

**DAMPAK PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP
GAYA HIDUP PEGAWAI PEMERINTAHAN KANTOR
BUPATI GOWA**



**FARDINI NUR CAHAYA NINGSIH
E032211012**

**PROGRAM MAGISTER SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2024**

**DAMPAK PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP GAYA
HIDUP PEGAWAI PEMERINTAHAN KANTOR BUPATI GOWA**

Tesis

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister
pada Program Studi Pascasarjana Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin (UNHAS) makassar

Program Studi Sosiologi

Disusun dan diajukan oleh:

FARDINI NUR CAHAYA NINGSIH

E032211012

Pembimbing:

1. Prof. Dr. H.M. Tahir Kasnawi, SU
2. Dr. Rahmat Muhammad., M.Si

**PROGRAM MAGISTER SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

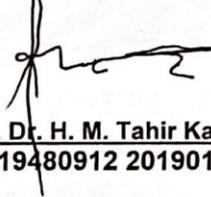
**DAMPAK PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP
GAYA HIDUP PEGAWAI PEMERINTAHAN KANTOR BUPATI
GOWA**

Disusun dan diajukan oleh
FARDINI NUR CAHAYA NINGSIH
E032211012

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal **25 Juni 2024**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

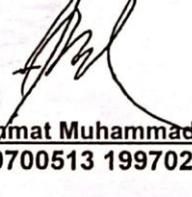
Menyetujui

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. H. M. Tahir Kasnawi, SU
NIP 19480912 201901 5 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Rahmat Muhammad, M.Si
NIP 19700513 199702 1 002

Ketua Program Studi
Magister Sosiologi,



Dr. Sakaria To Anwar, M.Si
NIP 19690130 200604 1 001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. Phil Sukri, SIP., M.Si
NIP 197508182008011008

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Fardini Nur Cahaya Ningsih

NIM : E032211012

Program Studi : Magister Sosiologi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 25 Juni 2024



Fardini Nur Cahaya Ningsih

PRAKATA

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena hanya dengan kuasa dan izin-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Dampak Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Gaya Hidup Pegawai Pemerintahan Kantor Bupati Gowa".

Setiap proses yang saya lalui dalam penyelesaian tesis ini, peran kedua orang tua yang menyertai perjalanan ini. Meski dengan beribu kata maaf dan terima kasih tidak mampu membalas setiap kebaikan yang diberika. Penulis mengucapkan syukron wa jazakumullahu khairan katsiran kepada kedua orang tua tercinta, Bapak **Ir. Djamiat-Djamal, ST**, dan Ummi **Fatimah F, S.Sos** atas segala pengorbanan, kasih sayang, semangat dan doa yang tak pernah berhenti kepada penulis.

Tesis ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi di Program Studi Pascasarjana Sosiologi Universitas Hasanuddin Makassar. Penyusunan tesis ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan penuh rasa hormat, penulis ucapkan terima kasih kepada Bapak **Prof. Dr. H.M. Tahir Kasnawi, SU** selaku Pembimbing I dan Bapak **Dr. Rahmat Muhammad, M.Si** selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan dorongan kepada penulis sejak proses awal hingga akhir penyusunan

tesis ini. Ucapan yang sama juga kepada **Prof. Dr. Suparman Abdullah, M.Si.** selaku Penguji I, **Dr. Tautoto Tana Ranggina S.M.Si.** selaku Penguji II dan Bapak **Dr. Buchari Mangge, M.Si** selaku Penguji III yang secara aktif telah memberikan masukan dalam perbaikan tesis ini. Dengan selesainya tesis ini, penulis juga mengucapkan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Hasanuddin Prof.Dr.Ir.Jamaluddin Jompa MSc., yang telah memberikan kesempatan kepada penulis melanjutkan studi di Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makassar.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Prof.Dr.Phill.Sukri,S.I.P.,M.Si., kepada Ketua Program Pascasarjana Sosiologi Dr. Rahmat Muhammad, M.Si., dan seluruh staf pengelola yang telah membantu dan membimbing penulis selama mengikuti pendidikan di Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makassar.
3. Seluruh dosen dan staf pengajar di Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makassar yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis.
4. Informan dan subjek yang telah bekerja sama dan meluangkan waktunya menjadi bagian dalam proses penelitian ini.
5. Kepada Fajrin Nur Jayadi, Fahrianty Nur I.S, Fardianty S.P, Farman Nur, Amilah Asri, Nur Winda, Tity Ayu, Andirani, Azizah Fajriani Amir dan May Cening Ayu sebagai saudara yang telah memberikan bantuan, dukungan dan mendoakan kepada penulis, begitupula

dengan seluruh keluarga. Semoga kita dapat menjadi salah satu pintu kebahagiaan bagi orang-orang di sekitar kita khususnya bagi kedua orang tua saya di dunia dan akhirat kelak.

6. Seluruh informan dari Kantor Bupati Gowa yang sudah seperti keluarga dan membantu memberikan informasi yang di butuhkan penulis. Terima kasih sudah memberikan waktu dan kerjasamanya dalam memberikan informasi serta data selama proses penelitian.
7. Terima kasih kepada Kak Martha dan teman-teman seangkatan 2021-I Program Studi Magister Sosiologi khususnya Nurfaizah Anwar, S.Ikom.,M.Si,Muh.Dinul,Ilmawadda, Rahayu, Subair, Aswar, Kak Natalia,Fajar,Sudirma dan Yuliana yang telah banyak membantu memberikan informasi serta masukan yang berharga kepada penulis.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang turut membantu dalam terselesainya tesis ini.

Harapan penulis semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan tesis ini. Akhir kata semoga sumbangsih yang diberikan diridhoi dan memperoleh balasan dari Allah SWT. Aamiin

Makassar, 10 Juni 2024

Fardini Nur Cahaya Nigsih

ABSTRACT

FARDINI NUR CAHAYA NINGSIH. *The Impact of the Use of Shopee Application on the Lifestyle of Government Employees at the Office of the Gowa Regent* (supervised by Tahir Kasnawin and Rahmat Muhammad)

This research aims to describe and analyze the impact of the use of Shopee application on the lifestyle of government employees at the Office of Gowa Regent. The rapid development in technology has led employees to adopt the lifestyle of the modern era, making technology more advanced and accessible for all our needs. One such application, Shopee, has become the choice of government employees to fulfill their needs. The impact of lifestyle significantly affects the choice of fashion and has implications for the use of the Shopee application. The aim of this research is to understand the impact caused by the effect of lifestyle on the use of the Shopee application among government employees at the Office of the Gowa Regent. This research was a qualitative study in nature, utilizing purposive sampling technique as a strategy to understand specific selected cases without generalizing all cases. The data were divided into two categories, namely primary and secondary data. Data collection techniques include interviews, observations, and documentation. Data management involved four stages, namely data reduction, data presentation, technical analysis of the intensity of the use of Shopee application among government employees in terms of lifestyle, and drawing conclusions. The results of this research indicate that the intensity of the use of Shopee application is influenced by several factors such as work environment, desire for recognition, attention in the workplace, and the availability of products similar to well-known ones at affordable prices. The implementation of this research is expected to provide insights into the government employees' intensity on the use of the Shopee application to support their lifestyle choices, avoid the effect of unbeneficial trends, or seek recognition at the workplace. It also encourages them to make smarter lifestyle choices based on their needs.

Keywords: intensity, impact, lifestyle.



ABSTRAK

FARDINI NUR CAHAYA NINGSIH. *Dampak Penggunaan Aplikasi Shopee terhadap Gaya Hidup Pegawai Pemerintahan Kantor Bupati Gowa* (dibimbing oleh Tahir Kasnawi dan Rahmat Muhammad).

Perkembangan yang semakin canggih membuat para pegawai mengikuti gaya hidup di zaman modern. Perkembangan teknologi yang lebih canggih sangat memudahkan untuk mengakses segala kebutuhan yang diperlukan. Salah satunya adalah melalui aplikasi *shopee*. Untuk mempermudah kebutuhan, aplikasi *shopee* menjadi pilihan pegawai pemerintahan untuk memenuhi kebutuhannya. Dampak gaya hidup sangat berpengaruh dalam pemilihan *fashion* untuk menggunakan aplikasi *shopee*. Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis dampak yang ditimbulkan dari pengaruh gaya hidup dalam penggunaan aplikasi *shopee* terhadap pegawai pemerintahan di kantor Bupati Gowa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan suatu strategi jika seseorang menginginkan agar dapat memahami suatu kasus tertentu yang terpilih tanpa menggeneralisasi kepada semua kasus. Penelitian ini dibagi menjadi dua macam kategori sumber data, yakni data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengelolaan data dilakukan melalui empat tahap yaitu reduksi data, penyajian data, teknik analisis intensitas penggunaan aplikasi *shopee* di kalangan pegawai pemerintahan dalam hal gaya hidup dan dalam penggunaan aplikasi *shopee*, dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan aplikasi *shopee* ini dipengaruhi oleh faktor lingkungan kerja, keinginan diakui, dan menjadi perhatian di tempat kerja serta adanya penawaran produk-produk yang hampir sama dengan produk terkenal dengan harga yang terjangkau. Implementasi penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap intensitas penggunaan aplikasi *shopee*. Hal ini agar pegawai pemerintahan tidak terhasut atau mengikuti *trand* yang tidak bermanfaat atau hanya untuk diakui di tempat kerja serta lebih pintar dalam memilih gaya hidup yang sesuai dengan kebutuhan.

Kata kunci: intensitas, dampak, gaya hidup



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori Gaya Hidup Pierre Bourdieu	12
B. Konsep Gaya Hidup	13
C. Aparatur Pemerintahan	16
D. Aplikasi Shopee.....	20
E. Jenis-Jenis Gaya Hidup	22
F. Indikator Gaya Hidup	27
G. Faktor-Faktor Gaya Hidup	28
H. Penyebab gaya hidup	34
I. Penelitian Terdahulu	39
J. Kerangka Konsep.....	43

BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Pendekatan Penelitian	46
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	47
C. Teknik Penentuan Informan.....	47
D. Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisis Data	53
BAB IV GAMABARAN UMUM.....	56
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	56
B. Letak Geografis Lokasi Penelitian	60
BAB V PEMBAHSAN DAN HASIL	
A. Karakteristik Informan	65
B. Intensitas Penggunaan Aplikasi Shopee.....	69
C. Dampak Gaya Hidup Dalam Penggunaan Aplikasi Shopee ...	75
BAB VI PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	103
Daftar Pustaka	105
Pedoman Wawancara.....	109
Dokumentasi Penelitian	110

DAFTAR TABEL

2.2 Dimensi Gaya Hidup	14
2.3 Jenis Produk di Tawarkan Aplikasi shopee.....	21
2.4: Matrik Penelitian Terdahulu	39
2.5 Skema Kerangka Pikir	44
3.1 Kriteria dan Jumlah Informan	49
3.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.3 Pengembangan konsep menjadi sub konsep untuk penelitian kualitatif	55
4.2 Tabel Bagian di Sekretariat Kantor Bupati Gowa	62
5.1 Tabel Karakteristik Informan	69
5.2 Tabel Intensitas Penggunaan Aplikasi Shopee	74
5.3. Tabel Jenis-Jenis Pembayaran Di Aplikasi Shopee	96

DAFTAR GAMBAR

2.1 Skema Relasi Dalam Gaya Hidup Menurut Pierre Bourdieu.....	12
4.1 Peta Kabupaten Gowa	61
4.2 Struktur Sekretariat Kantor Kabupaten Gowa	64
5.1 Iklan shopee dalam Instagram	80
5.2 kupon atau diskon yang ditawarkan	82
5.3 Pemotongan Harga atau Casback.....	83
5.4 giveaway yang diada	84
5.5 Pengguna E-Commerce di Indonesia	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Pedoman Wawancara.....	109
Lampiran Dokumentasi Wawancara	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman yang telah berkembang saat ini menuntut pula terhadap perubahan perilaku gaya hidup pada masyarakat. Zaman yang semakin moderan atau biasa disebut zamannya *generasi milenial* dimana masyarakat sekarang ini cenderung mudah terpengaruh oleh adanya hal-hal baru. Salah satunya kecenderungan terhadap adanya kecanggihan teknologi yang dapat memudahkan kita dalam membeli sesuatu yang diinginkan. Pada saat ini yang menjadi trend dan terpopuler dikalangan masyarakat maupun pegawai pemerintahan yaitu dengan berbelanja melalui online shop. Berbelanja secara online memang saat ini sedang diminati sebagai besar masyarakat karena dengan adanya online shop, masyarakat tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang yang diinginkan.

Generasi Y, sebagai merupakan generasi muda tidak pernah terkepas dengan adanya trend gaya hidup. Terjadinya perubahan gaya hidup kaum muda masa kini tak lepas dari perubahan budaya (Chaney, 2006:39). Tren gaya hidup generasi muda seringkali menuntut sebuah perubahan yang sangat cepat dan juga dinamis. Hal ini dapat mengakibatkan kecenderungan kearah pembentukan identitas seseorang melalui gaya hidup sebagai suatu symbol diantara

mereka. Segala sesuatu yang bersifat modern atau *up to date* sangat dengan muda diminati oleh generasi milenial. Dalam berbagai informasi dan fasilitas yang didapatkan, akan menjadi pilihan dalam menyikapi gaya hidup yang terdapat dalam kalangan masyarakat maupun pegawai pemerintahan di kantor Bupati Gowa. Karena generasi muda mengikuti perkembangan teknologi serta segala sesuatu dengan cara yang instan.

Segala sesuatu informasi yang mereka dapatkan atau di dengarkan yang menjadi dasar untuk belanja online yang dapat menimbulkan dampak gaya hidup masyarakat maupun pegawai pemerintahan. Hal inilah yang mendasari belanja online menjadi salah satu tren yang disukai oleh generasi muda saat ini sebagai gaya berbelanja yang muda dan praktis. Dikarenakan generasi muda berada diperkembangan zaman salah satunya teknologi komunikasi yang pesat yang dapat mengakses berbagai informasi dan menuntut kepraktisan atas berbagai aktivitas, maka seringkali hal tersebut menjadi salah satu pengaruh dari gaya hidup masyarakat maupun pegawai pemerintahan untuk berbelanja melalui aplikasi shopee dan belanja online sebagai suatu gaya hidup mereka yang menjadikan suatu proses dalam mengidentifikasi diri mereka lewat simbol yang membuat mereka merasa memiliki kebanggaan diri dalam lingkungan kerja atas hasil kerjanya. Selain itu, generasi muda merupakan yang berpotensi aktif dalam penggunaan situs jejaringan

sosial. Pola konsumsi yang sangat tinggi cenderung untuk membuat mereka menjadi konsumtif.

Gaya hidup dalam Bahasa Indonesia adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya (Alfred Adler dan Ferdinand 1929). Gaya hidup bisa dilihat dari cara berpakaian dan kebiasaan. Gaya hidup bisa dinilai relative tergantung penilaian dari orang lain. Gaya hidup juga bisa dijadikan hal yang tabu. Gaya hidup pada dasarnya adalah sebuah tindakan atau aktivitas konsumen dalam menggunakan satu produk secara tidak tuntas (Sumartono, dalam Achmad Syaiful, 2012:16). Sedangkan menurut Menurut Ibrahim (dalam Achmad Syaiful, 2012:2) gaya hidup konsumtif diartikan sebagai pola konsumsi terhadap barang tertentu secara berlebihan sehingga akan menimbulkan efek kepuasan tersendiri.

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. 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.

Adanya faktor kebutuhan memunculkan perilaku yang diekspresikan melalui perilaku konsumsi. Menurut Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumsi yang dilakukan secara berlebihan tanpa adanya kesadaran akan kebutuhan yang diperlukan disebut sebagai perilaku konsumtif. Seseorang yang berperilaku konsumtif akan lebih mementingkan faktor keinginan dan kesenangannya dibandingkan dengan kebutuhan. Namun dengan meningkatnya pola konsumsi yang konsumtif atau berlebihan cenderung mengarahkan individu pada tindakan boros (Sumartono 2012, dalam (Miranda., 2017); (Mansur, Dini, & Ananda., 2017).

Selain mengarah pada tindakan boros menurut Pulungan dan Febriaty (2018) perilaku konsumtif membuat seseorang cenderung bersifat materialistic, tidak dapat berpikir secara rasionalitas dan memiliki hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda yang diinginkan tanpa memperhatikan kebutuhannya, sehingga perilaku ini dapat memberikan dampak pada pembentukan kepribadian seseorang yang merasa tidak cukup dengan apa yang dimilikinya saat ini dan mendorong individu untuk memenuhi standar kebutuhan yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan perkembangan zaman yang telah mengubah pola pikir, pandangan hidup, dan gaya hidup manusia, bahkan merubah perilaku konsumtif untuk terus memenuhi keinginan

mereka karena ingin menaikkan reputasi, menjaga reputasi, mengikuti mode dan berbagai alasan yang kurang penting lainnya. Gaya hidup seseorang dapat dengan cepat berubah atau tidak permanen karena tergantung pada keinginan individu atau perkembangan zaman (Pulungan dan Febriaty, 2018). Dengan mengikuti perkembangan zaman seseorang mampu memiliki pola gaya hidup aktivitas lebih modern yang berbeda dengan sebelumnya.

Shopee adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang e-commerce atau pihak ketiga yang menyediakan platform untuk transaksi jual beli secara online yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik. Shopee merupakan sebuah platform yang dirancang khusus untuk menyuguhkan pengalaman berbelanja online yang aman, muda dan cepat dengan system pembayaran dan dukungan logistic yang kuat. Shopee sebagai salah satu situs wadah untuk jual beli secara online yang telah melakukan banyak perubahan untuk menarik minat pembeli agar banya bertransaksi melalui aplikasi shopee. Shopee tidak hanya menyediakan penjual dalam negeri namun ada beberapa penjual yang berasal dari luar negeri namun tetap bisa melakukan transaksi dalam negeri sehingga produk yang dijual sangat bervariasi atau heterogen. Shopee merupakan instant messaging yang bertindak sebagai saluran komunikasi pribadi online untuk membantu pelanggan mendapatkan detail produk yang mereka

butuhkan, bernegosiasi tentang harga produk dan memverifikasi informasi transaksi (Cho et al., 2001).

Dengan media live chat tersebut, baik penjual maupun konsumen dipermudah dalam melakukan komunikasi, dapat secara detail memberikan pertanyaan kepada penjual, mengirimkan foto produk langsung ke penjual. Kemudahan komunikasi dengan penjual sangat diutamakan oleh konsumen (Ou et al., 2014). Indonesia sendiri sebagai negara berkembang saat ini terus mengalami peningkatan jumlah pengguna internet. Tahun 2017, jumlah pengguna internet mencapai 143,26 juta jiwa setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun 2016. Peningkatan jumlah pengguna internet ini pun diharapkan bisa memberikan dampak positif ke berbagai kegiatan produktif yang akan mendongkrak ekonomi nasional, terutama ekonomi digital termasuk di dalamnya perdagangan secara elektronik (e-commerce). Sugara & Dewantara, (2017:9) dalam penelitiannya tentang “analisis kepercayaan dan kepuasan terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online”, menjelaskan bahwa electronic commerce merupakan suatu mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet.

Perkembangan bisnis e-commerce di Indonesia sendiri telah merubah beberapa perilaku konsumen, salah satunya adalah

kebiasaan berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko sekarang mulai beralih dengan menggunakan media online. Berbagai kemudahan dapat dirasakan konsumen dengan media online seperti, konsumen tidak perlu lagi mendatangi toko atau tempat perbelanjaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya. Selain kemudahan yang dimiliki tersebut, berbelanja secara online juga memiliki beberapa kekurangan atau kendala, salah satunya adalah kecepatan jaringan internet di Indonesia yang masih tergolong lambat sehingga membuat calon pembeli sedikit kesulitan untuk melihat foto produk ataupun untuk memproses pembelian yang akan mereka lakukan. Belanja secara online telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang.

Pertumbuhan e-commerce yang terus meningkat di Indonesia membuat Shopee ikut meramaikan industri ini. Shopee adalah platform perdagangan elektronik yang berkantor pusat di Singapura dibawah SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forest Li. Shopee merupakan aplikasi mobile marketplace pertama bagi konsumen ke konsumen (C2C) yang aman, menyenangkan, mudah, dan praktis dalam jual beli. Seperti yang diterbitkan oleh swa.co.id, CEO Shopee, Chris Feng mengatakan Shopee bisa bersaing lantaran punya beberapa keunikan yang tidak dimiliki oleh lapak tetangga karena Shopee fokus dan memosisikan dirinya di mobile marketplace, dan mungkin jadi satu-satunya atau

pertama yang punya fitur personal chat di setiap produk. Pendekatan sosial tersebut dipilih karena Asia Tenggara merupakan kawasan yang gemar bermain media sosial dan bukan rahasia lagi bahwa Indonesia adalah salah satu negara yang paling aktif bermain media sosial bahkan penggunaan media sosial di Indonesia bukan hanya untuk berkomunikasi tetapi juga sudah merambah ke kegiatan jual beli. Hal ini terbukti dari hasil survey APJII yang menunjukkan jual barang mencapai 8,12% dan beli barang yang mencapai 32,19% berdasarkan layanan yang sering diakses Mulyana, (2016:1).

Minat (intention) merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap objek. minat terkait dengan sikap dan perilaku Mulyana, (2016:2). Minat dianggap sebagai suatu “penangkap” atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, minat juga mengindikasikan seberapa keras seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba. Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu dan minat berhubungan dengan perilaku. Kotler dan Amstrong, (2014:231) mengungkapkan bahwa minat beli adalah konsumen merasa memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian terhadap suatu merek atau melakukan tindakan yang berhubungan dengan pembelian dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Shopee sebagai aplikasi Marketplace berusaha memberikan layanan yang terbaik demi kepuasan para konsumennya. Fitur-fitur unggulan pun dihadirkan untuk memenuhi kepuasan konsumen dan meningkatkan interaktivitas. Fitur yang menjadi unggulan pada aplikasi Shopee adalah live chat. Shopee menghadirkan fitur live chat yang menjadikannya berbeda dengan perusahaan ecommerce lainnya. Lewat fitur live chat ini, konsumen bisa langsung berbicara dengan penjual untuk bisa nego barang yang hendak dibeli, hal tersebut berdampak pada interaktivitas antara penjual dengan konsumen. Melalui fitur ini para pengguna Shopee dapat merasakan kemudahan berbelanja online. Pada fitur live chat para pengguna aplikasi Shopee dapat melakukan komunikasi secara real time saat melakukan transaksi. Dan salah satu fitur yang disediakan adalah fitur tawar.

Konsumen dapat melakukan kegiatan tawar-menawar seperti di pasar konvensional sehingga konsumen dapat mendapatkan harga yang lebih murah dari harga yang dicantumkan penjual. Interaktivitas yang diciptakan oleh penjual berdampak pada kepercayaan konsumen. Kepercayaan timbul sebagai akibat dari interaktivitas antara penjual dengan konsumennya. Niat membeli kembali konsumen secara online akan menghasilkan strategi bisnis dan keuntungan jangka panjang yang lebih baik bagi penjual online, yang selanjutnya berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang di pasar

online. Shopee menghadirkan fitur-fitur andalan tersebut sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan menciptakan kepercayaan konsumen terhadap Shopee. Segala bentuk kemudahan, keamanan, serta fasilitas disediakan Shopee untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka pokok permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas penggunaan aplikasi shopee dikalangan pegawai Kantor Pemerintahan Bupati Gowa?
2. Bagaimana dampaknya terhadap gaya hidup pegawai Kantor pemerintahan Kab.Gowa dalam penggunaan aplikasi shopee?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, tujuan utama dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendiskripsikan dan menganalisis dampak gaya hidup pegawai dalam penggunaan aplikasi shopee di Pemerintahan Bupati Gowa.
2. Mendiskripsikan dan menganalisis seberapa intensif penggunaan shopee di kalangan pemerintahan Kantor Bupati Gowa.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini adalah memiliki manfaat teoritis dan praktis.

1. Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumbangan pengetahuan atau informasi ilmiah dalam menambah referensi dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis sebagai keperluan studi.

2. Praktis

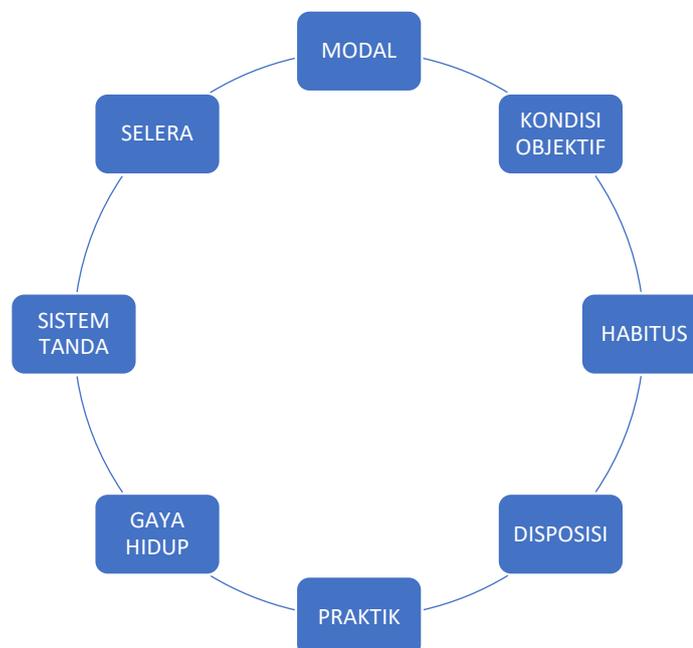
Dapat memberikan bahan masukan bagi pemerintah dan pegawai pemerintahan serta masyarakat khususnya yang sering menggunakan aplikasi shopee tentang dampak apa yang ditimbulkan dari penggunaan aplikasi shopee dalam hal untuk gaya hidup secara berlebihan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori Gaya Hidup Pierre Bourdieu

Menurut Bourdieu gaya hidup seseorang dipahami sebagai hasil dari interaksi antara manusia sebagai subjek sekaligus objek dalam masyarakat, hasil dari pemikiran sadar dan tak sadar yang terbentuk sepanjang sejarah hidupnya. Bourdieu menempatkan gaya hidup dalam sebuah rangkaian atau sebuah proses sosial panjang yang melibatkan modal, kondisi objektif, habitus, disposisi, praktik, gaya hidup, sistem tanda, dan struktur selera. Menurut Bourdieu dalam Alfathri Adlin (2006: 82) relasi tersebut digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 : Skema Relasi Dalam Gaya Hidup Menurut Pierre Bourdieu

Melalui gambar di atas dapat dijelaskan bahwa, Bourdieu membayangkan seseorang sebagai sebuah sistem ranah atau medan yang memiliki berbagai daya yang saling tarik-menarik. Setiap ranah memiliki struktur dan dayanya sendiri, sekaligus berada dalam suatu ranah yang lebih besar darinya yang juga memiliki struktur dan dayanya sendiri, dan begitu seterusnya. Seseorang dipandang sebagai wilayah yang mengandung sistem dan relasi-relasi tempat terjadi adanya pengaruh dan kekuatan. Selalu terjadi pertarungan sosial di dalam setiap ranah, hal ini menuntut individu supaya memiliki modal-modal khusus untuk dapat hidup secara baik dan bertahan di dalamnya. Kondisi objektif seseorang dalam lingkungan kerja sangat ditentukan oleh kepemilikannya akan modal-modal tersebut, modal-modal yang dimiliki akan menunjukkan eksistensi seseorang dalam dunia kerja.

B. Konsep Gaya Hidup

Lifestyle atau gaya hidup merupakan cara seseorang mengekspresikan pola hidup yang dijalani mulai dari aktivitas setelah istirahat hingga kembali beristirahat kembali. Pola hidup yang dijalani oleh setiap orang memiliki perbedaan masing-masing yang bertujuan untuk mencapai tingkat kepuasan tersendiri. Minor dan Mowen (2008:282) mendeskripsikan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diidentifikasi melalui cara mereka membelanjakan uang dan mengalokasikan waktu. Sedangkan

menurut Kotler (2011:189) gaya hidup dinyatakan melalui beberapa dimensi, yaitu

1. Aktivitas atau kegiatan yaitu bagaimana seorang individu menghabiskan waktu setiap harinya.
2. Minat atau ketertarikan yaitu suatu hal yang dianggap penting oleh seorang individu dalam lingkungan hidupnya.
3. Pendapat atau opini yaitu tanggapan seseorang individu mengenai kehidupan dan kehidupan lain yang ada disekitarnya

Penjelasan secara luas dimensi gaya hidup dapat dijabarkan melalui komponen-komponen segmentasi dimensi gaya hidup. Kasali (2001:226-227) menjabarkan komponen segmentasi dimensi gaya hidup tersebut melalui tabel berikut ini.

Tabel 2.2
Dimensi Gaya Hidup

Aktivitas	Minat	Pendapat
Setelah bekerja	Keluarga	Diri mereka sendiri
Hobi	Rumah	Masalah sosial
Kegiatan-kegiatan sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Komunitas	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Keanggotaan klub	Pakaian	Pendidikan
Komunitas	Makanan	Produk

Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Prestasi	Budaya

Sumber: Kasali (2007)

Pada tabel 2.1 telah dijelaskan bahwa gaya hidup merupakan kegiatan atau tindakan nyata yang memerlukan biaya lebih untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Perilaku konsumsi setiap orang terhadap produk tertentu berbeda-beda tergantung tujuan penggunaan produk tersebut, ada yang memang digunakan untuk mendukung profesi mereka di pekerjaannya, tapi ada juga yang menggunakan sebuah produk untuk menaikkan kelas sosial di lingkungannya. Perilaku penggunaan produk secara berlebihan disebut dengan perilaku konsumtif. Menurut Lubis (dalam Lina & Rasyid, 1997) perilaku konsumtif adalah perilaku membeli atau menggunakan suatu produk yang tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional melainkan dengan keinginan tertentu yang telah mencapai taraf yang tidak rasional. Perilaku konsumtif dan gaya hidup konsumtif memiliki persamaan di mana menggunakan atau menginginkan produk tertentu secara berlebihan. Menurut Ibrahim (dalam Achmad Syaiful, 2012:2) menjelaskan gaya hidup konsumtif sebagai pola hidup mengkonsumsi jenis produk tertentu yang pada dasarnya tidak diperlukan guna mencapai tingkat kepuasan yang maksimal.

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. Menurut Weber (Damsar, 2002:120), gaya hidup merupakan selera pengikat kelompok dalam (in group) aktor-aktor kolektif atau kelompok status, berkompetisi ditandai dengan kemampuan untuk memonopoli sumber-sumber budaya. Menurut Plummer (1983:131), gaya hidup adalah cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya. Menurut Kotler dan Keller (2012:192), Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.

C. Aparatur Pemerintahan

2.1 Aparatur Pemerintahan

Pelayanan pemerintah kepada masyarakat merupakan salah satu kegiatan penyelenggaraan negara yang dilakukan

untuk memuaskan pengguna jasa yang dalam hal ini masyarakat. Pada penyelenggaraan negara, faktor aparatur merupakan aktor utama yang merupakan penggerak roda penyelenggaraan negara. Karena aparatur adalah roda penggerak maka, apapun yang dilakukan negara dengan tujuan memakmurkan kesejahteraan masyarakat dapat terwujud dengan baik. Sejalan dengan tuntutan masyarakat akan peningkatan kualitas pelayanan publik. Aparatur Negara adalah alat kelengkapan negara terutama meliputi bidang kelembagaan, ketatalaksanaan, dan kepegawaian, yang mempunyai tanggung jawab melaksanakan roda pemerintahan sehari-hari yang meliputi aparatur kenegaraan dan pemerintahan sebagai abdi negara dan abdi masyarakat, bertugas dan bertanggung jawab atas penyelenggaraan negara dan pembangunan serta senantiasa mengabdikan dan setia kepada kepentingan, nilai-nilai dan cita-cita perjuangan bangsa dan negara berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Aparatur Negara sebagai penyelenggara pemerintahan diberikan tanggung jawab untuk merumuskan langkah-langkah strategis dan upaya-upaya kreatif guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara adil, demokratis dan bermartabat. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan diatas, aparatur pemerintah daerah merupakan semua pegawai yang terlibat dalam kegiatan

penyelenggaraan pemerintah pada unit organisasi pemerintah daerah mulai dari pemerintahan yang tertinggi di Kabupaten / Kota hingga tingkat terendah di Desa/ Kelurahan. Mengacu pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara, ASN terbagi menjadi dua jenis yakni PNS dan PPPK. PNS dan PPPK sama sama memiliki status sebagai aparatur sipil negara (ASN).

2.2 Aturan Penggunaan Baju Dinas Di kantor Bupati Gowa

Menurut aturan Bupati Gowa dengan Nomor:025 /2091/ Bagian Organisasi tentang Displin Penggunaan Pakaina Dinas (PDH) di Lingkungan Pemerintahan Kabupaten Gowa, maka di sampaikan beberapa hal sebagai berikut :

1. Mematuhi dan menaati seluruh kenteuan penggunaan pakaian Dinas yang berlaku di Lingkungan Pemerintahan Kabupaten Gowa sesuai ketentuan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 11 Tahun 2020 tentang Pakaian Dinas Aparatur Sipil Negara di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerag dengan memperhatikan ketentuan dalam Surat Edara Bupati Gowa Nomor:188/258/Bag-Organisasi tentang Pakaian Dinas Harian (PDH) Di Lingkungan Pemerintahan Kabupaten Gowa.

2. Penggunaan PDH berdasarkan hari kerja sebagai berikut:
 - a. Hari Senin : PDH warna khaki dan jilbab warna kuning *mustard*;
 - b. Hari Selasa : PDH dan jilbab warna khaki;
 - c. Hari Rabu : PDH kemeja warna putih, celana/rok warna hitam dan jilbab warna *pink salem* (pakaian olahraga kaos warna putih dan celana training hitam digunakan dalam Program Rabu Sehat);
 - d. Hari Kamis : PDH Batik Daerah warna merah motif warna hitam bergambar Pahlawan Nasional Sultan Hasanuddin, celana/rok warna hitam atau gelap dan jilbab warna merah;
 - e. Hari Jumat : PDH Batik Daerah warna biru motif warna krem bergambar Pahlawan Nasional Syekh Yusuf, celana/rok warna hitam atau gelap dan jilbab warna biru.
3. Penggunaan Batik Korpri bagi ASN dengan celana/rok warna biru tua dilengkapi dengan menggunakan peci nasional digunakan pada saat upacara hari kesadaran nasional dan upacara hari besar Nasional;

4. Penggunaan Pakiana Olahraga pada hari Rabu hanya selama kegiatan olahraga berlangsung setelah itu diharapkan tetap menggunakan seragam PDH.

D. Aplikasi Shopee

2.1 Pengertian Aplikasi Shopee

Shopee merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* atau perdagangan elektronik yang didirikan pertama kali di Singapura pada tahun 2015 dan dipimpin oleh Chris Feng. Selanjutnya Shopee menjangkau pasar jual beli online yang ada di beberapa negara seperti Vietnam, Thailand, Myanmar, Filipina, Brazil, dan Malaysia. Untuk pasar Indonesia, Shopee masuk pertama kali dan resmi beroperasi pada Desember tahun 2015. Shopee Indonesia berpusat di Daerah Khusus Indonesia, tepatnya pada Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Jakarta 11410, Indonesia.

Sebagai *platform* jual-beli online, Shopee melakukan banyak kerja sama dengan beberapa jenis unit usaha lain seperti jasa logistik dan *brand- brand* terkenal yang kemudian dikenal dengan *Shopee Mall*. Untuk tetap dapat bersaing di pasar Indonesia, Shopee memiliki beberapa strategi yang berfungsi untuk menarik minat beli konsumen, seperti fitur-fitur yang ada pada aplikasi atau *website* Shopee, seperti *Shopee Live*, *Shopee Feeds*, *Shopee food*, dan yang lainnya. Shopee juga

menyelenggarakan *event* bulanan, seperti *Shopee 10.10 Brands Festival*. *Event* yang diselenggarakan *Shopee* memberikan penawaran yang cukup menarik pada konsumen, diantaranya potongan harga barang, potongan biaya ongkos kirim hingga bebas biaya ongkos kirim, *cashback*, dan diskon yang ditawarkan oleh aplikasi *shopee* maupun toko.

Shopee adalahh aplikasi toko online atau pasar online (platform perdagangan elektronik). Aplikasi *Shopee* memudahkan pengguna untuk menjelajahi, membeli, dan menjual produk apa saja kapan saja. *Shopee* memudahkan penjual dan pembeli untuk berinteraksi melalui fitur live chat. Tempat jual beli ini juga mencakup berbagai produk seperti gadget, fashion, kosmetik, elektronik, dan mobil. *Shopee* mengintegrasikan dukungan logistik dan pembayaran dengan tujuan membuat belanja online menjadi mudah dan aman baik bagi penjual maupun pembeli.

Tabel 2.3

Jenis Produk di Tawarkan Aplikasi *Shopee*

No.	Jenis Produk
1.	Produk Fashion
2.	Produk Body Care dan Skin Care
3.	Alat Perlengkapan Rumah
4.	Produk Ibu dan Bayi

5.	Perlengkapan Dapur
6.	Perlengkapan Kesehatan
7.	Handphone dan Aksesoris
8.	Komputer
9.	Tas Wanita
10.	Makanan dan Minuman

Sumber : Aplikasi shopee

2.3 Keuntungan Menggunakan Aplikasi Shopee

Shopee memiliki banyak keuntungan bagi pengguna aplikasi shopee dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, dimana pengguna aplikasi shopee tidak harus mengunjungi toko atau keluar rumah dan sangat mengefesiensikan waktu, keuntungan menggunakan aplikasi shopee antara lain:

1. Shopee menawarkan banyak promosi dan diskon dan populer di kalangan pembeli;
2. Terdapat juga fitur live chat yang memungkinkan penjual dan pembeli berinteraksi mengenai produk yang dijual;
3. Ada opsi pengiriman gratis dengan ketentuan yang berlaku.

E. 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 barangbarang hiburan, hobi, dan kesenangan (convenience). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya diatas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.
5. **Succeeders** yaitu rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatan tertinggi dari kesembilan kelompok. Menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang di atas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.
6. **Moral majority** yaitu pengeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap empty-nest. Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah tunggal.

7. **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.
8. **Sustainers** yaitu kelompok orang dewasa dan tertua yang sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.
9. **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.

Menurut Donni Juni Priansa (2017:185) Gaya hidup konsumen terdiri dari berbagai macam jenis, yang tentu saja berbeda dengan yang lainnya. Secara umum, jenis gaya hidup konsumen terdiri dari:

1. Gaya Hidup Mandiri

Gaya hidup mandiri merupakan salah satu fenomena yang populer dalam kehidupan perkotaan. Perusahaan harus memahami dengan baik terkait dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan gaya hidup yang mandiri. Konsumen dengan jenis seperti ini biasanya merupakan konsumen dengan tingkat pendidikan yang memadai dengan dukungan finansial yang

memadai pula. Gaya hidup mandiri biasanya mampu menentukan pilihan secara bertanggung jawab, serta mampu berpikir inovatif dan kreatif dalam menunjang kemendiriannya tersebut. Konsumen jenis ini biasanya menyukai produk-produk yang menggambarkan kemendiriannya tersebut. Konsumen jenis ini biasanya menyukai produk-produk yang menggambarkan kemendiriannya sebagai individu di tengah-tengah masyarakat.

2. Gaya Hidup Modern

Dijaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntut masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal termasuk dalam 22 bidang teknologi. Banyak konsumen yang berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dan pertama dalam pemahaman teknologi, termasuk di dalamnya dalam penggunaan gadget. Gaya hidup modern erat kaitannya dengan gaya hidup digital (digital lifestyle). Gaya hidup digital merupakan istilah yang seringkali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup modern konsumen dimana dalam kehidupannya sarat akan penggunaan teknologi dan informasi digital.

Konsumen jenis ini sering melek dengan teknologi baru dan harga bukan pertimbangan utama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya tersebut.

3. Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup sehat adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan. Hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan dan lingkungan yang sehat. Sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang dapat dilakukan untuk memberikan hasil yang baik dan positif. Konsumen dengan gaya hidup sehat senang menggunakan peralatan kebugaran dan olahraga. Konsumen seperti ini senang mengkonsumsi makanan yang sehat dan sangat kritis ketika mengkonsumsi produk.

4. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Konsumen dengan gaya hidup seperti ini, saat ini telah menjadi semacam tren terbaru dalam kehidupan anak muda.

5. Gaya Hidup Hemat

Konsumen dengan gaya hidup yang hemat, adalah konsumen yang mampu berpikir secara ketat terkait dengan pengelolaan keuangan yang dilakukannya. Sebelum mengkonsumsi produk, ia membandingkan terlebih dahulu harga di tempat yang satu dengan di tempat yang lainnya. Ia menganggap bahwa selisih

harga yang penting. Konsumen seperti ini mampu berpikir mana konsumsi yang harus diprioritaskan dan mana konsumsi yang dapat ditunda.

6. Gaya Hidup Bebas

Gaya hidup adalah seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Gaya hidup juga merupakan refleksi dari perkembangan zaman. Pilihan gaya hidup seseorang merupakan pilihan bagaimana dan seperti apa ia menjadi anggota dalam masyarakat. Dewasa ini, gaya hidup bebas sedang marak dikalangan remaja, terutama dikota-kota besar. Gaya hidup bebas tersebut nampak dari pemahaman bahwa yang update adalah yang hidup bebas. Misalnya banyak remaja saat ini yang berpakaian terbuka dan seksi yang bukan merupakan budaya dan gaya hidup orang timur seperti Indonesia. Mereka juga banyak yang tinggal dan hidup bersama namun tanpa ikatan pernikahan yang sakral. Selain itu, banyak hidup dan bergaul dengan mengkonsumsi narkoba. 24 Konsumen seperti ini biasanya menampilkan diri sebagai konsumen yang rendah dalam menggunakan kemampuan kognitifnya.

F. Indikator Gaya Hidup

Menurut Sunarto, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut (Mandey,2009:93):

1. Minat (Interest) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kesukaan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
2. Opini (Opinion) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.
3. Kegiatan (Activity) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

G. 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 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 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 merupakan konfigurasi karakteristik dari individu konsumen dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
- d. 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. 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 menghadapkan 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.

Menurut Amstrong faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga dan kebudayaan (Nugraheni, 2003:15). adapun factor yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat sebagai berikut:

1. Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.
2. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di 1masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
3. Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
4. Konsep diri, faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.

5. Motif perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.
6. Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

H. 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 anantara 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. Terlerna 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 penggunanya 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.

5. Kemudahan Berbelanja

Dengan bermodal ponsel dan data internet, seseorang dapat menghabiskan gaji satu bulan kerja dalam waktu kurang dari satu menit tanpa beranjak dari kursi. Kemudahan bertransaksi yang kini kita rasakan berdampak pula pada intensitas berbelanja masyarakat yang semakin sering. Dulu, untuk membeli satu barang incaran, kita harus berkeliling dari satu toko ke toko lain seharian penuh. Bahkan ada yang menundanya hingga esok hari bila belum puas dan belum menemukan yang pas di hati. Berbeda dengan sekarang, bisa hampir setiap hari jika masih ada saldo tersisa di rekening seseorang menghabiskan waktu dengan berbelanja *online*.

Sedangkan ada beberapa fungsi dari penggunaan aplikasi shopee yang dapat digunakan pengguna aplikasi shopee dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya atau keinginan pengguna aplikasi shopee antara lain:

1. Menjual barang dengan cukup cepat dan dapat dilakukan hanya dalam waktu 30 detik.
2. Memudahkan si penjual dalam memasarkan barang dagangannya dengan fitur foto. Sehingga bisa mengunggah foto barang hingga Sembilan foto. Hal ini dimaksudkan pembeli bisa menilik lebih jeli tentang barang yang akan ia beli.
3. Ada fitur pemberitahuan tentang sistem pembayaran sampai dengan penyelesaian transaksi. Sehingga memudahkan penjual dalam mengecek transaksi jual beli online.
4. Memberi kemudahan dalam memilih produk seperti memilih varian motif, warna hingga ukuran. Jadi jangan khawatir apabila tidak sesuai.
5. Memiliki layanan gratis ongkis atau ongkos kirim.
6. Memiliki layanan terbaru yang bisa digunakan untuk membayar tagihan listrik PLN.
7. Memiliki tampilan yang dikemas menarik dan dapat digunakan dengan mudah walaupun oleh pengguna yang baru.
8. Menghadirkan fitur *Live Chat* yang memudahkan pembeli agar bisa langsung berbicara dengan si penjual untuk bisa bertransaksi atau bernegosiasi. Fitur ini sangat memudahkan pengguna shopee karena mengingat pada situs e-commerce atau aplikasi yang lain yang harus menyimpan nomor telepon terlebih dahulu ketiks ingin bertransaksi.

9. Memiliki fitur tawar menawar yang memungkinkan si pembeli untuk menawar harga.
10. Memiliki fitur berbagi yang lengkap agar dengan mudah menyebarkan info ke berbagai situs media sosial atau aplikasi *messenger*, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Line, Pinterest, Whatsapp.
11. Shopee mengintegrasikan fitur media sosial yang mencakup fungsi hashtag, agar mempermudah pengguna dalam mencari barang atau produk yang sedang populer atau untuk mengikuti tren produk terbaru secara mudah.

I. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya. Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya.

Tabel 2.4: Matrik Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Temuan	Perbedaan
1.	Ida Ayu Mas Laksmi Dewi, Eka Sulistyawati (2016)	PENGARUH GAYA HIDUP DAN SIKAP ETNOSENTRISME TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN	Bahwa sikap etnosentrisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumen belian kosmetik dalam gaya hidup	Berdasarkan penelitian Ida Ayu Mas Laksmi Dewi (2016), maka dapat di tekankan adanya perbedaan dan aspek kebaruan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan tersebut, secara substansial,

				terletak pada objek kajian, dan hasil yang diharapkan. Poin yang lebih khusus lagi adalah penelitian ini berfokus pada dampak gaya hidup Non ASN di Kantor Buapti Gowa
2.	Sari Listyorini (2012)	Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Sehat Sederhana	Adanya perbedaan lokasi penelitian penulis dengan peneliti terdahulu	Adanya perbedaan lokasi penelitian penulis dengan peneliti terdahulu
3	Silvia L.Mandey (2009)	Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga variable gaya hidup, hanya variable opini yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian	Adanya perbedaan lokasi penelitian penulis dengan peneliti terdahulu. Pengaruh gaya hidup yang menyimpulkan dampak dari penggunaan aplikasi shopee.
4	Idfa Rosidah (2016)	Pengaruh Kualitas Informasi, Religiusitas Dan Harga Terhadap Keputusan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel kualitas	Adanya Pengaruh penawaran Diskon saat Live Pada Online Shop Serta Voucher Gratis Ongkir Kesemua Wilayah.

		Pembelian, Produk Dalam Jual Beli Online Pada Mahasiswa Jurusan Muamalah	informasi dan keputusan pembelian sebesar 24,5%. Ada pengaruh secara parsial antara variabel religiusitas dan keputusan Ada pengaruh secara parsial antara variabel harga dan keputusan pembelian.	
5	Kamaludin Muhajirin, (jurnal, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima, 2018)	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA)	Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa STIE Bima.	Adanya perbedaan dari studi kasus yang pada pegawai pemerintahan tentang dampak dari penggunaan aplikasi shopee terhadap gaya hidup.
6	Lenggang Kurnia Intan Devi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya,	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada	Hasil penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee,	Adanya perbedaannya adalah adanya pengaruh diskon dan promo serta pemotongan gratis ongkir dalam pembelian produk di aplikasi shopee.

	2019)	Mahasiswa Di Surabaya)	hal tersebut dibuktikan dengan nilai Fhitung sebesar 83,571 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien determinasi yakni 0,485 yang berarti bahwa keputusan pembelian	
--	-------	---------------------------	--	--

Pada penelitian terdahulu lebih mengarah ke arah keputusan membeli suatu produk atau barang dikarenakan adanya opini yang didapat oleh penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu juga membahas adanya kualitas suatu barang/ produk serta harga yang dipromosikan yang membuat suatu keputusan konsumen untuk melakukan check out suatu barang sedangkan penelitian sekarang penulis lebih fokus kepada bagaimana dampak yang ditimbulkan dan intensitas penggunaan aplikasi shopee terhadap pegawai pemerintahan kabupaten Gowa. Peneliti memfokuskan penelitian ini di karenakan dengan adanya berbelanja online yang membuat para konsumen lebih mudah berbelanja dengan berbagai penawaran yang ditawarkan tetapi masing-masing memiliki dampak yang di timbulkan oleh pengguna aplikasi shopee.

J. Kerangka Konsep

Konsep gaya hidup dan kepribadian sering kali disamakan, padahal sebenarnya keduanya berbeda. Gaya hidup lebih menunjukkan pada bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana menggunakan uang dan bagaimana menggunakan waktunya. Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai gaya hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa ke masa gaya hidup suatu individu atau kelompok Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interest, and opinion). Dan lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Dari definisi-definisi gaya hidup di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan kebiasaan hidup masyarakat, yang dimana waktu luangnya digunakan untuk membuka aplikasi shopee, melihat tawaran-tawaran belanja dan diskon yang ditawarkan membuat pengguna shopee ingin berbelanja.

Tabel 2.5 Skema Kerangka Pikir



Posisi Kantor Bupati Gowa sangat strategis bagi Sulawesi Selatan yang biasa disebut dengan Kota Maminasa, dimana jumlah pegawai Pemerintahan Kabupaten Gowa cukup banyak. Hal ini yang membuat beberapa pegawai untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari harus memiliki waktu untuk melakukan kegiatan berbelanja, seperti mendatangi toko untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Tetapi ada beberapa pegawai yang menginginkan suatu keperluan tidak harus mengunjungi toko atau meluangkan waktu untuk berbelanja diluar jam kantor. Dengan adanya beberapa penawaran belanja secara online yang tanpa harus mengunjungi toko membuat beberapa pegawai

tertarik dan menyukai berbelanja secara online. Salah satu tempat berbelanja online yang disukai pegawai Pemerintahan Kantor Bupati Gowa adalah berbelanja melalui aplikasi shopee. Aplikasi shopee memiliki beberapa penawaran kebutuhan untuk sehari-hari mulai dari produk fashion, produk body care, skin care, alat perlengkapan rumah tangga, perlengkapan rumah tangga dan masih banyak lainnya. Pelayanan informasi yang disediakan oleh aplikasi ini cukup lengkap baik dari aplikasi shopee sendiri yang dapat dilihat dari aplikasi yang telah install melalui android handphone serta informasi dari toko yang lengkap diberikan kepada konsumen atau biasanya bisa melalui chat tersedia di aplikasi shopee antara penjual dengan konsumen yang ingin bertanya tentang produk atau barang yang akan dibeli. Sehingga konsumen bisa mengetahui informasi barang atau produk yang akan dibeli sebelum melakukan check out.