

## **Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya**

**Lisa Octaviani (09040564205)**

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

lisaoctaviani1@gmail.com

**Arief Sudrajat, S. Ant, M.Si**

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

ariefsudrajat@unesa.ac.id

### **Abstrak**

Fenomena munculnya online shop menimbulkan perubahan perilaku belanja pada kalangan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. Jumlah online shop yang semakin banyak memunculkan animo mahasiswa untuk lebih memilih belanja secara online. Kemajuan teknologi serta kemudahan dalam mengakses website toko online menjadi faktor pendukung yang melahirkan banyaknya online shop sekarang ini. Sistem belanja secara online berbeda dengan belanja langsung di toko, dalam belanja online pada online shop pembeli tidak bertemu langsung dengan penjual. Pada pembayaran belanja online pembeli harus mentransfer sejumlah uang melalui ATM kepada penjual. Belanja secara online ini dipilih karena memiliki banyak keuntungan bagi mahasiswa. Beberapa keuntungan yang menjadi faktor mahasiswa memilih belanja secara online adalah lebih hemat waktu, model barang yang ditawarkan lebih bervariasi, lebih update tipe barang, serta lebih murah dibandingkan dengan harga di toko.

**Kata Kunci: Online shop, Belanja, Mahasiswa.**

### **Abstract**

The phenomenon of the rise of online shop led to changes in shopping behavior among students at the State University of Surabaya. The number of online shop that raises more and more interest of students to prefer shopping online. Advances in technology and the ease of access to the online store website supporting factors which gave birth to many online shop today. Online shopping system is different from direct spending in stores, online shopping at online shop the buyer does not meet directly with the seller. In online shopping payment the buyer must transfer some money via ATM to the seller. Shopping online is chosen because it has many advantages for students. Some of the advantages that factor into students choose online shopping is more time-efficient, models of goods offered more varied, more update - type stuff, and cheaper compared to the prices in the store.

**Keywords: Online shop, Shopping, Student**

### **PENDAHULUAN**

Kebutuhan akan hidup seiring perkembangan jaman dewasa ini semakin meningkat. Penuhan kebutuhan sangat penting artinya untuk meningkatkan individu selaras dengan lingkungan sekitarnya. Pada dasarnya kebutuhan manusia memang tidak akan pernah ada habisnya, manusia selalu merasa kurang puas terhadap apa yang dimilikinya, bahkan saat keinginannya telah terpenuhi namun tidak sesuai dengan keinginannya. Manusia akan terus berharap untuk mendapatkan lebih.

Kemajuan teknologi saat ini semakin pesat. Dengan perkembangan teknologi membuat internet menjadi salah satu fasilitas media yang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja. Namun internet memunculkan fenomena baru dalam proses jual beli barang. Hanya dengan membuka website para pembeli sudah dapat melihat produk yang ditawarkan. Kemudahan dalam mengakses internet tersebut melahirkan online shop yang saat ini sudah menjadi pilihan alternatif dalam berbelanja. Hal ini membuktikan bahwa saat ini teknologi

telah berhasil memegang peranan penting dan signifikan dalam kehidupan manusia.

Menurut situs [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) Indonesia dari tahun 2000 – 2012 terdapat peningkatan pengguna internet. Hal ini dikarenakan meningkatnya populasi penduduk dan kemajuan teknologi yang semakin pesat. Teknologi tersebut memungkinkan bagi penggunaannya untuk melakukan berbagai macam aktivitas dengan lebih efisien dibandingkan dengan melakukan aktivitas secara konvensional.

Dalam perilaku membeli khususnya pada kalangan mahasiswa telah mengalami perubahan secara belanja. Saat telah muncul cara belanja secara online. Belanja online dapat diakses dengan komputer ataupun handphone. Perubahan perilaku belanja online sedikit banyak telah menggeser nilai sosial yang semula pembeli bertransaksi secara verbal, sedangkan belanja secara online transaksi yang dilakukan hanya melalui komputer atau handphone dengan memanfaatkan fasilitas internet. Dengan memberikan kemudahan semacam ini belanja online semakin digemari karena dianggap lebih hemat waktu dan lebih leluasa dalam memilih barang. Yang akan dibeli. Mahasiswa umumnya meluangkan waktu untuk pergi ke tempat perbelanjaan tidak hanya untuk mencari barang yang diinginkan namun juga untuk mencari informasi barang yang sedang menjadi trend saat ini.

Penggunaan situs jejaring sosial banyak dimanfaatkan oleh para pemilik akun untuk lebih memudahkan dalam proses transaksi online. Pembeli dapat melihat barang yang ditawarkan hanya dengan melihat foto yang ada dalam katalog online. Konsumen tidak harus pergi ke toko, konsumen juga dapat memperoleh lebih banyak informasi tentang produk seperti harga, kualitas, dan ketersediaan barang (stok). Dengan melihat dan mendapatkan informasi konsumen lebih mempunyai kesempatan dan waktu untuk mempertimbangkan kembali keputusan untuk membeli karena dalam online shop konsumen tidak berhadapan langsung dengan penjual.

Respon positif terhadap adanya online shop yang menciptakan peningkatan pengguna jasa jual beli online. Terdapat beberapa situs jual beli online yang dapat dengan mudah diakses misalkan saja, [olx.com](http://olx.com), [tokopedia.com](http://tokopedia.com), [bukalapak.com](http://bukalapak.com), dan masih banyak situs jual beli lainnya. Selain situs internet yang dikenal sebagai situs jual beli online, para pengguna jejaring sosial juga memanfaatkan untuk melakukan jual beli online, misalkan saja facebook, twitter.

Kemudahan dalam mengakses internet dan proses transaksi pembayaran pada online shop turut serta dalam melanggengkan gaya belanja online, transaksi pada belanja online dapat dilakukan dengan mentransfer sejumlah uang. Dengan menggunakan kartu debit pembeli bisa melakukan transfer di ATM. Pada dasarnya memilih barang yang akan dibeli harus sesuai dengan keinginannya, sehingga dengan melihat dan menyentuh barang secara langsung akan mengetahui kondisi barang sebenarnya. Hal ini tentu sangat berbeda dengan belanja secara online.

Dalam penelitian Manik (2010) mengenai kepercayaan konsumen terhadap keputusan belanja pembelian online (online shopping), yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka peneliti ingin memahami Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya.

## **TINJAUAN TEORI**

### **Media massa**

Media dan massa telah menimbulkan era baru dimana bentuk produksi dan konsumsi yang lama telah memberi jalan bagi komunikasi baru. Media merupakan sarana untuk menyebarkan informasi. Media massa sudah berkembang menjadi bagian dari kehidupan manusia. Adanya perkembangan pada media massa tersebut mengindikasikan bahwa perilaku yang konsumtif tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang ada saat ini.

Media massa telah berkembang menjadi bagian dari kehidupan manusia dan tidak hanya berperan sebagai penyebar informasi namun juga sebagai pembawa hiburan.

### **Fenomenologi ( Alfred Schutz)**

Dalam pemikiran Schutz menyebutkan bahwa fenomenologi berarti studi tentang cara-cara dimana fenomena yang kita sadari muncul pada kita, dan cara yang paling mendasar dari pemunculan adalah sebagai suatu aliran pengalaman indrawi yang berkesinambungan yang direimasi melalui panca indera kita.

Schutz memusatkan perhatiannya kepada struktur kesadaran yang diperlukan untuk mengambil suatu tindakan. Motivasi tindakan bagi Schutz dapat digambarkan bahwa kita tidak mungkin secara mutlak memahami motivasi yang lain dalam kehidupan keseharian, motivasi itu hanya untuk memberikan peluang dan pemahaman terhadap yang lain.

Pemahaman secara subyektif terhadap tindakan berpengaruh terhadap interaksi sosial antar individu. Teknologi informasi dalam pengaruh arus globalisasi mengalami kemajuan yang amat sangat pesat. Teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu teknologi yang berfungsi untuk menghasilkan, menyimpan, serta menyebarkan informasi dalam berbagai bentuk media. Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat internet menjadi salah satu media yang tidak hanya untuk berkomunikasi, tapi juga media berbelanja.

Motif yang menjadi tujuan jelas merujuk kepada suatu keadaan pada masa yang akan datang dimana aktor berkeinginan untuk mencapainya melalui beberapa tindakannya.

### **Perilaku Konsumen**

Pemahaman mengenai perilaku konsumen sangatlah penting dalam pemasaran. Menurut Engel (1994) perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini. Terdapat dua elemen penting dari

perilaku konsumen, yaitu (1) proses pengambilan keputusan, (2) kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai dan mendapatkan barang dan jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya yaitu faktor psikologis. Adapun faktor psikologis ini diantaranya yaitu (1) motivasi, adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya, (2) persepsi, adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia, (3) pembelajaran, adalah perubahan perilaku individu yang muncul dari pengalaman, (4) keyakinan, adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu dan sikap yang relatif konsisten dari seseorang atas sebuah objek atau gagasan.

Perilaku konsumen terhadap barang dan jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya selera konsumen, pendapatan, dan harga barang saat kondisi yang lain tidak berubah. Teori konsumen ini didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menjelaskan seseorang dengan pendapatan yang diperoleh, dapat membeli berbagai barang dan jasa sehingga tercapai kepuasan tertentu sesuai apa yang diinginkannya.

Gaya hidup sangat menentukan seseorang untuk memilih barang yang dikonsumsi. Gaya hidup tersebut ditentukan oleh faktor – faktor seperti emosi, kepribadian, motivasi, persepsi, pembelajaran, aktivitas pemasaran, budaya, nilai, demografi, status sosial dan kelompok. Perilaku konsumen adalah suatu gaya hidup atau pola hidup yang dikendalikan oleh keinginan membeli barang – barang yang tidak atau kurang dibutuhkan, selalu merasa tidak puas, bergaya hidup boros dan berlebihan dalam membeli sesuatu untuk memenuhi hasrat kesenangan duniawi.

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek



penelitian misalnya perilaku, tindakan, motivasi. Selain itu digunakan untuk menghasilkan data yang mendalamserta mendapatkan gambaran secara menyeluruh khususnya fenomena perilaku belanja via online sebagai alternatif pilihan konsumsidi kalangan mahasiswa. Penelitian kualitatif dari sisi definisi lainnya dikemukakan bahwa hal itu merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini didasarkan pada dua cara yaitu data primer dan sekunder. Pertama teknik pengumpulan data primer untuk *indepth interview* atau wawancara mendalam dan pengamatan (observasi) yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung situasi, kejadian dan rangkaian kejadian untuk mengetahui belanja online dan perubahan perilaku belanja pada mahasiswa. Sedangkan sumber sekunder atau sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti yang diambil dari sumber artikel terkait.

Analisis data merupakan proses mengatur, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian data. Tahap dari analisis data yakni dengan mencerna seluruh sumber dengan menggunakan pendekatan fenomenologi yakni dengan melakukan observasi langsung ke lapangan guna mengetahui fenomena yang ada dan terjadi dengan responden perilaku individu yang mampu diamati. Kemudian mengamati pertumbuhan, perubahan, dan proses tindakan dalam suatu masyarakat tercipta dan terpelihara dalam kehidupannya. Langkah berikutnya adalah dengan melakukan reduksi data yaitu dengan membuat rangkuman dari hasil pengamatan dan wawancara yang dianggap penting. Langkah terakhir dari analisis data ialah mengadakan pengecekan keabsahan data dengan menggunakan metode triangulasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Media Massa

Media massa telah berkembang dan menjadi bagian dari umat manusia. Media massa mampu mempengaruhi pola

konsumsi dan gaya hidup bagi kalangan mahasiswa. Media massa memposisikan diri sebagai kepentingan kapitalis yang sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau atau tidak mau menghasilkan keuntungan.

Bagi mahasiswa yang sering mengunjungi situs internet tentu telah memahami bagaimana peranan penting dari media massa sebagai sarana untuk menginklankan produk yang dijual di online shop. Mahasiswa merupakan pengguna fasilitas internet yang hampir setiap hari sudah tidak asing lagi dengan teknologi tersebut. Beragam cara telah dilakukan untuk mengakses internet melalui komputer maupun handphone.

Online shop berkembang pesat karena media massa sebagai sarana periklanan dan penyebar informasi tentang produk yang diperdagangkan. Internet khususnya telah memegang peranan penting sebagai fasilitas teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian masyarakat khususnya mahasiswa itu sendiri.

### Fenomena Online shop

Belanja via online pada dewasa ini merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji, mengingat perubahan dan perkembangan di era globalisasi yang semakin maju. Fenomena online shop sudah menyebar di berbagai kalangan.

Perubahan perilaku belanja melalui belanja online dapat dilihat dari banyaknya bisnis online shop yang menawarkan berbagai macam kebutuhan dengan harga yang lebih murah dibandingkan di toko atau mall. Belanja online merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh mahasiswa yang muncul dari dalam diri sendiri. Keinginan terhadap suatu barang yang dapat diakses melalui media online tersebut memunculkan suatu keputusan tindakan yang harus dilakukan.

Kondisi lingkungan yang mendukung mahasiswa untuk mengakses berbagai inovasi atau perubahan di lingkungan sekitar akibat adanya internet. Internet memberikan beragam fasilitas yang sangat memudahkan penggunaannya untuk mengakses

beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna internet dimanjakan oleh beragam fasilitas tersebut. Online shop menjadi topik pembincangan untuk menjalin komunikasi antara mahasiswa satu dengan yang lainnya.

### **Belanja Online Sebagai Alternatif Belanja**

Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat internet menjadi salah satu media yang tidak hanya untuk berkomunikasi, tapi juga media berbelanja. Dengan keterlibatan mahasiswa dalam suatu fenomena tersebut maka mereka akan ikut berinteraksi didalam suatu tindakan. Keputusan mahasiswa untuk berbelanja secara online merupakan suatu tindakan yang dilakukan dari dalam dirinya yang disebabkan dari dalam dirinya maupun dari orang lain.

Jaringan sosial internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan mahasiswa dalam kehidupannya. Kebutuhan dan kewajiban sebagai mahasiswa ialah belajar dan menuntut ilmu sesuai dengan tujuan awalnya.

Belanja dengan cara online memberi manfaat bagi mahasiswa sebagai konsumen antara lain memberikan kemudahan, yang dimaksud dengan kemudahan disini adalah calon pembeli dapat memesan produk tanpa batasan waktu dan dapat memesan dimanapun mereka berada. Konsumen tidak harus ke toko atau pusat perbelanjaan, hanya untuk mencari barang yang diinginkan.

Bagi mahasiswa sebagai konsumen juga dapat memperoleh lebih banyak informasi tentang produk seperti harga, kualitas, kinerja, dan ketersediaan barang (ready atau sold out). Dengan hanya melihat barang konsumen lebih mempunyai kesempatan untuk mempertimbangkan kembali keputusan untuk membeli karena dalam online shop konsumen tidak berhadapan langsung dengan penjual sehingga tidak ada paksaan atau rayuan dari penjual.

### **Motif belanja online**

Terkait dengan masalah yang diangkat oleh peneliti mengenai fenomena belanja online sebagai alternatif pilihan konsumsi perubahan di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, dengan melakukan pengamatan untuk memahami suatu tindakan seseorang mereka mulai dapat membentuk dirinya untuk melakukan tindakan yang dimaksud. Belanja online merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh mahasiswa yang muncul dari dalam diri sendiri. Keinginan terhadap suatu barang yang dapat diakses melalui media online tersebut memunculkan suatu keputusan tindakan yang harus dilakukan.

Motivasi suatu tindakan bagi Schutz dapat digambarkan bahwa kita tidak mungkin secara mutlak memahami motivasi yang lain dalam kehidupan keseharian, motivasi itu hanya untuk memberikan peluang akan pemahaman terhadap yang lain. Banyak hal yang menjadi dasar bagi mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk berbelanja via online. Hal ini didukung dengan semakin mudahnya untuk mengakses internet sebagai sarana media belanja via online.

Faktor yang mempengaruhi para mahasiswa sebagai konsumen yang lebih memilih alternatif untuk berbelanja secara online salah satu diantaranya adalah hemat waktu. Bagi mahasiswa yang memiliki aktifitas yang cukup padat ataupun yang tidak memiliki banyak waktu untuk keluar ke toko ataupun ke pusat perbelanjaan pasti akan lebih memilih alternatif belanja lain yang lebih memudahkan mereka para konsumen dalam mencari barang yang dibutuhkan atau yang dikehendaki.

Bagi para pengguna jasa online shop seperti mahasiswa tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi dan membutuhkan banyak waktu untuk mendatangi toko satu persatu untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Cukup hanya dengan membuka handphone dan menoneksikan akses internet dan membuka website yang dituju, mahasiswa sudah bisa menemukan barang – barang yang dicari untuk kemudian dibeli. Jika barang sudah cocok sesuai dengan kriteria maka pembeli tinggal

membayar sejumlah uang yang telah di informasikan oleh penjual.

Munculnya online shop membuat para mahasiswa merasa sangat mudah untuk mendapatkan barang atau informasi dari online shop tersebut. Barang yang dijual/belikan memang lebih bervariasi. Bahkan tidak jarang para konsumen mendapatkan barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan namun ternyata mempunyai manfaat. Beraneka macam barang kebutuhan rumah tangga, elektronik, dan masih banyak lainnya. Online shop menawarkan barang berbagai model terbaru dan warna yang lebih menarik.

Online shop menawarkan berbagai macam keuntungan yang sangat menarik bagi mahasiswa, sebagian besar online shop menawarkan harga yang jauh lebih murah. Harga yang relatif lebih murah tentu saja menarik minat bagi mahasiswa sebagai pengguna jasa online shop. **Perilaku Konsumen**

Mahasiswa sebagai salah satu pelaku konsumsi dalam pemanfaatan jasa online shop. Bukan tanpa sebab mahasiswa lebih memilih berbelanja secara online. Mahasiswa tidak menyadari bahwa konsumsi yang dilakukan adalah pola pembentukan yang dirancang oleh para produsen yang saat ini memegang peranan penting dalam pertumbuhan online shop.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Perubahan cara belanja menggunakan online shop sedikit banyak telah menggeser nilai sosial yang semula apabila bertransaksi di pasar menggunakan komunikasi secara verbal dalam bertransaksi, sebaliknya berbelanja melalui online shop proses bertransaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar-menawar secara verbal.

Perubahan perilaku belanja melalui belanja online dapat dilihat dari banyaknya bisnis online shop yang menawarkan berbagai macam kebutuhan dengan harga yang lebih murah dibandingkan di toko atau mall. Keuntungan dari berbelanja secara online adalah mahasiswa dapat menghemat waktu yang digunakan

untuk memilih – pilih barang yang akan dibeli, model yang ditawarkan oleh online shop lebih beragam motif dan macamnya, serta harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan ditoko atau di mall.

Para mahasiswa pengguna jasa jual beli online ini dapat dengan mudah melihat pilihan barang dan harga yang akan dibelinya. Keuntungan pembelian secara online ini prosesnya dapat dengan mudah dilakukan cukup dengan membuka web-online shop dengan sambungan internet.

## Saran

Dengan memberikan berbagai kemudahan, belanja online semakin digemari karena dianggap lebih menghemat waktu dan lebih leluasa dalam memilih barang yang akan dibeli diharapkan untuk lebih mempertimbangkan lagi manfaat atau kegunaan barang yang akan dibeli, karena dengan kemudahan yang disuguhkan oleh online shop ini dikhawatirkan akan menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan. Dalam pemilihan barang juga harus lebih diperhatikan dari segi harga, bahan, kualitas agar tidak menimbulkan kekecewaan karena tidak semua online shop memiliki kriteria yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ian Craib. 1986. *Teori – Teori Sosial Modern*. Jakarta. Rajawali
- Irving M. Zeitlin. 1995. *Memahami Kembali Sosiologi*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press.
- Jalaluddin Rakmat, 1975, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Bandung, Remaja Karya
- Madam, Sarup. 2001. *Posstrukturalisme dan Postmodern: Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Jendela.
- Moleong, J Lexy..2006. *"Metode Penelitian Kualitatif"*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.