cahaya Ningsih, M. Tahir Kasnawin, Rahmat Muhammad

Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

**Corresponding Author:*
Fardini Nur Cahaya Ningsih

Abstract.

Lifestyle in this modern era certainly makes technology more sophisticated and makes it easier to access all the needs we have. One of them is to facilitate needs; the shopee application is the choice of non-ASN workers to meet their fashion needs and have the desired fashion lifestyle. The impact of lifestyle is very influential in choosing fashion, which has an impact on the use of the Shopee application. The purpose of this study is to find out what impact lifestyle influences have on non-ASN contract workers at the Gowa Regent's Office. This type of research is qualitative; the researcher uses the Purposive Sampling Technique, which is a strategy if someone wants to be able to understand certain selected cases without generalizing to all cases. This research is divided into two categories of data sources: primary data and secondary data. The data collection techniques used in this study were observational interviews and documentation. Data management techniques are carried out through four stages: data reduction, data presentation, and technical analysis of the impact of non-ASN lifestyles on the use of the Shopee application, which draws conclusions. The results of this study indicate that the lifestyle impact of Non-ASN Contract Workers is influenced by work environment factors, the desire to be recognized and paid attention to in the workplace, and the offer of products that are almost the same as well-known products at affordable prices. The implementation of this research is expected to provide an overview of non-ASN contract workers lifestyles so they are not tempted to follow trends that are not useful or only to be recognized at work and to be smarter in choosing a good lifestyle.

Keywords: Non ASN Contract Worker, Influence of Online Shopping, arising impact

PENDAHULUAN

Di era gaya hidup pada jaman sekarang membuat kita lebih mudah mengakses berbagai kebutuhan yang di perlukan baik itu dalam kehidupan sehari-hari, kebutuhan sekolah dan maupun kantor. Gaya hidup di zaman modern ini pastinya membuat teknologi lebih canggih dan mudah untuk mengakses segala kebutuhan yang kita perlukan. Bisa dikatakan untuk mengakses keperluan kita sehari-hari bisa di akses dengan mudah melalui handphone. Zaman yang semakin canggih ini membuat kita dapat berbelanja online melalui berbagai cara, salah satunya berbelanja melalui suatu aplikasi online yang memudahkan kita untuk membeli suatu keperluan tanpa harus mengunjungi toko atau keluar rumah.

Berbelanja online membuat sebagai orang yang menggunakannya merasa mengefesiensikan waktu yang ada. Khususnya orang yang bekerja dan memiliki kebutuhan berbagai macam. Gaya hidup merupakan suatu kebutuhan sekunder suatu manusia yang bisa berubah tergantung pada zaman atau keinginan seseorang terhadap suatu gaya hidup dan barang. Gaya hidup juga bisa disebut dengan lifestyle merupakan gambaran perilaku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktifitas seseorang terhadap suatu minat dan keterkaitan serta apa yang menjadi pemikiran tentang dirinya terhadap lingkungan.

Di zaman yang serba canggih ini membuat beberapa orang lebih memilih sesuatu yang mempermudah segala aktifitasnya termasuk dalam hal kebutuhan dalam gaya hidup. Salah satunya pegawai non ASN yang memilih untuk berbelanja online melalui aplikasi Shopee dalam kebutuhan sehari-hari. Berbelanja online merupakan bukan hal yang baru tetapi sudah meluas dikalangan remaja maupun masyarakat. Berbelanja online ini sangat membantu untuk memilih barang yang kita inginkan tanpa harus mengunjungi toko dan pembayaran pun tidak menyulitkan bagi pengguna aplikasi belanja online. Salah satu yang mempengaruhi keputusan non ASN dalam membeli produk online adalah kualitas informasi dari toko online. Informasi adalah satu bahan pengambilan atas suatu keputusan.

Menurut Bourdieu, gaya hidup adalah seseorang yang dipahami sebagai hasil dari interaksi antara manusia sebagai subjek sekaligus objek dalam masyarakat, hasil dari pemikiran sadar dan tidak sadar yang terbentuk sepanjang dalam hidupnya. Bourdieu juga mengatakan gaya hidup dalam sebuah rangkaian atau sebuah proses sosial yang panjang sehingga melibatkan modal, kondisi objektif, habitus, disposisi, praktik, gaya hidup, sistem tanda dan struktur atas selera seseorang. Seseorang yang dipandang sebagai wilayah yang mengandung sistem dan relasi-relasi di tempat kerja akan ada pengaruh dan kekuatan. Yang menimbulkan pertarungan sosial di dalam setiap ranah. Hal ini yang membuat seseorang memiliki modal-modal khusus untuk mendapatkan lifestyle dalam lingkungan kerjanya.

Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman. Bertambahnya zaman yang semakin canggih ini membuat teknologi semakin menjadi hal yang menarik. Maka hal tersebut berkembang pada pola gaya hidup seseorang yang dilakukan oleh tenaga kontrak dalam kehidupan sehari-hari. Adapun aspek gaya hidup antara lain:

1. Kegiatan (Activities)

Dalam hal ini, tindakan nyata seperti menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe walaupun tindakan ini dapat dipahami akan tetapi kegiatan ini tidak dapat diukur secara langsung.

2. Minat (Interest)

Dimana seseorang yang memiliki fashion, selera makanan serta benda-benda mewah atau yang diinginkan, tempat berkumpul dan seseorang yang ingin menjadi pusat perhatian.

3. Opini (Opinion)

Opini yang dimaksud disini adalah sebuah lisan atau tertulis yang diberikan sebagai respon terhadap situasi stimulasi dimana semacam pertanyaan yang diajukan. Opini di gunakan untuk mendiskripsikan pemikiran harapan dan evaluasi dalam perilaku. Dalam kelas sosial, di masyarakat banyak ditemukan komunitas-komunitas dikalangan individu khususnya pada remaja yang berada di dalam kantor. Komunitas tersebut didasarkan pada tingkatan yang berbeda-beda sesuai kelas sosialnya. Dalam hal ini dikelompokkan sebagai sosial relative homogen dan bertahan lama dalam masyarakat. Kecenderungan gaya hidup konsumtif muncul pada tingkah laku individu melalui interaksi sosial seseorang yang berkaitan dengan penggunaan waktunya, keadaan tentang dirinya yang bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan atau kegembiraan dengan mengabaikan norma yang ada. dalam perkembangan, setiap individu mempunyai gaya hidup konsumtif yang berbeda-beda. Setiap tenaga kontrak yang memiliki karakteristik kegembiraannya dalam bergaya hidup.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dieksplorasi dan diperdalam dari suatu fenomena sosial atau suatu lingkungan sosial yang terdiri dari atas perilaku, kejadian, tempat dan waktu. Penelitian kualitatif dilakukan karena ingin mengeksplor fenomena yang tidak dapat dikantifikasikan. Denzin dan Lincoln (dalam Satori dan Komariah, 2014:22) mengemukakan, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar ilmiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Dengan berbagai karakteristik khas yang dimiliki, penelitian kualitatif memiliki keunikan tersendiri sehingga dapat berbeda dengan penelitian kualitatif.

Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleng, 2013:3) metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau secara lisan dari seseorang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif tidak hanya sebagai upaya mendeskripsikan data tetapi deskripsi tersebut hasil dari pengumpulan data yang sah yang dipersyaratkan kualitatif yaitu wawancara secara mendalam, observasi partisipasi, studi dokumen dan melakukan triangulasi.

HASIL PEMBAHASAN

Perkembangan yang semakin canggih membuat remaja lebih memilih hal-hal yang dapat mempermudah suatu kebutuhan baik itu kebutuhan sehari-hari seperti makanan, keperluan bulanan dan pakaian atau biasa disebut lifestyle. Di Kantor Bupati Gowa, tenaga kontrak Non ASN ini memilih untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbelanja online melalui shopee. Aplikasi shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan smartphone. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online tanpa harus ribet menggunakan perangkat computer. Namun cukup menggunakan smartphone yang kita miliki. Aplikasi shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk fashion sehingga produk untuk kebutuhan sehari-hari dapat dengan mudah kita pilih. Adanya aplikasi shopee ini membuat gaya hidup non asn di kantor Bupati Gowa semakin mengikuti trend yang ada saat ini. Penggunaan fashion yang mengikuti apa yang digunakan oleh artis atau fashion yang harganya terjangkau membuat pegawai tenaga kontrak untuk membeli melalui aplikasi shopee. Menurut Sumarwan (2011:57), Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya.

Jenis-Jenis Gaya Hidup

Menurut Mowen dan Minor, terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut (Sumarwan, 2011:45):

1. **Funcionalists** yaitu menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak.
2. **Nurturers** yaitu Muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumahtangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata.
3. **Aspirers** yaitu berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata untuk barang-barang berstatus, khususnya tempat tinggal. Memiliki karakteristik Yuppie klasik. Pendidikan tinggi, pekerja kantor, menikah tanpa anak.
4. **Experientials** yaitu membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barang-barang hiburan, hobi, dan kesenangan (convenience). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya diatas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.

5. **The golden years** yaitu kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. Melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.
6. **Sustainers** yaitu kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.
7. **Subsisters** yaitu tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya di atas rata-rata kelompok minoritas.

Faktor-Faktor Gaya Hidup

Menurut Donni Juni Priansa (2017:190) Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumen sangat banyak, namun secara umum dapat dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Masing-masing faktor tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor Internal Konsumen itu Sendiri

Faktor internal konsumen itu sendiri terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi.

a. Sikap Sikap merupakan kondisi jiwa yang merupakan refleksi dari pengetahuan dan cara berpikir konsumen untuk memberikan respon terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku yang ditampilkannya. Kondisi tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, serta lingkungan sosialnya.

b. Pengalaman dan Pengamatan Pengalaman dan pengamatan merupakan hal yang saling erat terkait. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tingkah laku dan perbuatan konsumen di masa lampau serta dapat dipelajari melalui interaksi dengan orang lain yang selanjutnya menghasilkan 25 pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial tersebut dapat membentuk terhadap suatu objek.

c. Kepribadian Kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik dari individu konsumen dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d. Konsep diri Konsep diri erat kaitannya dengan citra merek dari produk yang dikonsumsi. Bagaimana konsumen secara individu

memandang tentang dirinya akan sangat mempengaruhi minatnya terhadap suatu objek. Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal timbulnya perilaku yang ditampilkan oleh konsumen.

- e. Motif Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan dan keinginan yang menyertainya. Konsumen membutuhkan dan menginginkan untuk merasa aman serta memiliki akan prestise lebih besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis. 26 f. Persepsi Persepsi merupakan proses dimana konsumen memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya untuk membentuk suatu gambar tertentu atas informasi tersebut.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup konsumen terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Masingmasing diuraikan sebagai berikut:

- a. Kelompok Referensi merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana konsumen tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana konsumen tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi konsumen pada perilaku dan gaya hidup tertentu.
- b. Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku konsumen. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.
- c. Kelas Sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dimana para anggota dalam setiap jenjang tersebut memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang

dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

- d. Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh konsumen sebagai individu yang merupakan bagian dari anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

Penyebab gaya hidup

Penyebab gaya hidup itu sendiri terdiri dari pengaruh budaya, tuntutan gaya hidup, adanya pengaruh gaya hidup orang lain yang dilihat dari sosial media dan masyarakat biasanya menginginkan suatu pujian dari orang lain. Penyebab gaya hidup tersebut dibagi menjadi beberapa anatara lain:

1. Pengaruh Budaya

Gaya hidup konsumtif telah tertanam dalam kehidupan sehari-hari masyarakat kita. Buktinya, di negeri ini lebih banyak orang yang hanya gemar mengonsumsi daripada memproduksi sendiri berbagai barang yang dibutuhkan. Dengan alasan kepraktisan kita lebih memilih membeli apa yang sudah ditawarkan pasar, padahal peluang untuk membuat sesuatu dan dilempar ke pasaran masih sangat banyak. Budaya konsumtif masyarakat Indonesia juga erat kaitannya dengan daya juang kita dalam berbisnis. Kita lebih senang bekerja untuk orang lain tanpa melihat peluang berkarya. Mental kita sebagai individu harus ditempa agar tidak hanya jadi generasi pekerja.

2. Tuntutan Kebutuhan Hidup

Banyak faktor yang memengaruhi gaya hidup seseorang konsumtif, di antaranya adalah pekerjaan dan lingkungan sosial. Untuk dapat diterima di lingkungan kerja atau lingkungan pergaulannya, seseorang akan berusaha membuat standar hidup yang sama dengan orang-orang di sekelilingnya. Misalnya saja ibu rumah tangga yang tinggal di perumahan elite. Dia akan merasa terdesak untuk tampil seperti ibu-ibu yang ditemui dalam acara kumpulan RT, syukuran tetangga, dan pengajian sekali pun. Sikap konsumtif pun akhirnya berpotensi muncul berjemaah. Kebutuhan gaya hidup ini diperlukan dalam pekerjaan karena menggambarkan seseorang. Kebutuhan gaya hidup itu sendiri tidak lepas dari gaya hidup seperti berpakaian atau penampilan yang dikenakan untuk ke kantor. Kebutuhan lainnya juga seperti makan dan minuman yang di konsumsi.

3. Terlana Media Sosial

Kedahsyatan media sosial tak hanya berefek pada kalangan muda. Kini, kegiatan media sosial yang mengasyikan dan melenakan waktu, sudah menembus lintas generasi. Tidak heran jika dari cucu hingga nenek masing-masing mempunyai minimal satu akun media sosial. Daripada hanya digunakan sebagai media berekspresi dan mengunggah status, ada baiknya memanfaatkan media ini untuk mendapatkan penghasilan, yaitu melalui Facebook Ads. Facebook Ads sebagai fasilitas beriklan untuk pengguna Facebook, dapat membantu penggunaannya mengklasifikasikan target pasar usaha mereka, termasuk menentukan ingin menyasar kalangan usia yang mana.

4. Haus Akan Pengakuan Diri

Bagi manusia yang terbiasa hidup bersosial pasti akan ada satu titik saat kebutuhan dasarnya telah terpenuhi, dia ingin mendapat pengakuan dari orang lain. Ingin dihargai, diberikan perhatian akan keberadaannya. Pengakuan diri akan berujung pada sikap konsumtif ketika orang-orang mulai membelanjakan uangnya hanya untuk mendapat pengakuan. Sadar atau tidak, terkadang kita sendiri pun membeli sesuatu bukan karena kebutuhan. Tapi, karena ingin meningkatkan kepercayaan diri. Sepatu orisinal keluaran merek ternama dengan harga jutaan rupiah pun akan Anda usahakan untuk bisa memilikinya, karena memang dapat meningkatkan kepercayaan diri.

Sikap konsumtif datang berbarengan dengan hasrat kita untuk mempercantik dan memperkeren penampilan. Dan hal tersebut kebanyakan kita dapat dari produk-produk luar negeri, padahal banyak pabrik di Indonesia yang membuat barang-barang untuk dijual di pasar Internasional dengan merek dagang buatan luar. Seperti sepatu dan kaos yang ternyata kita lebih bangga karena mereknya bukan karena pabrik pembuatannya yang berlokasi di Indonesia.

KESIMPULAN

Dampak yang ditimbulkan oleh gaya hidup non asn yang gaya hidup atau biasa kita sebut perilaku konsumtif telah tertanam dalam kehidupan sehari-hari. Kebiasaan dengan membeli suatu produk karena adanya pengaruh dari penawaran produk yang ditawarkan dan harga yang terjangkau tanpa harus mengunjungi toko. Dengan alasan kepraktisan kita lebih memilih membeli apa yang sudah ditawarkan pasar, padahal peluang untuk membuat sesuatu dan dilempar ke pasaran masih sangat banyak. Banyak faktor yang memengaruhi gaya hidup seseorang konsumtif, di antaranya adalah pekerjaan dan lingkungan sosial. Untuk dapat diterima di lingkungan kerja atau lingkungan

pergaulannya, seseorang akan berusaha membuat standar hidup yang sama dengan orang-orang di sekelilingnya. Terbiasa hidup bersosial pasti akan ada satu titik saat kebutuhan dasarnya telah terpenuhi serta keinginan mendapat pengakuan dari orang lain. Ingin dihargai, diberikan perhatian akan keberadaannya. Pengakuan diri akan berujung pada sikap konsumtif ketika orang-orang mulai membelanjakan uangnya hanya untuk mendapat pengakuan. Sadar atau tidak, terkadang kita sendiri pun membeli sesuatu bukan karena kebutuhan. Tapi, karena ingin meningkatkan kepercayaan diri. Sepatu orisinal keluaran merek ternama dengan harga jutaan rupiah pun akan Anda usahakan untuk bisa memilikinya, karena memang dapat meningkatkan kepercayaan diri.

REFERENSI

- Ahmadi, Rulam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Aksa.i, A A. (2015). Perilaku Konsumtif Dalam Memberi Barang Online Shop pada Mahasiswa DI Kota Surakarta.
- Amirin, Tatang M. 1995. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019-2020. Jakarta
- Basu Swasta dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Darmawan, Deni dan Kunkun Nur Fauzi. 2013. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Darmawan, Deni dan Kunkun Nur Fauzi. 2013. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Remaja Rosdakarya Fitriya, Indira Cahya. 2019. Pengaruh Gaya Hidup, Kesenangan Berinternet Dan Susceptibility To Interpersonal Influence Terhadap Pembelian Impulsif Produk Sale- Ecommerce. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Ependi, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs. <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>
- Lutfianto, Dawud dan Heru Suprihadi. 2017. Pengaruh Kwalitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea, Jurnal ilmu dan Riset manajemen, Volume 6, No 2