

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Kota Bandung sebagai kota metropolitan dengan akses teknologi yang tinggi memberi banyak kemudahan bagi masyarakat. Salah satu contoh kemajuan teknologi yang dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat adalah *e-commerce*. Platform ini menyediakan kemudahan akses, variasi produk, dan fitur promosi yang menarik konsumen. Namun, *e-commerce* juga mendorong perilaku konsumtif yang cepat, impulsif, dan berbasis tren. E-commerce berfungsi tidak hanya sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai ruang sosial budaya yang mempengaruhi pola konsumsi dan gaya hidup generasi muda.

E-commerce menimbulkan dilema konsumsi antara kebutuhan dan keinginan. Terdapat kecenderungan pada Generasi Z, untuk selalu membeli barang yang diinginkannya. Selain itu, hadirnya *content creator*, promo, juga video iklan yang menciptakan efek persuasi, mendorong Generasi Z yang aktif di media sosial semakin terpapar pada budaya konsumsi yang membentuk cara pandang mereka terhadap kebutuhan dan keinginan. Generasi Z yang ada di kompleks ini merasa bahwa dengan berperilaku konsumtif, Generasi Z dapat merasa lebih puas dan menimbulkan rasa lebih percaya diri. Selain itu, terdapat rasa aman karena adanya perubahan pola pikir dari yang sebelumnya merasa tidak layak dan ragu terhadap dirinya sendiri, menjadi penuh percaya diri dan dapat leluasa menunjukkan dirinya

ke dunia luar. Hal ini menunjukkan bahwa sifat konsumtif dapat menjadi wadah untuk pengekspresian diri yang disalurkan dengan rasa pemuasan hasrat.

Perilaku konsumtif bukan sekedar tentang pemborosan, namun perilaku konsumtif juga dapat menjadi sarana ekspresi diri dan penciptaan citra sosial yang cair dan mudah berubah, dipengaruhi oleh tekanan sosial dan tren terkini. Konsumerisme ini menimbulkan kecemasan dan ketidakamanan psikologis, sehingga konsumsi menjadi strategi adaptasi dalam menghadapi dinamika sosial yang cepat berubah. Kondisi ini berpotensi menyebabkan perilaku konsumtif yang berlebihan, di mana kebutuhan sebenarnya terkaburkan oleh keinginan untuk mempertahankan identitas diri, yang selalu berubah juga didalam kehidupan yang cair ini.

Namun, akses yang mudah terhadap berbagai produk, mendorong perilaku konsumtif yang kadang tidak sejalan dengan kemampuan finansial. Konsumerisme di satu sisi dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, memperluas akses terhadap barang dan jasa, serta membuka peluang usaha baru. Sementara di sisi lain, dapat menimbulkan masalah seperti konsumsi berlebihan, kesia-siaan juga ketidakpuasan. Secara sosial, perilaku konsumtif dapat memicu tekanan psikologis seperti rasa cemas, dan bahkan konflik dalam keluarga, terutama jika pengeluaran yang dilakukan tidak sejalan dengan kondisi ekonomi keluarga.

Hal ini membuktikan bahwa Generasi Z lebih mengutamakan kepuasan instan yang bersifat sementara dan konsumsi berlebihan yang berorientasi pada tren yang cair dan temporer. Konsumerisme juga dapat terjadi karena adanya dorongan oleh kemudahan akses *e-commerce* dan budaya digital. Hal ini menciptakan

identitas diri dan gaya hidup yang menimbulkan dampak psikologis terhadap masing-masing individu yang juga berdampak pada kesejahteraan keluarga..

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diajukan adalah:

1. Bagi Generasi Z

Perlu meningkatkan kesadaran dan literasi keuangan agar dapat mengelola konsumsi secara lebih bijak. Penting untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta menghindari konsumsi impulsif yang berlebihan. Penggunaan fitur pembayaran seperti *paylater* harus dilakukan dengan perencanaan dan pengendalian yang ketat untuk mencegah risiko utang. Dalam pengelolaan keuangan pribadi, membedakan kebutuhan dan keinginan menjadi kunci penting agar konsumsi tidak berlebihan dan keuangan tetap sehat. Kebutuhan harus menjadi prioritas utama yang dipenuhi terlebih dahulu, sedangkan keinginan dapat dipenuhi jika kondisi keuangan memungkinkan setelah kebutuhan dasar terpenuhi. Menunda atau mengelola keinginan dengan bijak membantu menghindari pengeluaran impulsif yang dapat merusak stabilitas keuangan dan memicu stres.

2. Bagi Keluarga dan Orang Tua

Orang tua diharapkan dapat berperan aktif dalam memberikan edukasi keuangan dan membangun komunikasi terbuka dengan anak-anak mengenai batasan konsumsi dan tanggung jawab finansial. Dukungan

keluarga sangat penting untuk membantu generasi Z mengembangkan pola konsumsi yang sehat dan berkelanjutan.

3. Bagi *Platform e-commerce* dan Pemerintah

Platform *e-commerce* dapat menyediakan fitur edukasi dan pengingat anggaran untuk membantu pengguna mengontrol pengeluaran. Pemerintah dan lembaga terkait perlu mengembangkan program literasi keuangan yang menargetkan generasi muda, khususnya di era digital, untuk meminimalisir dampak negatif konsumerisme digital.

5.3 Rekomendasi

Untuk penelitian selanjutnya dan pengembangan kebijakan, direkomendasikan:

1. Penelitian Lanjutan

Melakukan studi yang lebih luas dengan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mengukur dampak konsumerisme digital pada aspek psikologis dan sosial generasi Z, serta hubungan antara konsumsi digital dengan kesejahteraan keluarga secara lebih komprehensif.

2. Pengembangan Program Literasi Keuangan Digital

Mendorong kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan *platform* digital untuk menciptakan program literasi keuangan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumsi generasi muda.

3. Regulasi dan Pengawasan Fitur Pembayaran Digital

Meningkatkan regulasi dan pengawasan terhadap fitur pembayaran seperti *paylater* agar tidak menimbulkan risiko finansial yang besar bagi pengguna muda yang belum memiliki penghasilan tetap.

