

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

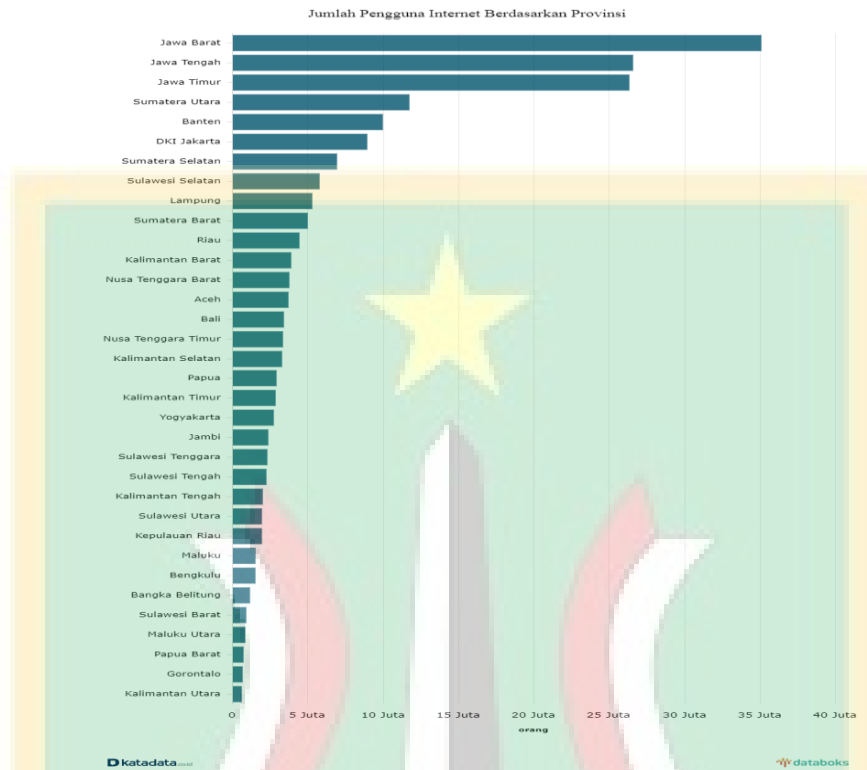
Datangnya *globalisasi* yang ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan di bidang teknologi dan komunikasi menjadikan sumber informasi semakin mudah dijangkau oleh masyarakat. Akses informasi yang semakin mudah dijangkau didukung dengan lahirnya industri telekomunikasi. Pada awalnya informasi yang ada hanya didapatkan melalui media cetak dan elektronik, namun seiring perkembangan teknologi dan komunikasi media sosial mulai mengambil alih peran tersebut. Pertukaran informasi dan komunikasi menjadi sangat intens yang menghasilkan interaksi menjadi tidak kenal batas.

Perkembangan di Indonesia bagian komunikasi dan teknologi ikut mempengaruhi kehidupan multikultural di masyarakat dalam aspek sosial, ekonomi dan politik. Perkembangan teknologi dan komunikasi memiliki dampak yang dapat dilihat dari sudut pandang sosial yaitu perubahan pola perilaku masyarakat. Sebuah penelitian mengenai dampak perkembangan teknologi dan komunikasi terhadap eksistensi budaya lokal menunjukkan hasil budaya dari setiap negara akan melebur menjadi satu yaitu budaya dari negara maju sehingga menjadi acuan bagi negara lain yang pada akhirnya akan menjadi ancaman utama bagi budaya lokal¹.

¹ Nasution 2017. *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi dan Antropologi* Vol. 2 No.1 Maret 2018 p.116-125, diakses pada tanggal 20 Juni 2022

Perkembangan *globalisasi* di bidang teknologi dan komunikasi membuat masyarakat dapat berinteraksi dengan sangat intens dalam lingkup yang luas bisa perseorangan atau kelompok dan kegiatan seperti ini dilakukan di dunia maya atau dengan *platform* media sosial. Masyarakat Indonesia adalah gabungan antara dunia nyata dan maya. Populasi masyarakat Indonesia 270 juta (dunia nyata) dan 135 juta dunia maya, maka totalitas angka itu dapat menjadi pasar ekonomi potensial. Media digital atau media online menciptakan masyarakat baru yang impersonal tetapi hangat dan akrab sehingga lahirlah dunia baru, yaitu dunia maya. Mereka biasa disebut dengan Masyarakat digital, masyarakat digital merupakan potret ketergantungan manusia kepada media.

Google sebagai mesin pencari, perlahan sudah menggantikan ensiklopedia yang tercetak berpuh buku tebal, karena hasil pencarian Google bisa diperoleh dalam hitungan detik. Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, alat telekomunikasi menjadi pesat. Hal tersebut dikarenakan konsumsi masyarakat terhadap teknologi semakin tinggi sehingga dalam era globalisasi segala informasi yang terjadi di seluruh belahan dunia dapat diketahui melalui teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi sedemikian cepat menyebar ke seluruh sendi masyarakat. Aplikasi perangkat lunak (*social network : line, whatsapp, dan twitter*), piranti komunikasi (*smart phone, tablet*) serta ketersediaan akses pita lebar (*broadband*) menjadi katalis konsumen untuk siap terkoneksi setiap saat.



Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet berdasarkan provinsi

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

data di atas merupakan Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9% dibandingkan pada 2018 lalu .²

Masyarakat digital memiliki kecenderungan ketergantungan dengan media.ketika mengakses suatu media tentu saja menggunakan internet untuk

² diakses tanggal 21 juni 2022

menjalankan media tersebut, bisa media sosial hingga untuk mengakses toko online atau *e-commerce*.

Teknologi-teknologi baru yang muncul untuk memenuhi kebutuhan manusia, perkembangan teknologi tidak dapat dipungkiri telah mempengaruhi aktivitas manusia dengan kemudahan yang diciptakan membuat manusia mulai terbiasa dengan teknologi berbasis digital yang kita temui dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi baru tidak menggantikan teknologi lama, namun teknologi media cenderung berakumulasi dan berkontribusi kepada peredaran media di kehidupan manusia saat ini ³.

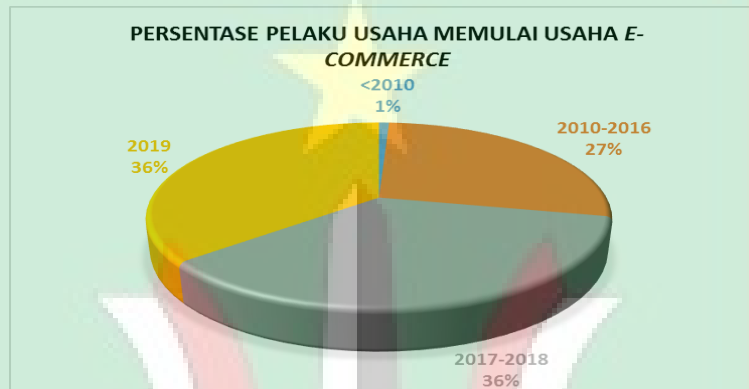
Munculnya ponsel pintar (*smartphone*) sebagai salah satu produk hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat memberikan dampak yang besar pada kondisi masyarakat. Ponsel pintar tidak lepas dari penggunaan aplikasi seluler. Aplikasi seluler merupakan bagian dari perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk melakukan tugas tertentu yang dapat diunduh dan dijalankan pada berbagai perangkat digital portable seperti telepon pintar (*smartphone*) dan komputer tablet ⁴.

Penggunaan perangkat seluler seperti telepon pintar dan komputer tablet dalam *e-commerce* meningkat secara besar-besaran seperti halnya penggunaan aplikasi seluler. Pengunduh aplikasi seluler tersebar di seluruh dunia. *e-commerce* adalah

³ Croteau & Hoynes, 2019. Jurnal Ilmu Komunikasi, Syanaz Luthfina , Irwansyah Studi Fenomenologi: Penggunaan Aplikasi Weverse Shop oleh ARMY. Di akses tanggal 20 juni 2022

⁴ Liu et al., 2014. Jurnal Ilmu Komunikasi, Syanaz Luthfina , Irwansyah Studi Fenomenologi: Penggunaan Aplikasi Weverse Shop oleh ARMY. Di akses tanggal 20 juni 2022

penggunaan Internet, *Web*, maupun aplikasi seluler untuk bertransaksi bisnis, atau bisa disebut sebagai transaksi komersial berbasis digital antara organisasi maupun individu⁵.



Gambar 1.2 Presentase Pelaku Usaha memulai usaha e-commerce

Sumber : diakses tanggal 2019

Berdasarkan hasil pendataan, bahwa paling banyak pelaku usaha memulai usaha e-commerce mereka pada tahun 2017 -2018 sebanyak 36% dan tahun 2019 sebanyak 36%. Hal ini mengingat bahwa usaha online (*e-commerce*) di Indonesia mulai “menjamur” dan dikenal pada tahun-tahun tersebut .⁶

Seiring dengan berkembang nya *e-commerce* di indonesia terutama di jakarta sebagai model bisnis perdagangan digital untuk bertransaksi dan jual beli barang. Trend ini seiring dengan ekspektasi permintaan, yang selalu menginginkan kemudahan dalam mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Banyak di antara

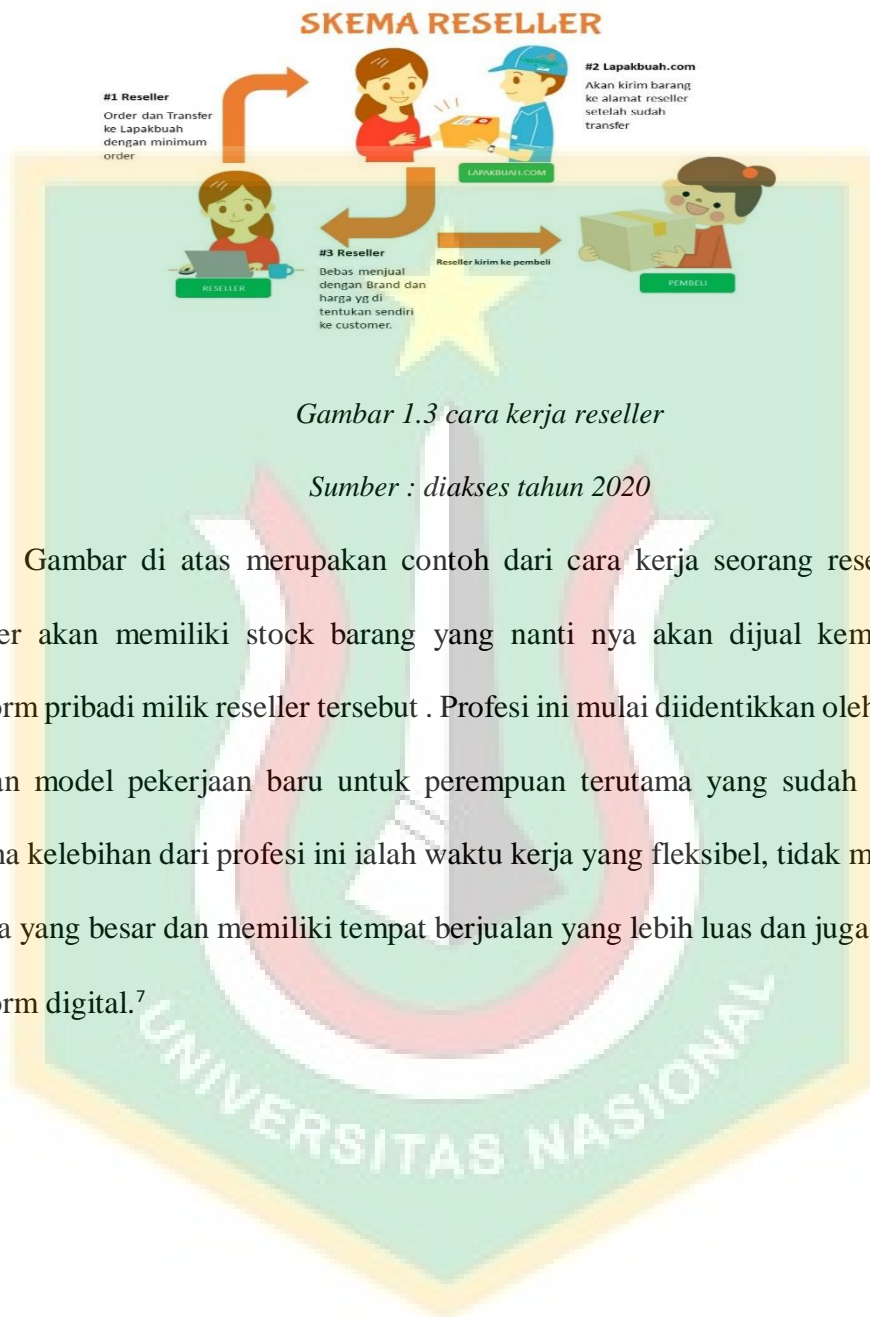
⁵ Laudon, 2016. Jurnal Ilmu Komunikasi, Syanaz Luthfina , Irwansyah Studi Fenomenologi: Penggunaan Aplikasi Weverse Shop oleh ARMY. Di akses tanggal 20 juni 2022

⁶ diakses 2019 <https://statistik.jakarta.go.id/> diakses tanggal 21 juni 2022

masyarakat yang memiliki daya beli tinggi, namun enggan terjebak dalam rutinitas yang melelahkan, seperti bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain untuk membeli barang-barang yang mereka pilih.

Di era teknologi sekarang ini, hanya dengan bermain *social media* beberapa detik, melalui *e-commerce* mereka akan mendapatkan apa yang akan mereka mau. Dari sisi penawaran, potensi permintaan yang sangat besar dari aktifitas perdagangan online memunculkan para penjual dan produsen dadakan. Beberapa kalangan berbondong-bondong untuk menjadi penjual, pemasar dan atau produsen yang memasarkan produk mereka dengan cara *online*.

Reseller merupakan sebuah penjual yang menjual barang milik penjual lain (bukan barang miliknya), sehingga *reseller* sendiri mampu membantu memasarkan penjualan dari penjual lain. Karena peranan internet menjadi salah satu sebab merebaknya pelaku *reseller* baik laki-laki ataupun perempuan. Ibu rumah tangga memiliki segudang rutinitas dalam kesehariannya, akan tetapi ada saat-saat tertentu dalam satu hari mereka sudah keluar dari rutinitas tersebut. Di saat suami dan anak-anak mereka berangkat bekerja, pekerjaan rumah sudah terselesaikan dengan baik, mereka pun memiliki kebebasan waktu untuk bisa berselancar di internet.

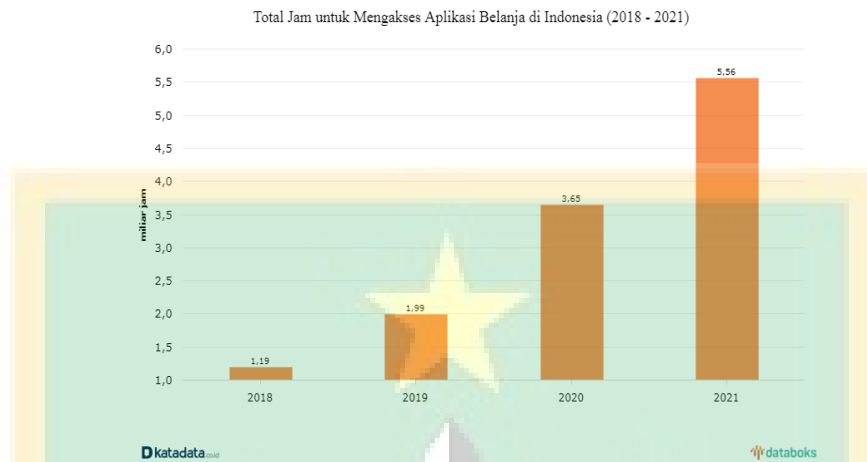


Gambar 1.3 cara kerja reseller

Sumber : diakses tahun 2020

Gambar di atas merupakan contoh dari cara kerja seorang reseller, pelaku reseller akan memiliki stock barang yang nantinya akan dijual kembali dengan platform pribadi milik reseller tersebut. Profesi ini mulai diidentikkan oleh masyarakat dengan model pekerjaan baru untuk perempuan terutama yang sudah berkeluarga. Karena kelebihan dari profesi ini ialah waktu kerja yang fleksibel, tidak mengeluarkan tenaga yang besar dan memiliki tempat berjualan yang lebih luas dan juga murah yaitu platform digital.⁷

⁷ diakses tahun 2020 <https://home.lapakbuah.com/reseller/>



Gambar 1.4 total masyarakat Indonesia mengakses aplikasi belanja

Sumber : diakses 2021

Menurut laporan *State of Mobile 2022*, orang-orang Indonesia menghabiskan 5,56 miliar jam untuk membuka aplikasi belanja online selama 2021. Total jam per tahun ini meningkat drastis 52% dari 3,65 miliar jam pada 2020.⁸ Berdasarkan data di atas tentu saja aksesibilitas dalam menjangkau media online sangat diperlukan. *Aksesibilitas* ini sesungguhnya memiliki dampak yang sangat penting bagi reputasi digital sebuah lembaga, sebab *aksesibilitas* merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk reputasi *online*⁹.

Kemudahan dalam mengakses media online sudah semakin pesat, dimana masyarakat yang dahulu social media hanya digunakan untuk berkomunikasi satu

⁸ Diakses 2021 <https://databoks.katadata.co.id/>.

⁹ Hanny Hafiar, Priyo Subekti, Yanti Setianti, Kholidil Amin Aksesibilitas website dan reputasi online marketplace reksadana

dengan yang lain, kini sudah berkembang dan dapat menjadi tempat untuk berjalan. *Aksesibilitas* yang terdapat di media digital dimanjakan dengan banyak kemudahan dalam hal berbelanja maupun pembayaran.

Keadaan ekonomi keluarga mempengaruhi kecenderungan perempuan untuk berpartisipasi di pasar kerja, agar dapat membantu meningkatkan perekonomian keluarga. Nampaknya sebagian besar masyarakat Indonesia sepakat bahwa peranan perempuan tidak bisa dipisahkan dengan peran dan kedudukan mereka dalam keluarga. Mengingat di masa lalu, perempuan lebih banyak terkungkung dalam peran sebagai pendamping suami dan pengasuh anak.

Pembagian kerja laki-laki dan perempuan dapat dilihat pada aktivitas fisik yang dilakukan, di mana perempuan bertanggung jawab atas pekerjaan rumah tangga, sedangkan laki-laki bertanggung jawab atas pekerjaan nafkah. Pekerjaan rumah tangga tidak dinilai sebagai pekerjaan karena alasan ekonomi semata dan akibatnya pelaku tidak dinilai bekerja. Permasalahan yang muncul kemudian adalah pekerjaan rumah tangga sebagai bagian dari pekerjaan non produksi tidak menghasilkan uang, sedangkan pekerjaan produksi (*public*) berhubungan dengan uang.¹⁰

Pembagian kerja antara laki-laki dan perempuan dibedakan antara pembagian kerja domestik, yang bersifat reproduktif atau tidak memiliki nilai

¹⁰ Dwi Edi Wibowo (2020). "Peran Ganda Perempuan dan Kesetaraan Gender". Fakultas Hukum Universitas Pekalongan, Lulusan S2 Universitas Admajaya Yogyakarta . Muwazah Jurnal perempuan, agama dan gender. Diakses tanggal 27 juli 2022

ekonomis dan kerja publik atau produktif yang tentunya memiliki nilai ekonomis. Saptari dkk (1997) menyatakan bahwa dalam setiap masyarakat harus selalu ada kerja produksi (menghasilkan sesuatu) untuk kelangsungan hidup anggotanya, dan harus ada kerja reproduksi (secara harfiah menggantikan apa yang telah habis atau hilang) untuk kelestarian sistem atau struktur sosial yang bersangkutan.

Kerja reproduksi tidak hanya menyangkut apa yang terjadi di dalam rumah tangga, tetapi juga dalam masyarakat, misalnya kegiatan-kegiatan yang menjamin kelestarian struktur sosial yang ada. Hal ini mengakibatkan anggota masyarakat tidak dapat melakukan pekerjaan produksi apabila beberapa hal mendasar dalam kegiatan rumah tangga mereka tidak dikerjakan.

Pembagian kerja perempuan dan pria dapat dilihat pada aktivitas fisik yang dilakukan, dimana perempuan bertanggungjawab atas pekerjaan rumah tangga, sedangkan pria bertanggung jawab atas pekerjaan nafkah. Pekerjaan rumah tangga tidak dinilai sebagai pekerjaan karena alasan ekonomi semata dan akibatnya pelakunya tidak dinilai bekerja. Permasalahan yang muncul kemudian adalah pekerjaan rumah tangga sebagai bagian dari pekerjaan non produksi tidak menghasilkan uang, sedangkan pekerjaan produksi (*public*) berhubungan dengan uang.

Peran perempuan dalam ranah domestik sangat penting namun tidak ada jaminan serta penghargaan dalam bentuk materi. Perempuan memberikan kesempatan

yang lebih kepada laki-laki dalam melakukan kegiatan ekonomi. Laki-laki menjadi satu-satunya agen ekonomi tempat perempuan bergantung secara finansial. Ini menggambarkan bagaimana perempuan dalam rumah tangga bekerja dari pagi sampai malam tetapi tidak dibayar. Bahkan segala status sosial dan ekonominya selalu mengikuti suaminya, bukan pencapaian sendiri.

Aksesibilitas yang terjadi di media *digital* ini menjadi menarik bagi masyarakat yang melihat peluang, contohnya menjadi *reseller*. Pekerjaan ini menjadikan media *digital* sebagai tempat utama untuk berjualan tanpa memiliki toko berbentuk fisik. *Aksesibilitas* ini memungkinkan pelaku *reseller* dapat berjualan tanpa harus memikirkan biaya sewa tempat, karena mereka dapat menjual produk dagangan nya di media online, seperti *e-commerce, whatsapp, facebook, Instagram* dan lain-lain.

Munculnya masyarakat digital yang bisa di sebut era digital telah memunculkan dampak baik dan buruk bagi masyarakat. Dampak positif dan negatif era digital tidak semua individu dapat merasakan nya, seperti halnya dampak positif dari adanya era digital mereka yang merasakan dampak positif ini merupakan kelompok masyarakat yang dapat memaksimalkan kemudahan yang ada karena mereka memiliki fasilitas ataupun jaringan serta kemampuan beradaptasi dari segi finansial ataupun kemampuan belajar.

Dampak buruk nya dari era digital ini dirasakan oleh kelompok masyarakat yang tidak memiliki fasilitas ataupun jaringan untuk menjangkaunya baik karena keterbatasan ekonomi ataupun kemampuan beradaptasi. Karena era digital membuat

semua unsur pendidikan, ekonomi dan sebagainya menjadi bergantung dengan bertujuan untuk memudahkan masyarakat.

Pada *sector public* dan *domestic* juga merasakan pengaruh dari adanya era digital. Mereka yang berada di *sector public* mulai bisa mengerjakan pekerjaan mereka di rumah tanpa harus ke kantor sedangkan di *sector domestic* mereka bisa mencari peluang agar bisa memanfaatkan kemudahan menjangkau apapun. Era digital bisa diibaratkan seperti dua sisi mata uang yang saling berlawanan, di satu sisi memberikan dampak positif bagi sebagian kelompok yang memiliki kemampuan dan di satu sisi mengeliminasi kelompok yang tidak memiliki kemampuan untuk menjangkaunya.

Pada era digital yang memberikan kemudahan dalam menjangkau informasi secara cepat, dapat menjadi tempat untuk berbelanja, dan karena semua serba digital pembayaran pun bisa dilakukan secara digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dalam era masyarakat digital saat ini, masyarakat hampir tidak pernah lepas dengan gadget dalam setiap aktivitas yang dilakukan, ini menjadikan peluang bagi reseller agar bisa memanfaatkan era digital serta dapat merekonstruksi definisi dari kerja domestic dan publik dengan menjadi *reseller*.

Adapun rumusan masalah yang telah di fokuskan agar tidak meluas :

1. Bagaimana cara sektor domestik dan publik dapat memenuhi kebutuhan kemandirian ekonomi ?

2. Bagaimana rekonstruksi tentang *sector domestic* dan *sector public* pada era digital ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan utama dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor pendorong ekonomi dan non ekonomi dalam mencapai kemandirian ekonomi..
2. Untuk mengetahui era digital dapat merekonstruksi sektor domestik bagi *reseller*.

1.4 Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan pada bidang kajian sosiologi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

A. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini penulis berharap dapat memberikan sesuatu kajian ilmu yang telah dikembangkan dari penelitian sebelumnya mengenai rekonstruksi sektor domestik di era digital bagi perempuan maupun laki-laki sehingga dapat dijadikan rujukan bagi peneliti lain yang ingin meneliti topik serupa pada bidang kajian sosiologi.

B. Manfaat Praktis

Pada penelitian kali ini dilakukan oleh peneliti untuk menjadi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat untuk menambah wawasan mahasiswa secara umum serta penelitian ini bisa dijadikan refrensi dalam melakukan penelitian selanjutnya, terutama mengenai ibu rumah tangga menjadi *reseller* dan rekonstruksi sosial kerja *domestic*.

1.5 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari tiga bab yang disertai dengan beberapa sub-sub yang berbeda. Berikut penjelasan mengenai sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini, proposal yang peneliti buat terdiri atas lima sub bab yang terbagi menjadi, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian ini, merupakan isi dari kajian pustaka yang terdiri dari tiga sub bab, terdiri dari penelitian terdahulu yang relevan, pengertian dari kajian kepustakaan yang

terdiri dari studi pustaka kerangka teori, atau teori pendukung lainnya, lalu yang terakhir kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini, terbagi menjadi lima sub bab dalam metodologi penelitian yaitu pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV REKONSTRUKSI SEKTOR DOMESTIK PADA ERA DIGITAL

Dalam bab ini terdapat hasil dan juga data-data penelitian berupa temuan lapangan yang dibahasakan dan dianalisis secara mendalam. Pada bab ini juga berisikan hasil penelitian dan pembahasan dari Rekonstruksi Sektor Domestik Pada Era Digital (Studi Kasus *Reseller* Produk Konsumsi Di Wilayah Kecamatan Cipayung Dan Ciracas).

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang hasil secara keseluruhan dari analisis dan pembahasan berupa kesimpulan dan saran selama peneliti berada di lokasi penelitian.