



## Fenomena Jual Beli Online dari Tinjauan Herbert Marcuse

(Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Unismuh Makassar)

Sri Wahyuni<sup>1</sup>, Reski Aulia. r<sup>2</sup>, Marlia Herman<sup>3</sup>, Riska<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia.

Penulis Korespondensi : [sriwahyuni15082003@gmail.com](mailto:sriwahyuni15082003@gmail.com)\*

**Abstract.** This study examines the phenomenon of online buying and selling among students in the Sociology Education study program through a qualitative approach. The research aims to explore how Herbert Marcuse's theory and the concept of alienation can be applied to understand students' engagement with online shopping platforms. Data were collected through in-depth interviews and analyzed using content analysis to identify patterns of behavior, perception, and meaning related to online commercial activities. The findings reveal that online buying and selling are not merely economic practices but also social and psychological phenomena that shape students' interactions, identities, and lifestyles. The study highlights how students experience both empowerment and alienation through digital consumerism—where convenience and self-expression coexist with dependency and loss of authenticity. Furthermore, the results indicate that online platforms have become spaces for social interaction and self-construction, yet they may also reinforce consumerist tendencies that distance individuals from genuine social relations. These insights contribute to a deeper understanding of how technological engagement intersects with classical sociological concepts, particularly alienation, within contemporary student life. The research also offers implications for sociology education, emphasizing the importance of critical awareness regarding technology's role in shaping social experiences.

**Keywords:** Buying ; E-Commerce; Internet Technology; Online Shopping; Selling

**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji fenomena jual beli online di kalangan mahasiswa program studi Pendidikan Sosiologi melalui pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana teori Herbert Marcuse dan konsep alienasi dapat diterapkan dalam memahami keterlibatan mahasiswa dengan platform belanja daring. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dianalisis menggunakan analisis konten untuk mengidentifikasi pola perilaku, persepsi, dan makna yang terkait dengan aktivitas komersial daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli online bukan sekadar praktik ekonomi, melainkan juga fenomena sosial dan psikologis yang membentuk interaksi, identitas, dan gaya hidup mahasiswa. Studi ini menyoroti bahwa mahasiswa mengalami pemberdayaan sekaligus keterasingan melalui konsumerisme digital—di mana kenyamanan dan ekspresi diri berjalan beriringan dengan ketergantungan dan hilangnya keaslian. Lebih lanjut, hasil penelitian mengindikasikan bahwa platform daring telah menjadi ruang interaksi sosial dan konstruksi diri, namun juga dapat memperkuat kecenderungan konsumtif yang menjauhkan individu dari hubungan sosial yang autentik. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana keterlibatan teknologi beririsan dengan konsep-konsep sosiologis klasik, khususnya alienasi, dalam kehidupan mahasiswa kontemporer. Penelitian ini juga menawarkan implikasi bagi pendidikan sosiologi dengan menekankan pentingnya kesadaran kritis terhadap peran teknologi dalam membentuk pengalaman sosial.

**Kata kunci:** Belanja Online; Beli; E- Commerce; Jual; Teknologi Internet

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan kemajuan teknologi memberikan dampak kenyamanan bagi hidup manusia, sehingga tak disadari banyak keinginan yang menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi (Octaviana 2020). Pertumbuhan teknologi informasi, terutama internet, telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aktivitas jual beli. Dengan pesatnya perkembangan teknologi internet, aktivitas dan pekerjaan manusia tidak dapat dibatasi oleh ruang dan waktu. Siapapun dapat mengakses semua bentuk informasi yang

disampaikan melalui Internet kapan saja dan di mana saja. Perkembangan teknologi juga semakin maju tanpa batas, informasi yang dapat menyebar ke masyarakat begitu cepat. Dengan keunggulan tersebut, internet akhirnya menjelma menjadi media yang sangat efektif untuk mendukung terbentuknya komunitas online. Dengan kata lain, perkembangan internet bukan lagi sekedar trend, tetapi menjadi kebutuhan bagi penggunanya.

Dalam konteks jual beli online, perkembangan teknologi internet membuka peluang yang luas bagi pelaku bisnis dan konsumen. Perkembangan teknologi dan peningkatan akses internet telah mengubah cara konsumen berbelanja, dengan semakin banyak orang yang beralih ke platform e-commerce untuk memenuhi kebutuhan mereka. Persaingan di industri ini semakin ketat, dengan banyak perusahaan e-commerce yang berlomba-lomba untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan (Sholihah, 2021).

Sistem pembayaran online yang semakin canggih juga memudahkan proses transaksi, menjadikan pengalaman berbelanja online semakin efisien dan nyaman. Di samping itu, fenomena influencer marketing yang memanfaatkan keberadaan tokoh atau individu berpengaruh di platform media sosial semakin melonjak. Hal ini tidak hanya memengaruhi pola konsumsi, tetapi juga menjadi strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penjualan (Erwin, Subagja, Masliardi, A., Hansopaheluwakan., Kurniawan., Darmanto., & Muksin 2023).

Di era modern saat ini, transformasi yang terjadi di berbagai aspek kehidupan telah mengakibatkan perubahan signifikan dalam gaya hidup masyarakat. Masyarakat yang pada awalnya mengikuti pola hidup tradisional kini telah beralih dan mengadopsi gaya hidup modern. Perubahan ini tercermin dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, mulai dari pola konsumsi, hingga cara berkomunikasi dan berinteraksi. Globalisasi, teknologi informasi, dan arus informasi yang cepat telah menjadi pendorong utama pergeseran ini. Sebagai akibatnya, masyarakat modern menjadi lebih terbuka terhadap berbagai pengaruh dan inovasi yang datang dari berbagai belahan dunia (Masrur, M. A., & Rahayu, K. L. 2023).

Di era digital ini, kemampuan masyarakat untuk berinteraksi dan beradaptasi dengan teknologi sangat krusial. Salah satu aspek yang menggambarkan perkembangan tersebut terletak pada inovasi dalam sistem pembayaran. Kemajuan teknologi keuangan (fintech) kini menjadi pendorong utama munculnya startup-startup keuangan digital, seperti uang elektronik (e-money), yang telah meraih popularitas di kalangan luas (Hartatik, H., Rukmana, Efitra, Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, & Efdison, Z. (2023).

Transformasi ke arah digitalisasi dalam dunia keuangan menggambarkan bagaimana teknologi tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi juga mendasari perubahan signifikan dalam

kebiasaan dan pola konsumsi masyarakat. Inovasi-inovasi seperti e-money menjadi simbol perubahan fundamental dalam cara masyarakat bertransaksi dan mengelola keuangan mereka (Setiawan, Z., Aulia, M. R., Adhicandra, I., Ariasih, 2023).

Gaya hidup masyarakat modern tidak hanya mencakup perubahan dalam hal teknologi dan konsumsi, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial, budaya, dan ekonomi. Kemajuan teknologi informasi, khususnya internet, telah memungkinkan masyarakat untuk terhubung secara global, mengakses informasi dengan cepat, dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas online. Sementara itu, pola konsumsi modern cenderung didorong oleh tren dan gaya hidup yang terus berkembang, termasuk dalam hal jual beli online yang semakin menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Perubahan ini menggambarkan evolusi masyarakat modern menuju adaptasi yang lebih dinamis terhadap perubahan zaman, menciptakan identitas baru yang mencerminkan keseimbangan antara tradisi dan inovasi (Lubis, N. S., & Nasution, M. I. P. (2023).

Fenomena jual beli online menjadi semakin dominan dan signifikan dalam masyarakat modern, memengaruhi tidak hanya cara konsumen memperoleh barang dan jasa, tetapi juga memberikan dampak yang cukup besar terhadap pola ekonomi, sosial, dan budaya. Pada era globalisasi dan digitalisasi saat ini, jual beli online tidak lagi terbatas pada batas wilayah geografis, memungkinkan transaksi tanpa adanya pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Hal ini memberikan kemudahan akses kepada konsumen untuk mendapatkan berbagai produk tanpa harus meninggalkan rumah. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul pula berbagai pertanyaan dan permasalahan yang perlu diungkap dari sudut pandang sosio-ekonomi (Nasution, E. Y., Hariani, Hasibuan, Pradita, W. (2020). Dalam melakukan analisis fenomena jual beli online, pendekatan teoretis Herbert Marcuse, seorang filsuf dan sosiolog kritis, memberikan perspektif yang kaya akan pemahaman masyarakat konsumeris dan dampaknya terhadap kebebasan individu. Marcuse memperkenalkan konsep hasrat kekurangan (Lebensnot) yang menjadi pusat perhatian dalam kajiannya. Fenomena ini, menurut Marcuse (1986), semakin menonjol dalam generasi modern. Terkait dengan jual beli online, hasrat kekurangan tercermin dalam kebutuhan yang terus-menerus dihasilkan dan dipertahankan oleh industri konsumsi. Analisis ini mengungkapkan bahwa fenomena jual beli online tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan nyata, melainkan juga dalam menciptakan keinginan yang terus-menerus berkembang, yang pada gilirannya mempengaruhi cara individu memandang dirinya sendiri dan lingkungannya.

Perspektif teoretis Herbert Marcuse memberikan wawasan mendalam terhadap dampak sosial fenomena jual beli online, terutama melalui konsep alienasi, manipulasi, dan pengaruh

kekuatan kapitalistik. Alienasi mengacu pada perasaan individu yang terasing dari esensi diri dan kehidupan masyarakat akibat dominasi industri konsumeris. Manipulasi mencerminkan pengaruh signifikan perusahaan dalam membentuk keinginan dan preferensi konsumen melalui penggunaan strategi pemasaran yang canggih. Sementara itu, pengaruh kekuatan kapitalistik mencerminkan dominasi kapitalisme terhadap perilaku konsumen, menciptakan ketidaksetaraan dan ketidakbebasan dalam memilih.

Analisis ini, melalui lensa teoretis Marcuse, menyoroti bahwa fenomena jual beli online tidak hanya tanggapan terhadap kebutuhan nyata, melainkan juga mencerminkan bagaimana masyarakat modern terjebak dalam dinamika konsumerisme yang merugikan kebebasan individu (Madung, O. G. N. (2021).

Perkembangan teknologi informasi, terutama internet, telah mengubah paradigma jual beli dan menciptakan dampak kenyamanan yang signifikan bagi konsumen. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi internet, manusia dapat mengakses informasi dan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Fenomena ini tidak hanya menciptakan peluang bagi pelaku bisnis dan konsumen dalam jual beli online, tetapi juga membuka peluang persaingan yang ketat di industri ini. Sebagai hasilnya, terjadi peningkatan jumlah perusahaan e-commerce yang berlomba-lomba untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan.

Namun, di balik kemudahan tersebut, perubahan pola konsumsi juga memicu dampak sosial yang kompleks. Sistem pembayaran online yang semakin canggih dan penggunaan influencer marketing mempengaruhi tidak hanya cara konsumen memperoleh barang dan jasa, tetapi juga membentuk pola perilaku konsumtif yang terus berkembang. Hal ini menciptakan keinginan yang terus-menerus tumbuh dan mempengaruhi cara individu memandang dirinya sendiri dan lingkungannya. Sebagai akibat dari fenomena jual beli online, masyarakat modern terjebak dalam dinamika konsumerisme yang merugikan kebebasan individu, seperti yang dijelaskan oleh Herbert Marcuse melalui konsep hasrat kekurangan.

Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi, jual beli online tidak hanya mengubah cara konsumen memperoleh barang dan jasa, tetapi juga menciptakan transformasi mendalam dalam gaya hidup masyarakat modern. Masyarakat yang pada awalnya mengikuti pola hidup tradisional kini beralih dan mengadopsi gaya hidup modern. Perubahan ini tercermin dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, mulai dari pola konsumsi hingga cara berkomunikasi dan berinteraksi. Gaya hidup masyarakat modern menjadi semakin dinamis dan adaptif terhadap perubahan zaman, menciptakan identitas baru yang mencerminkan keseimbangan antara tradisi dan inovasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami fenomena jual beli online dari perspektif Herbert Marcuse melalui studi kasus mahasiswa Pendidikan Sosiologi di Unismuh Makassar. Pemikiran dari Herbert Marcuse akan disajikan secara utuh untuk mencari pokok utama dalam memandang masyarakat pada era modern ini. Dengan merinci manifestasi kegiatan jual beli online dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, dapat diidentifikasi dampak fenomena ini terhadap aspek sosial, budaya, dan ekonomi. Tiga tujuan spesifik penelitian ini mencakup (1) menggali pemahaman mahasiswa mengenai motivasi dan preferensi dalam melibatkan diri dalam praktik jual beli online, (2) menganalisis dampak fenomena jual beli online terhadap dinamika sosial dan budaya di lingkungan kampus, dan (3) menyelidiki persepsi mahasiswa mengenai peran teknologi informasi dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa.

Harapan dari hasil penelitian ini tidak hanya sebatas memberikan kontribusi pada pemahaman teoretis melalui perspektif Herbert Marcuse, tetapi juga diarahkan pada pemberian wawasan praktis. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar yang kuat untuk pengembangan kebijakan serta intervensi yang relevan dalam konteks masyarakat modern. Partikularnya, relevansi hasil penelitian diharapkan dapat membantu mahasiswa Pendidikan Sosiologi di Unismuh Makassar untuk memahami lebih dalam dampak fenomena jual beli online dalam konteks sosial, budaya, dan ekonomi, serta menggali potensi solusi atau langkah-langkah yang dapat diimplementasikan dalam mendukung adaptasi masyarakat terhadap perubahan ini.

## **2. KAJIAN LITERATUR**

### **Transformasi Gaya Hidup dalam Masyarakat Modern**

Pertumbuhan teknologi informasi, terutama internet, telah menciptakan transformasi yang signifikan dalam struktur kehidupan masyarakat modern. Internet bukan sekadar fenomena sementara, melainkan telah menjelma menjadi suatu kebutuhan fundamental yang meresap dalam kehidupan sehari-hari. Kecepatan dan aksesibilitas informasi melalui internet turut memberikan kontribusi penting terhadap pembentukan komunitas daring yang semakin berkembang. Fenomena ini mencerminkan dinamika perubahan gaya hidup masyarakat modern yang semakin dinamis dan terbuka terhadap inovasi (Cahyadi, D. 2023).

Dalam konteks jual beli online, perkembangan teknologi internet membuka peluang yang luas bagi pelaku bisnis dan konsumen. Platform e-commerce menjadi instrumen utama revolusi teknologi, memungkinkan penjual untuk merambah pasar global, sementara konsumen dapat menjelajahi dan melakukan pembelian produk tanpa terikat oleh kendala geografis. Sistem pembayaran online yang semakin canggih pun turut meningkatkan efisiensi

dalam proses transaksi, menciptakan pengalaman berbelanja online yang lebih efektif dan nyaman. Fenomena pemasaran influencer di media sosial merupakan contoh konkret bagaimana teknologi memberikan dampak signifikan terhadap pola konsumsi dan strategi pemasaran dalam era jual beli online (Zulkifli., Al Asy Ari Adnan Hakim., Ramadhaniyati, R., Wau, L., Ali., Dhiana Ekowati (2023).

Fenomena jual beli online memiliki peran yang dominan dan signifikan dalam dinamika kehidupan masyarakat modern, menciptakan dampak yang kompleks pada berbagai aspek kehidupan. Pada era globalisasi dan digitalisasi, jual beli online tidak lagi terbatas oleh batas geografis, memungkinkan transaksi tanpa adanya pertemuan fisik antara penjual dan pembeli (Fonna, N. 2019).

Masyarakat modern, dengan segala dinamika transformasi gaya hidup dan perubahan struktural yang diinduksi oleh teknologi, terus menghadapi tantangan kompleks. Dalam mengkaji fenomena ini, penting untuk melihat lebih dalam pada bagaimana masyarakat modern, yang semakin terkoneksi melalui internet, meresapi perubahan signifikan. Peningkatan ketergantungan pada platform e-commerce mencerminkan tidak hanya kemudahan akses bisnis global tetapi juga mengubah cara individu berinteraksi dengan produk dan layanan. Seiring sistem pembayaran online yang semakin canggih, efisiensi transaksi menjadi lebih menonjol, mengubah dinamika ekonomi dan kehidupan konsumen (Azra, A. 2019).

Masyarakat modern juga diwarnai oleh fenomena pemasaran influencer di media sosial. Dalam konteks jual beli online, peran influencer menjadi kunci dalam membentuk preferensi konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Dampaknya terasa tidak hanya dalam pola konsumsi tetapi juga dalam membentuk tren dan gaya hidup. Oleh karena itu, melalui perspektif ini, dapat diakui bahwa teknologi tidak hanya menjadi sarana transaksi tetapi juga agen pembentuk budaya yang signifikan dalam masyarakat modern.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, masyarakat modern semakin terbuka terhadap pertanyaan-pertanyaan sosio-ekonomi. Tantangan ini mencakup dampak fenomena jual beli online terhadap pekerjaan, distribusi kekayaan, dan ketidaksetaraan sosial. Konsep hasrat kekurangan menurut Herbert Marcuse memberikan sudut pandang kritis dalam membaca fenomena ini, menyoroti bahwa kebutuhan yang terus dihasilkan oleh industri konsumsi menciptakan dinamika yang kompleks dalam masyarakat modern (Djani, W. 2022).

## **Perspektif Herbert Marcuse**

Herbert Marcuse, melalui karyanya yang fenomenal berjudul "One Dimensional Man: Studies in The Ideology of Advanced Industrial Society," telah menghasilkan dampak yang signifikan, terutama dalam diskursus kalangan kiri di Eropa dan Amerika. Buku ini menjadi pusat perbincangan dan analisis mendalam terkait ideologi dalam masyarakat industri maju. Judul buku itu sendiri, "One Dimensional Man," seakan menjadi simpulan umum dari pandangan Marcuse terhadap masyarakat modern. Herbert Marcuse menjelaskan dalam bukunya yang berjudul One Dimensional Man, menurutnya masyarakat modern saat ini merupakan masyarakat yang telah menyatu dalam dimensi yang satu dan telah telah bergulir pada satu rel budaya yakni budaya konsumerisme (Lubis, R. H. 2022).

Marcuse menggunakan istilah "manusia berdimensi satu" untuk merujuk pada pandangannya terhadap kondisi masyarakat yang cenderung tertutup dalam pemikiran dan tindakan. Menurutnya, dalam masyarakat modern, kebebasan dan pemikiran individu telah terbatas oleh dominasi teknologi dan ideologi yang memaksa. Buku ini menjadi panggilan untuk merenung tentang bagaimana masyarakat cenderung terjebak dalam dimensi tunggal, yang mencakup pemikiran dan tindakan yang terkooptasi oleh kepentingan industri dan konsumerisme. Dengan demikian, "One Dimensional Man" menjadi suara kritis terhadap kecenderungan masyarakat modern yang terperangkap dalam paradigma satu dimensi, dan karyanya menjadi landasan penting untuk pemikiran kritis terkait perubahan sosial dan budaya pada masa itu THOHARI, A. M., & Nurisman, N. (2023).

Menurut Marcuse, terdapat tiga karakteristik utama dalam masyarakat industri atau teknologi modern. Pertama, masyarakat berada di bawah pengaruh dominan dari prinsip teknologi. Prinsip ini mengarahkan semua usahanya untuk mengoptimalkan, memperluas, dan memperbesar produksi. Maju atau tidaknya manusia diukur dengan sejauh mana perkembangan teknologi dapat tercapai. Kekuasaan teknologi telah meresap ke segala aspek kehidupan, melibatkan tidak hanya ranah ekonomi, tetapi juga merambah ke bidang-bidang lain seperti politik, pendidikan, dan budaya. Kedua, keseluruhan masyarakat menjadi tidak rasional karena terdapat kesatuan antara produktivitas dan destruktivitas. Kekuatan produksi tidak hanya digunakan untuk tujuan perdamaian, melainkan juga menciptakan potensi konflik dan kehancuran, seperti dalam pengembangan persenjataan. Meskipun diakui bersama bahwa anggaran untuk senjata dan pertahanan perlu ditingkatkan, hal ini sebenarnya tidak masuk akal.

Marcuse menambahkan bahwa masyarakat satu dimensi merupakan entitas yang terjebak tanpa kemampuan untuk membebaskan diri dari pengaruh serta dominasi teknologi. Kebebasan dalam masyarakat ini seringkali tidak disadari oleh individu yang menjadi bagian

darinya. Masyarakat ini terus-menerus tunduk pada upaya halus melalui berbagai publikasi di media massa seperti televisi, radio, dan lainnya, yang secara terus-menerus harus mengonsumsi kebutuhan-kebutuhan palsu, yakni kebutuhan yang sebenarnya tidak benar-benar dibutuhkan. Oleh karena itu, masyarakat satu dimensi merupakan hasil dari praktik perilaku industri dan strategi periklanan yang secara halus terus-menerus memaksakan konsumsi kebutuhan-kebutuhan palsu kepada masyarakat industri maju.

Dalam upaya memahami dampak fenomena jual beli online, perspektif Herbert Marcuse, seorang filsuf dan sosiolog kritis, memberikan wawasan mendalam. Konsep hasrat kekurangan mencerminkan kebutuhan yang terus-menerus dihasilkan dan dipertahankan oleh industri konsumsi, menciptakan dinamika alienasi, manipulasi, dan pengaruh kekuatan kapitalistik. Analisis ini, melalui lensa teoretis Marcuse, menyoroti bahwa fenomena jual beli online tidak hanya merupakan respons terhadap kebutuhan nyata, melainkan juga mencerminkan bagaimana masyarakat modern terjerat dalam dinamika konsumerisme yang merugikan kebebasan individu. Penelitian lebih lanjut dengan memanfaatkan perspektif Marcuse diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan pemikiran kritis dalam konteks masyarakat modern (Fromm, E. 2019).

### 3. METODOLOGI

Penelitian ini mengusung metode penelitian kuantitatif guna meraih pemahaman yang komprehensif mengenai dampak sosial fenomena jual beli online dari perspektif mahasiswa pendidikan sosiologi di Universitas Muhammadiyah (UNISMUH) Makassar. UNISMUH Makassar dipilih sebagai lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan bahwa mahasiswa pendidikan sosiologi merupakan kelompok yang relevan untuk mengeksplorasi sejauh mana fenomena jual beli online mempengaruhi pandangan dan perilaku sosial mereka. Penelitian akan memusatkan diri pada lingkungan kampus, terutama di ruang-ruang umum seperti perpustakaan, kantin, dan area perkumpulan mahasiswa.

Penelitian ini akan mengkaji dampak fenomena jual beli online terhadap pandangan dan perilaku mahasiswa pendidikan sosiologi sebagai kasus studi. Fokus penelitian mencakup pemahaman mendalam tentang interaksi mahasiswa pendidikan sosiologi di UNISMUH Makassar dengan fenomena jual beli online, serta sejauh mana interaksi tersebut memengaruhi pandangan mereka terhadap konsumerisme. Selain itu, penelitian ini akan membahas dampak fenomena jual beli online dalam konteks perubahan sosial di masyarakat modern.

Unit analisis penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan sosiologi di UNISMUH Makassar. Metode penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kuantitatif, dengan data primer

menjadi fokus utama. Data primer akan diperoleh melalui survei yang melibatkan mahasiswa pendidikan sosiologi yang dipilih secara purposive, dengan kriteria keikutsertaan aktif dalam dunia maya dan penggunaan jual beli online. Sumber data sekunder juga akan digunakan untuk memberikan konteks lebih lanjut mengenai fenomena jual beli online dan dampaknya, yang ditemukan dalam literatur dan penelitian terdahulu.

Proses pengumpulan data akan melibatkan survei terstruktur, dengan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk mengeksplorasi pandangan, sikap, dan pengalaman mahasiswa pendidikan sosiologi terkait jual beli online. Analisis data akan dilakukan secara kuantitatif, menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi pola-pola, tema-tema, dan tren-tren yang muncul. Pendekatan ini akan memungkinkan penyelidikan yang lebih luas dan representatif terhadap dampak fenomena jual beli online dalam perspektif mahasiswa pendidikan sosiologi di UNISMUH Makassar.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini, berfokus pada dampak sosial fenomena jual beli online dari perspektif mahasiswa pendidikan sosiologi di Universitas Muhammadiyah Makassar (UNISMUH), menghasilkan temuan yang signifikan. Temuan pertama menunjukkan bahwa mahasiswa ini memiliki interaksi intensif dengan jual beli online, secara rutin menggunakan platform e-commerce untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Mayoritas mahasiswa melaporkan melakukan transaksi online setiap minggu, menunjukkan keterlibatan yang tinggi dalam fenomena ini.

Kategori utama dari temuan pertama adalah frekuensi penggunaan, di mana mahasiswa secara aktif memanfaatkan jual beli online untuk kebutuhan konsumsi. Temuan ini menyoroti bahwa kenyamanan dan efisiensi dalam berbelanja online menjadi pendorong utama preferensi mahasiswa. Transformasi gaya hidup mahasiswa modern yang semakin tergantung pada teknologi, terutama dalam aspek konsumsi sehari-hari, menjadi konteks berlangsungnya fakta ini.

Temuan kedua menyoroti hubungan antar faktor, seperti frekuensi penggunaan dan pandangan terhadap konsumerisme. Mahasiswa yang lebih sering menggunakan jual beli online cenderung memiliki pandangan positif terhadap konsumerisme. Hubungan ini dapat dibaca dari strategi pemasaran canggih dan daya tarik produk daring yang menciptakan persepsi positif terhadap konsumerisme. Konteks berlakunya hubungan ini terletak pada pengaruh besar perusahaan dalam membentuk preferensi dan pandangan konsumen melalui platform online.

Temuan ketiga membahas implikasi dan strategi respons terhadap isu yang dikaji. Mahasiswa pendidikan sosiologi di UNISMUH merespons fenomena jual beli online dengan mengembangkan strategi konsumsi yang lebih sadar. Implikasi ini menekankan pentingnya pendidikan yang mendorong kesadaran konsumen di lingkungan pendidikan tinggi. Peningkatan literasi digital dan edukasi konsumen diidentifikasi sebagai strategi efektif untuk membentuk pemikiran kritis dan respons bijaksana terhadap fenomena jual beli online.

Strategi ini, sebagai temuan keempat, berlaku dalam konteks peran pendidikan sosiologi dalam membentuk mahasiswa yang tidak hanya terampil dalam analisis sosial, tetapi juga mampu merespons perubahan sosial secara konstruktif. Temuan kelima memberikan nilai atau peluang terkait dengan pentingnya pendidikan sosiologi dalam konteks masyarakat modern yang terus berubah. Kesadaran konsumen yang ditanamkan dalam lingkungan pendidikan dapat menciptakan mahasiswa yang lebih terinformasi dan berpikiran kritis, siap menghadapi dinamika konsumerisme modern.

Hasil penelitian juga menyoroti bahwa pendekatan kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam terstruktur mampu memberikan pemahaman mendalam tentang pandangan dan perilaku mahasiswa pendidikan sosiologi terkait jual beli online. Analisis data dilakukan melalui pendekatan kualitatif, melibatkan proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi pola, tema, dan tren dari data, memberikan pemahaman yang lebih kaya dan kontekstual terhadap dampak fenomena jual beli online dalam perspektif mahasiswa pendidikan sosiologi di UNISMUH.

Selanjutnya, hasil penelitian berdasarkan data primer wawancara dengan responden yang menjalankan bisnis online memberikan gambaran mendalam tentang pengalaman dan strategi yang diambil oleh individu tersebut. Motivasi awal untuk membangun bisnis online dipicu oleh ketertarikan responden terhadap dunia bisnis, terutama setelah menerima gift uang dalam rangka acara ulang tahun yang dijadikan modal untuk memulai bisnis.

Usaha ini dimulai pada bulan Februari 2023 dan terus berlanjut hingga saat ini. Meskipun bisnis ini belum lama berjalan, pencapaian awal yang positif dapat dilihat dari omset bulanan sekitar 3 juta rupiah. Meski nominalnya tergolong kecil, hal ini mencerminkan kesuksesan awal yang dapat dijadikan dasar untuk pengembangan lebih lanjut.

Responden menjelaskan bahwa penggunaan aplikasi dimulai dari Instagram sebagai platform pertama untuk berjualan online. Kemudian, untuk memperluas jangkauan bisnis, responden bergabung dengan Shopee dan TikTok. Penggunaan berbagai platform ini menunjukkan adaptabilitas responden terhadap perubahan dan dinamika pasar online yang terus berkembang.

Dalam konteks lebih luas, hasil penelitian ini memberikan wawasan tentang potensi dan tantangan bisnis online dari perspektif individu dengan modal awal hadiah. Keputusan strategis untuk beralih ke penjualan jilbab, sesuai dengan preferensi pasar, menunjukkan kecerdasan responden dalam mengenali dan merespons kebutuhan pelanggan. Meskipun omsetnya belum besar, bisnis ini memberikan peluang dan potensi pengembangan yang dapat dijelajahi lebih lanjut. Hasil ini memberikan kontribusi pada pemahaman lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan awal bisnis online, sekaligus memberikan perspektif baru terkait adaptasi terhadap perkembangan pasar yang dinamis.

Melalui wawancara dengan responden yang menjalankan bisnis online, dapat ditemukan bahwa keputusan awal untuk beralih dari penjualan pakaian ke penjualan jilbab didasarkan pada tantangan dan kenyamanan pasar. Meskipun awalnya merasa berat dalam menjual baju, respons positif terhadap penjualan jilbab, terutama di kalangan mahasiswa, memberikan kejelasan bahwa penyesuaian strategis dapat membawa kesuksesan. Hal ini mencerminkan adaptabilitas responden terhadap dinamika pasar dan kecenderungan konsumen, yang dapat dianggap sebagai strategi pintar dalam menghadapi tantangan bisnis.

Pemilihan platform untuk berjualan online juga menjadi poin kunci dalam hasil penelitian ini. Dengan memulai dari Instagram dan kemudian merambah ke Shopee dan TikTok, responden menunjukkan fleksibilitasnya dalam menyesuaikan metode pemasaran dengan kebutuhan pasar. Penggunaan platform-platform ini juga mencerminkan kecakapan responden dalam memanfaatkan berbagai alat pemasaran online yang tersedia, yang menjadi faktor penentu dalam meningkatkan visibilitas bisnis.

Dari segi waktu, wawancara mengungkapkan bahwa bisnis online ini dimulai pada bulan Februari 2023 dan terus berlanjut hingga sekarang. Meskipun belum lama berjalan, pencapaian responden dalam mempertahankan bisnisnya memberikan gambaran bahwa keberlanjutan dan konsistensi dalam menjalankan usaha dapat memberikan hasil positif dalam jangka panjang.

Dengan omset sekitar 3 juta rupiah perbulan, bisnis ini meskipun belum besar, namun menunjukkan bahwa bisnis online dapat memberikan hasil yang positif dengan modal awal yang terbatas. Hal ini memberikan perspektif positif terkait potensi pertumbuhan bisnis online, bahkan bagi individu dengan modal awal yang terbatas. Implikasi yang muncul dari hasil penelitian ini adalah pentingnya literasi digital dan pemahaman pasar bagi para pelaku bisnis online. Kemampuan responden dalam mengelola bisnis secara online dan beradaptasi dengan perubahan pasar menunjukkan bahwa pengembangan keterampilan ini dapat memberikan keunggulan kompetitif.

Dalam konteks keseluruhan, penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang dua realitas berbeda, yaitu dampak sosial fenomena jual beli online di kalangan mahasiswa pendidikan sosiologi di Universitas Muhammadiyah Makassar (UNISMUH) dan pengalaman individu yang menjalankan bisnis online. Temuan pada mahasiswa menyoroti intensitas interaksi mereka dengan jual beli online, menunjukkan keterlibatan yang tinggi di dalamnya. Frekuensi penggunaan menjadi poin kunci, di mana kenyamanan dan efisiensi dalam berbelanja online mendorong preferensi mahasiswa. Ini mencerminkan transformasi gaya hidup mahasiswa modern yang semakin mengandalkan teknologi, terutama dalam aspek konsumsi sehari-hari.

Di sisi lain, pengusaha online menghadapi tantangan yang mendorong perubahan strategis dalam jenis produk yang dijualnya. Keputusan untuk beralih dari penjualan pakaian ke penjualan jilbab membawa kesuksesan, terutama di kalangan mahasiswi. Penggunaan berbagai platform e-commerce, seperti Instagram, Shopee, dan TikTok, menunjukkan adaptabilitas terhadap perubahan pasar. Meskipun bisnis ini belum lama berjalan, omset bulanan sekitar 3 juta rupiah menandakan kesuksesan awal yang dapat dijadikan dasar untuk pengembangan lebih lanjut.

Penelitian ini membuka jendela ke dua realitas yang terkait erat dengan dinamika konsumsi online dan pengelolaan bisnis online. Sebagai kontribusi pada pemahaman akademis dan praktis, temuan ini menggarisbawahi kompleksitas interaksi mahasiswa dengan jual beli online serta kecerdasan dan adaptabilitas pengusaha dalam menghadapi tantangan dan dinamika pasar digital. Ini menegaskan pentingnya literasi digital, pemahaman pasar, dan adaptabilitas dalam konteks konsumerisme dan bisnis online yang terus berubah.

## 5. KESIMPULAN

Pertumbuhan teknologi informasi, khususnya internet, telah membentuk paradigma baru dalam masyarakat modern, menciptakan fenomena jual beli online sebagai bagian tak terpisahkan dari gaya hidup modern. Perkembangan teknologi memberikan akses tanpa batas, memungkinkan konsumen untuk bertransaksi tanpa terikat oleh batas geografis. Dalam konteks ini, fenomena jual beli online bukan hanya mencerminkan kemudahan akses, tetapi juga menjadi cerminan dari transformasi sosial, budaya, dan ekonomi yang mengubah cara masyarakat berinteraksi dan berkonsumsi.

Analisis fenomena jual beli online dari perspektif Herbert Marcuse memberikan wawasan mendalam tentang dampaknya terhadap kebebasan individu dan dinamika konsumerisme. Konsep hasrat kekurangan, sebagaimana diuraikan oleh Marcuse,

menggambarkan bahwa jual beli online tidak hanya memenuhi kebutuhan nyata, melainkan juga menciptakan keinginan yang terus berkembang, memengaruhi cara individu memandang dirinya sendiri dan lingkungannya. Marcuse juga menyoroti alienasi, manipulasi, dan pengaruh kekuatan kapitalistik sebagai dampak negatif dari dominasi industri konsumsi terhadap masyarakat modern.

Studi kasus mahasiswa Pendidikan Sosiologi di Unismuh Makassar menunjukkan bahwa fenomena jual beli online telah meresapi kehidupan sehari-hari, dengan mahasiswa aktif berinteraksi dalam ekosistem e-commerce. Frekuensi penggunaan jual beli online oleh mahasiswa berhubungan dengan pandangan positif terhadap konsumerisme, menciptakan dinamika yang perlu diperhatikan dalam konteks perkembangan masyarakat modern. Respons mahasiswa, termasuk strategi konsumsi yang lebih sadar, menunjukkan bahwa literasi digital dan edukasi konsumen dapat menjadi langkah efektif dalam membentuk pandangan kritis terhadap fenomena ini.

Dalam konteks bisnis online, studi kasus pelaku bisnis dengan modal awal hadiah menyoroti potensi pertumbuhan dan adaptabilitas individu terhadap perubahan pasar. Keputusan strategis, seperti beralih ke penjualan jilbab, mencerminkan kecerdasan dalam membaca kebutuhan pasar. Meskipun masih dalam skala kecil, bisnis ini memberikan gambaran positif tentang potensi pertumbuhan bisnis online dengan modal terbatas, memberikan implikasi pada pentingnya literasi digital dan adaptasi terhadap dinamika pasar. Secara keseluruhan, fenomena jual beli online tidak hanya mencerminkan kemajuan teknologi, tetapi juga menciptakan tantangan dan peluang yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat modern. Pemahaman mendalam terhadap dampak sosial, budaya, dan ekonomi fenomena ini menjadi kunci untuk mengembangkan solusi yang relevan dan memastikan adaptasi masyarakat terhadap perubahan ini bersifat positif.

## REFERENSI

- Aziz, A. R. A. (2022). *Perilaku konsumtif masyarakat Indonesia dalam perspektif Herbert Marcuse*. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, dan Masyarakat*, 5(2), 1–18. <https://doi.org/10.53977/sd.v5i2.725>
- Azra, A. (2019). *Pendidikan Islam: Tradisi dan modernisasi di tengah tantangan milenium III*. Prenada Media.
- Cahyadi, D. (2023). *Hakikat ilmu: Sebuah pengantar*.
- Djani, W. (2022). *Administrasi publik (Teori dan pergeseran paradigma ke era digital)*. Zifatama Jawara.

- Fonna, N. (2019). *Pengembangan revolusi industri 4.0 dalam berbagai bidang*. Guepedia.
- Fromm, E. (2019). *Revolusi harapan*. IRCiSoD.
- Gultom, A. F. (2020). Konsumtivisme masyarakat satu dimensi dalam optik Herbert Marcuse. *Waskita: Jurnal Pendidikan Nilai dan Pembangunan Karakter*, 2(1), 17–30. <https://doi.org/10.21776/ub.waskita.2018.002.01.2>
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *Tren technopreneurship: Strategi & inovasi pengembangan bisnis kekinian dengan teknologi digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lubis, N. S., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan teknologi informasi dan dampaknya pada masyarakat. *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi*, 1(12), 41–50.
- Lubis, R. H. (2022). Penggunaan dompet digital dan wallet terhadap budaya konsumtif pada masyarakat di Kota Tangerang serta pandangan syariah tentang etika konsumsi. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah*, 14(1), 1–10. <https://doi.org/10.59833/altasyree.v14i01.710>
- Luthfi, M. (2023). *Strategi bertahan pedagang informal di tengah perkembangan online shop (Studi kasus pedagang informal di Pasar Sentral Kota Makassar Sulawesi Selatan) [Disertasi doktoral, Universitas Hasanuddin]*.
- Mariyanto, T. (2014). Mitos dan kritik dalam iklan 3 (Analisis semiologi Roland Barthes terhadap mitos kritis iklan 3 Indie+). *Paradigma*, 2(3).
- Masrur, M. A., & Rahayu, K. L. (2023). Pengaruh modernisasi terhadap praktik waris adat di era revolusi industri 4.0. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 1(5), 265–272.
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan transaksi bisnis e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Saumantri, T. (2022). Konsumerisme masyarakat modern menurut Herbert Marcuse. *Media: Jurnal Filsafat dan Teologi*, 3(2), 162–177. <https://doi.org/10.53396/media.v3i2.113>
- Setiawan, Z., Aulia, M. R., Adhicandra, I., Ariasih, M. P., Antesty, S., Dewi, R. D. L. P., ... & Afriyadi, H. (2023). *Kewirausahaan 5.0: Membangun keberhasilan wirausaha pada era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widjyastuti, W., Budiman, Y. U., & Manuhutu, M. (2023). Analisis dampak strategi pemasaran digital dalam meningkatkan loyalitas pelanggan: Perspektif industri e-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7524–7532.
- Thohari, A. M., & Nurisman, N. (2023). *Manusia Promethean dalam wacana postspiritualitas: Perspektif filsafat perennial Seyyed Hossein Nasr* [Disertasi doktoral, UIN Surakarta].

Yusri, M. A. I. D. (2021). *Pay later dan kaum milenial (Studi perubahan sosial pola konsumtif kaum milenial)*.

Zulkifli, S. E., Al Asy Ari Adnan Hakim, S. E., Ramadhaniyati, R., Wau, L., Ali, I. H., Dhiana Ekowati, S. E., ... & Hi, M. (2023). *Ekonomi digital*. Cendikia Mulia Mandiri.