

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya maka bisa ditarik Kesimpulan mengenai penelitian ini terdapat sebuah fenomena yang terjadi di Dusun Sraten , salah satunya yakni faktor yang mempengaruhi aktivitas belanja online pada masyarakat prismatic Dusun Sraten.

1. Belanja online di Dusun Sriten ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor ekonomi, budaya dan sosial yang mana hal ini bukan lah fenomena yang muncul secara instan, melainkan berkembang melalui proses sosial yang melibatkan pembentukan kebiasaan baru. Banyak faktor yang mempengaruhi Masyarakat dusun sraten dalam melakukan belanja online yang pertama yaitu pada akses internet yang semakin mudah dengan hadirnya jaringan internet yang semakin mudah di gunakan disana.Selain itu kepraktisan serta daya Tarik promo dan diskon dari platform belanja online ini menjadi faktor yang mendorong masyarakat Sraten melakukan belanja online. Faktor sosial dari lingkungan pun juga tidak bisa diabaikan,seperti kerabat teman, atau tetangga yang mempengaruhi

aktivitas berbelanja online. Banyak yang mencoba belanja online karena diajak dan di rekomendasikan oleh teman, tetangga, dan keluarga seperti tetangga maupun teman mulai terbiasa berbelanja online. Hal itu membuat orang lain terdorong ikut melakukan belanja online. Selain itu banyak remaja yang bergabung dengan grup online shop yang mana berisi promo dan diskon untuk melakukan belanja online sehingga secara tidak langsung mengikutinya dan mulai terbiasa melakukan belanja online itu. Jadi selain faktor ekonomi, sosial dan budaya faktor internet yang semakin mudah juga menjadi pemicu untuk melakukan aktivitas belanja online di Dusun Sraten.

2. Ditinjau dari teori praktik sosial Pierre Bourdieu pola konsumsi model belanja online di Dusun Sraten. Pola konsumsi model belanja online pada masyarakat Prismatic di Dusun Sraten merupakan hasil dari interaksi antara Habitus, Modal dan Ranah. Sebagaimana dijelaskan dalam teori praktik sosial Pierre Bourdieu. Transformasi pola konsumsi dari tradisional ke digital tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui proses adaptasi yang dipengaruhi oleh pengalaman, kebiasaan, dan lingkungan sosial. Habitus baru mulai terbentuk seiring meningkatnya akses terhadap internet dan teknologi, yang mendorong masyarakat, khususnya remaja, ibu rumah tangga, dan petani untuk mulai terbiasa melakukan belanja online.

Di sisi lain, modal yang dimiliki oleh individu turut menentukan sejauh mana mereka mampu dan cenderung terlibat dalam aktivitas belanja online. Modal ekonomi memberikan daya beli, modal budaya

mempengaruhi pemahaman terhadap teknologi dan tren, modal sosial memperkuat kepercayaan melalui jaringan seperti Grup whatsapp dan rekomendasi sosial, sementara modal simbolik menjadi sarana untuk menunjukkan status dan identitas sosial melalui konsumsi. Belanja online juga telah membentuk ranah baru, yakni ruang sosial digital tempat masyarakat bersaing dan berinteraksi dengan membawa modal masing-masing. Ranah ini menjadi tempat berlangsungnya pergeseran nilai dan gaya hidup, dimana praktik konsumsi bukan hanya didorong oleh kebutuhan, tetapi juga oleh keinginan untuk memperoleh pengakuan, membangun citra diri dan menegosiasikan identitas antara nilai-nilai tradisional dan modern. Aktivitas belanja online tidak hanya menunjukkan kemajuan teknologi, tetapi juga mencerminkan pergeseran status sosial, identitas, dan struktur masyarakat. Fenomena ini menggambarkan bahwa Masyarakat prismatic tidak sepenuhnya bergerak menuju modernitas, melainkan mengalami proses campuran antara teknologi dan nilai-nilai tradisional. Oleh karena itu pola konsumsi online yang terjadi di Dusun Sraten tidak hanya menggambarkan perubahan ekonomi, tetapi juga merupakan fenomena dari dinamika sosial dan kebiasaan yang terus berkembang pada masyarakat yang sedang berada dalam masa transisi budaya dan struktur sosial.

B. Saran

1. Bagi Masyarakat

Perlu mengembangkan kesadaran kritis dalam praktik konsumsi online, seperti membandingkan harga, mengenali penipuan digital, dan

memanfaatkan promo secara bijak agar tidak terjebak perilaku konsumtif. Masyarakat diharapkan semakin bijak dalam menggunakan platform belanja online, dengan mempertimbangkan kebutuhan yang bersifat prioritas daripada mengikuti keinginan semata.

2. Bagi Pemerintah Desa

Pemerintah desa dapat berperan aktif dengan mengadakan pelatihan tentang pemanfaatan teknologi digital secara sehat, termasuk cara berbelanja online yang aman, menghindari penipuan serta mengelola pengeluaran rumah tangga secara efektif agar tidak terbiasa melakukan belanja online untuk hanya mengikuti trend saja namun juga bisa bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan dengan pendekatan kuantitatif atau studi komparatif antar wilayah desa untuk melihat dinamika konsumsi digital dalam konteks budaya yang berbeda. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam lingkup wilayah dan kelompok usia oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi perbedaan pola konsumsi antar generasi yaitu generasi tua dan muda atau membandingkan fenomena serupa di desa lain dengan karakteristik sosial budaya yang berbeda, agar dapat memberikan Gambaran yang lebih luas tentang dinamika konsumsi Masyarakat prismatic.