

Online Shop As New Way In Shopping In Students And Society Of Bangil Subdistrict Of Pasuruan District

Ninik Churniawati

ninikros03@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil

ABSTRAK

The use of the internet increasingly popular in the eyes of the younger generation is no exception students. Students are a part of society that is very close to the problem of information access and internet world, online shop is a form of change that presented by the Internet in terms of innovation in shopping. On every occasion online shop become conversation by some of student, then what about student of STIE Yadika. Online shop provides various facilities in the transaction process whether it makes STIE Yadika students choose to use the online shop or other things that encourage students to choose an online shop as a way of shopping. Goals to be achieved (1) to describe the phenomenon of online shop among STIE Yadika students 2) to know the factors that encourage STIE Yadika students to choose how to shop by using the online shop. This study uses a qualitative method.

Data collection was done by observation, interview and documentation. The method of analysis used is descriptive qualitative analysis method consisting of data collection, data reduction, data presentation and conclusion. The results of this study indicate that the online shop among students STIE Yadika provide various changes to how to spend. The change is not only in terms of shopping patterns but also a very visible change that changes in the use of online shop for some students who tend to always use the online shop as a way of shopping to meet the needs. Online shop has been replacing many conventional shopping model into an online shop. Online shop provides various facilities so that from 8 research subjects proved that 6 of them use online shop to meet the needs of students in using online shop services as a way of spending more emphasized the fulfillment of the need to buy goods such as clothes, bags, shoes and personal needs lainnya. As for the community using online shop services to meet the needs such as: children's needs, clothes and other needs. The use of online shop not only provide convenience but there are problems arising in the use of the disenchantment of students in using online shop services because the desired goods do not match the desired. Authors can advise students STIE Yadika who tend to choose an online shop to meet the needs should be a consideration for all those who use the online shop as a way of shopping for the needs, using a trusted official site and choose high quality goods when making transactions online shop. Online shop provides various facilities in the transaction process therefore it is suggested to the users of online shop services should be more observant use of these services and choose goods that can be used by the function of the goods.

Keywords: Online Shop, internet, innovation, shopping

PENDAHULUAN

Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan perubahan secara signifikan. Jaringan sosial internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan mahasiswa dalam kehidupannya. Kewajiban sebagai mahasiswa ialah belajar dan menuntut ilmu. Perubahan lingkungan sosial juga tatanan kehidupan, mahasiswa mengubah pola hidupnya. Berbagai cara dilakukan mahasiswa untuk tetap eksis di lingkungannya mulai dari pemilihan cara belajar, memilih teman, cara berpenampilan, cara memilih hiburan hingga cara mereka mengekspresikan kreativitas. Mahasiswa mengekspresikan dirinya dengan mencari informasi terkait dengan tatanan kehidupannya dengan menggunakan teknologi internet. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan dalam gaya hidup mahasiswa (Wajdi, 2016a).

Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto hingga berbelanja. Penggunaan internet semakin populer dikacamata para generasi muda tak

terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet, bukan hanya karena tuntutan keilmuan yang mengharuskan mahasiswa untuk selalu mencari informasi terbaru, tetapi juga persoalan tentang berbagai kebutuhan mendasar sebagai manusia di era teknologi. Penggunaan internet sebagai salah satu akses informasi dalam melancarkan berbagai aktivitas mahasiswa (Wajdi, 2016b). Internet digunakan sebagai penghubung ilmu dan mempermudah mahasiswa untuk mengakses berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan keilmuan. Internet juga digunakan instansi dan mahasiswa untuk menyelesaikan bentuk administratif, pengurusan mata kuliah, pengurusan nilai juga hal-hal yang berkaitan dengan akademis kemahasiswaan. Kondisi lingkungan yang mendukung mahasiswa untuk mengakses berbagai bentuk inovasi atau perubahan yang ada 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. Beragam fasilitas yang disajikan oleh internet memberikan warna baru dalam segi belanja. Online shop adalah salah satu fasilitas yang disajikan internet yang memberikan berbagai kemudahan. Kemudahan yang disajikan dalam berbelanja yaitu efisiensi waktu, tanpa harus bertatap muka pelanggan bisa membeli barang yang diinginkan, atukah demikian dengan mahasiswa STIE Yadika yang berminat menggunakan jasa online shop sebagai cara belanja atukah hal lain yang membuat mahasiswa STIE Yadika memiliha cara belanja ini.

Jumlah transaksi jual beli online yang terus meningkat drastis dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa bisnis online akan semakin berkembang, dan diperkirakan trend positif ini akan terus berlanjut selama lima tahun ke depan. Tahun 2016 sudah berakhir. Di awal tahun 2017 ini, Menkominfo merilis data bahwa nilai transaksi online di Indonesia selama tahun 2016 mencapai angka US\$ 4,89 miliar, atau setara dengan Rp. 68 triliun. Angka ini tentunya masih merupakan angka perkiraan, karena menghitung setiap transaksi online di Indonesia bukanlah hal yang mudah. Tapi angka US\$ 4,89 miliar yang didapat selama 2016 ini jauh lebih tinggi daripada jumlah total transaksi pada tahun 2015 yang sebesar US\$ 3,56 miliar.

Peningkatan Jumlah Konsumen Dalam 5 Tahun Terakhir. Tak hanya dalam hal jumlah transaksi, jumlah pembeli online di Indonesia juga meningkat pada 2016 lalu, dan menempati peringkat tertinggi selama lima tahun terakhir ini. Per Desember 2016, terdapat 8,7 juta konsumen yang bertransaksi di toko online, jumlah ini meningkat sangat pesat dibandingkan dengan jumlah konsumen pada tahun 2015 yang hanya sebesar 7,4 juta konsumen. Kemenkominfo memprediksikan bahwa pada tahun 2017, bila melihat dari trend peningkatan jumlah konsumen dari 5 tahun sebelumnya, diprediksikan akan mencapai angka 9,3 juta konsumen. Faktor Pendorong Terjadinya Peningkatan Secara Pesat. Peningkatan jumlah transaksi online dan pembeli yang berbelanja di toko online ini salah satunya dikarenakan terus meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Pada tahun 2014 lalu, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta pengguna. Pada tahun 2015 terus meningkat hingga mencapai 93,4 juta pengguna internet, dan pada tahun 2016 kembali meningkat menjadi 100,1 juta pengguna internet. Target dan Prediksi Bisnis Online Beberapa Tahun Ke Depan. Menkominfo Rudiantara menargetkan, pada tahun 2020 bisnis eCommerce akan menembus nilai hingga US\$ 130 miliar. Sementara menurut eMarketer, penjualan ritel eCommerce di Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 5,29 miliar pada tahun 2017 nanti. Pertumbuhan yang secara signifikan ini tak lepas dari semakin banyaknya 'pemain' asing yang ikut meramaikan bisnis eCommerce di Indonesia karena melihat perkembangan trend di internet yang positif dari tahun ke tahun

Perkembangan online shopping atau belanja online seperti halnya lazada, bukalapak, shopee, tokopedia, dll kini semakin ramai dengan berbagai jenis produk mulai dari fashion, makanan, keperluan rumah tangga, sampai gadget dll. Saat ini diperkirakan jumlah toko online di Indonesia telah berjumlah ratusan. Semakin banyak e-commerce (layanan untuk sarana jual/beli online) yang berkembang di Indonesia membuat banyak perubahan pola belanja masyarakat yang awal bersifat konvensional kini berbelanja cukup dengan memilih produk yang ada di web/blog. Website depkominfo telah mempunyai halaman sistem informasi pemetaan e-commerce Indonesia, namun sistem tersebut belum berjalan sebagaimana mestinya. Beberapa toko online memiliki data web yang selalu terupdate dan memiliki informasi kontak yang jelas. Toko online lainnya ada yang datanya tidak update (informasi terakhir adalah data antara 1 bulan hingga 12 bulan sebelumnya), ada pula yg tidak memiliki informasi kontak secara jelas, dan fitur e-commerce yang tidak lengkap. Toko online sangat identik dengan UMKM, baik dari segi permodalan hingga manajemennya, bedanya hanya medianya saja, UMKM menganut media offline, sedangkan toko online menggunakan cara online. Namun satu hal yang cukup penting adalah belum adanya lembaga yang mewadahi dan mampu melindungi toko online Indonesia. Untuk komunitas toko/bisnis online sendiri ada beberapa yang sudah terbentuk diharapkan dapat menumbuhkan bisnis online di Indonesia.

Perubahan cara belanja dengan menggunakan online shop sedikit banyak menggeser nilai sosial yang semula jika bertransaksi di pasar menggunakan komunikasi secara verbal dalam bertransaksi, sebaliknya jika berbelanja melalui online shop proses bertransaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar atau berkomunikasi verbal. Online shop sama halnya dengan pasar tradisional atau modern yang ada di dunia nyata namun perbedaannya hanyalah pada cara bertransaksi atau proses jual belinya dengan menggunakan jaringan internet. Para pengguna jasa jual beli online dapat dengan mudah melihat pilihan barang dan harga yang akan dibelinya. Keunggulan pembelian secara online ini prosesnya dapat dengan mudah dilakukan cukup dengan membuka web-online shop dengan sambungan jaringan internet.

Pemenuhan kebutuhan melalui online shop untuk sebagian mahasiswa yang selalu menjadikan tanda tanya besar. Apakah dengan online shop mahasiswa merasa mendapatkan kemudahan yang di tawarkan atautkah hal lain yang membuat mahasiswa STIE Yadika memilih cara belanja dengan menggunakan online shop. Mempertimbangkan kondisi lingkungan dan sosial mahasiswa Stie Yadika yang berada di kawasan yang tidak begitu strategis sehingga online shop adalah salah satu pilihan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan atautkah ada hal yang lain yang membuat mahasiswa memilih online shop dalam memenuhi kebutuhan. Penggunaan online shop bagi mahasiswa memberikan perubahan belanja yang semula harus berdesak-desakan di pasar menjadi satu hal yang baru dan praktis. Penulis tergugah untuk lebih jauh mengetahui apa yang melatarbelakangi online shop ini menjadi pilihan belanja mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan. Sehingga dengan berbagai masalah yang akan timbul, penulis mengharapkan adanya kontribusi yang nyata ketika penulis meneliti permasalahan yang berkaitan dengan perilaku mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan fenomena online shop di kalangan mahasiswa STIE YADIKAdan menganalisis faktor yang melatar belakangi mahasiswa memilih online shop dalam mememnuhi kebutuhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Online shop

Belanja online didefinisikan sebagai perilaku mengunjungi toko online melalui media internet untuk mencari, menawar atau membeli produk dengan niat membeli dan mendapatkan produk tersebut. Di Indonesia masih terdapat banyak toko online, dimana transaksi pembayaran masih dilakukan dengan cara non-online, seperti transfer antar bank (Luthfiana, 2014). Online shopping atau belanja online via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet. Sejak kehadiran internet, para pedagang telah berusaha membuat toko online dan menjual produk kepada mereka yang sering menjelajahi dunia maya (internet) melalui berbagai macam media sosial, blog, bahkan web (Alfatris, 2014). Belanja online (online shopping) adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah web browser (Hardiawan, 2013).

Konsumsi

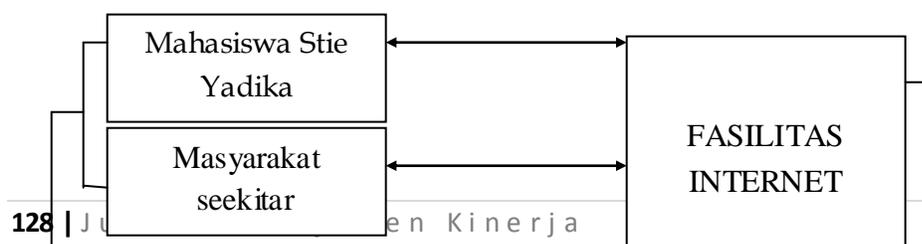
Konsumsi secara umum di maknai sebagai penggunaan, pemanfaatan barang dan material. Secara sosiologi konsumsi memiliki pengertian sebagai pemanfaatan barang dan materi lebih dari daya fungsi yang tujuannya mengacu pada pemanfaatan keinginan, mimpi, komunikasi, dan eksis (nilai prestis). Pada tataran yang nyata konsumsi di kontruksikan sebagai “strategi keinginan” untuk memaksimalkan dunia (kenyataan, sosial, sejarah). Konsumsi di asumsikan sebagai kesenangan melalui adanya pemecahan tekanan maksudnya penerapan sistem nilai baru dan norma sosial, menysikan norma paham suka rela, aksi, keefisien, dan persembahan. Menurut (Soedjatmiko, 2010) konsumsi adalah sekumpulan tindakan sosial, budaya, dan ekonomi yang bersamaan dengan ideology konsumerisme yang digunakan untuk melegitimasik kapitalisme dimata orang banyak. Dengan demikian bila konsumsi merupakan sebuah tindakan, konsumerisme merupakan sebuah cara hidup. Konsumsi merupakan cermin aksi yang tampak, sedangkan konsumerisme lebih terkait dengan motivasi yang terkandung didalamnya

Masyarakat Konsumsi

Masyarakat konsumsi pada zaman modern tidak akan terlepas dengan adanya konsumsi dan konsumerisme yang telah dijelaskan diatas. Bahwa konsumsi dan konsumerisme memberikan dampak yang cukup berpengaruh bagi tatanan kehidupan manusia. Baudrillard (dalam Soedjatmiko 2010:27) bahwa ide mengenai manusia yang memiliki kebutuhan dan “ harus selalu dipenuhi “ melalui konsumsi adalah mitos belaka. Sesungguhnya manusi tidak pernah terpuaskan secara actual, dengan ini, kebutuhan-kebutuhannya pun tak pernah pula terpuaskan. “Ciri masyarakat konsumsi adalah universalitas serba serbi dalam komunikasi massa, maksudnya informasi yang disajikan oleh media dibuat dengan spektakular dan di kemas dengan berbagai tanda dan simbol.

Masyarakat konsumsi merupakan masyarakat pelatihan sosial dalam konsumsi artinya sebuah cara baru untuk bersosialisasi dalam hubungannya dengan munculnya sistem ekonomi pada produktivitas yang tinggi. Masyarakat menjadi ketergantungan akan kelimpahruahan barang ataupun jasa yang diciptakan oleh produsen.

Kerangka berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif diskriptif, merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2011). Penelitian ini mengambil data serta penjelasan mengenai Online Shop Sebagai Cara Belanja Mahasiswa Stie Yadika secara umumnya. Harapannya penulis dapat menemukan jawaban-jawaban permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penulis berinteraksi secara langsung dengan mahasiswa yang terlibat online shop maupun hanya sekedar tahu mengenai online shop dan mengetahui kondisi yang sebenarnya terjadi.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Stie Yadika yang menggunakan jasa online shop dalam pemilihan berbelanja akan tetapi tidak semua mahasiswa Stie Yadika yang akan dijadikan sumber informasi melainkan hanya mereka yang memenuhi kebutuhan data dalam penelitian. Subjek penelitian dimaksudkan untuk memperoleh data yang memang dibutuhkan dalam penelitian ini mengenai informasi tentang online shop sebagai cara belanja di kalangan mahasiswa Stie Yadika. Berikut daftar subjek dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1. Daftar Subjek Penelitian

| o. | Nama | Jenis Kelamin | Semester |
|----|-------------------------|---------------|----------|
| . | Siti Maisaroh | Peremp | 6 |
| . | Akhmad Selamat Rudianto | uan | 6 |
| . | Arinda Sastrawardani | Laki- | 6 |
| . | Niiky Nur Kholifah | laki | 6 |
| . | | uan | |
| . | | Peremp | |
| . | | uan | |

(Sumber: Pengolahan Data Primer, April 2017)

Informan

Informan pendukung dalam penelitian ini diperoleh dari informasi yaitu dari beberapa masyarakat sekitar kampus yang menggunakan online shop, teman kampus mahasiswa yang memakai online shop. Informan dipilih dari beberapa orang yang betul-betul dipercaya dan mengetahui objek yang diteliti secara mendalam, sehingga informan bisa membantu peneliti untuk memberikan keterangan yang dibutuhkan sesuai dengan data yang ada dilapangan

Tabel 2. Daftar Informan Penelitian

| o. | Nama | Jenis Kelamin | Status |
|----|-----------------|---------------|------------|
| . | Sofyan | Laki-laki | Masyarakat |
| . | nurdiansyah | Laki-laki | Orang tua |
| . | Adi santoso | Perempuan | Teman |
| . | Ainun sulfianah | Perempuan | mahasiswa |
| . | Arifatul | | Masyarakat |
| . | khadijah | | |

(Sumber: Pengolahan Data Primer, April 2017)

Pengamatan langsung dilakukan di lingkungan kampus dengan cara melihat, mendengar, mencatat dan penginderaan lainnya. Pelaksanaan observasi dalam penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai dengan Mei 2017 di subjek penelitian, di kampus, juga di tempat kopian yang menyediakan jasa wifi. Observasi ini dilakukan oleh penulis untuk menambah dan melengkapi data yang dibutuhkan oleh penulis. Penulis dapat secara langsung mengamati, melihat, mendengar keadaan langsung yang ada di lapangan. Penulis melakukan pengamatan langsung kepada para pengguna jasa online shop yang merupakan mahasiswa Stie Yadika. Penulis melakukan pengamatan langsung mengenai fenomena online shop sebagai cara belanja mahasiswa yang disebabkan oleh online shop. Kehidupan sosial pada tempat tinggal dan tempat sosial lainnya seperti kampus. Proses observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara a) Melihat dan mengamati sendiri kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana adanya, b) Mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan yang langsung diperoleh dari data yang dilihat. Data yang di peroleh agar sesuai dengan pokok permasalahan yang diajukan, maka dalam wawancara digunakan pedoman wawancara, yaitu berupa pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian. Hal ini

dilakukan dengan tujuan agar menghindari jawaban yang meluas. Pertanyaan dibuat berdasarkan poin-poin permasalahan dalam penelitian sehingga wawancara dapat terlaksana dengan sistematis. Wawancara dalam penelitian dilakukan dalam bentuk wawancara terstruktur dan wawancara bebas. Wawancara terstruktur dilakukan untuk memperoleh gambaran identitas dan latar belakang informan. Pelaksanaan pengumpulan data di lapangan, penulis menggunakan teknik wawancara secara mendalam. Pelaksanaan wawancara tidak hanya akan dilakukan sekali atau dua kali, melainkan berulang-ulang kali dengan intensitas yang tinggi.

Uji keabsahan data dalam penelitian sering ditekankan pada uji validitas. Validitas sangat mendukung dalam menentukan hasil akhir penelitian, oleh karena itu diperlukan beberapa teknik untuk memeriksa keabsahan data yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi (Sugiyono, 2010).

Analisis data dalam penelitian dilakukan secara induktif, yaitu dimulai dari lapangan atau fakta empiris yang diperoleh dengan cara terjun ke dalam lapangan. 1) Pengumpulan data, 2) Reduksi data, 3) Penyajian data dan 4) Pengambilan simpulan atau verifikasi. Komponen-komponen tersebut di atas saling interaktif, artinya saling mempengaruhi dan terkait. Langkah pertama dilakukan penelitian di lapangan dengan mengadakan observasi, wawancara, mengumpulkan dokumen-dokumen yang relevan. Tahap ini disebut dengan pengumpulan data. Pada tahap ini, data yang dikumpulkan sangat banyak, maka setelah itu dilakukan tahap reduksi data untuk memilah-milah data yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini. Data tersebut yang kemudian ditampilkan dalam pembahasan karena dianggap penting dan relevan dengan permasalahan penelitian. Setelah tahap reduksi selesai, kemudian dilakukan penyajian data secara rapi dan tersusun sistematis. Ketiga hal tersebut sudah benar-benar terlaksana dengan baik, maka diambil suatu kesimpulan atau verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Mahasiswa STIE YADIKA Kalirejo Bangil merupakan mahasiswa yang berasal dari berbagai kota yang tersebar di kawasan Jawa Timur serta beberapa dari Bali dan Sulawesi. Tujuan utama para mahasiswa ini adalah untuk menempuh pendidikan. Sebagian besar mahasiswa STIE YADIKA adalah mahasiswa dengan status pekerja yang menuntut ilmu di kota Bangil dan berdomisili di Jawa Timur. Berbagai asal kota yang tersebar di Jawa Timur dan provinsi lainnya memenuhi kursi mahasiswa STIE YADIKA. Beragam latar belakang kehidupan sosial, ekonomi, budaya bercampur menjadi satu dan memberikan warna tersendiri bagi mahasiswa. Pola interaksi mahasiswa STIE YADIKA yang terdiri dari berbagai bahasa yang menyeluruh membuat keanekaragaman semakin nampak. Bahasa Indonesia hingga Jawa dan Madura mewarnai pola interaksi mahasiswa STIE YADIKA. Latar belakang ekonomi setiap mahasiswa juga akan mempengaruhi pola kehidupan dan pembentukan identitas diri di lingkungan. Latar belakang kehidupan yang berbeda antara mahasiswa satu dengan yang lainnya akan mempengaruhi cara mahasiswa berinteraksi dan bersosialisasi di lingkungan sekitar.

Pengaruh lingkungan sekitar atas mobilitas dari satu daerah menuju kota memberikan pergeseran di berbagai aspek. Aspek yang bergeser mulai dari perubahan cara berinteraksi dengan lingkungan hingga pola bersosialisasi di kehidupan sehari-hari. Pola tersebut meliputi cara mahasiswa memilih teman, memilih cara belajar, memilih berpenampilan hingga memilih kegiatan dalam kehidupan sehari-hari. Kampus adalah salah satu tempat dimana mahasiswa

sering menempatkan diri untuk memberikan kesibukan bagi dirinya berkegiatan baik itu hanya untuk sekedar berdiskusi dengan teman atau bahkan berkegiatan untuk kepentingan pribadi.

Fasilitas free hot spot area di tiap kampus dan gedung memudahkan secara integrasi untuk urusan akademis dan memudahkan sivitas di STIE YADIKA untuk melihat perkembangan dunia maya secara up date. Aktivitas mahasiswa STIE YADIKA yang berada di kawasan kampus setiap harinya selalu berlalu lalang untuk memenuhi kepentingan masing-masing. Kegiatan perkuliahan, kegiatan intra kampus hingga kegiatan mahasiswa yang hanya sekedar bertatap muka dan berbincang dengan teman. Mahasiswa memanfaatkan fasilitas wi-fi untuk bergabung di dunia maya. Fasilitas wi-fi yang tanpa bayar alias gratis membuat mahasiswa senang untuk berlama-lama di depan laptop.

Kepemilikan laptop bagi sebagian mahasiswa juga memberikan kemudahan mahasiswa untuk mendapatkan fasilitas internet yang diberikan oleh kampus. Terlihat bahwa setiap harinya dari sore hingga malam dipadati oleh mahasiswa yang sedang mengakses internet, mahasiswa yang ingin mendapatkan kemudahan dalam akses internet.

Internet bagi mahasiswa sudah menjadi bagian dari kehidupan dari informasi mengenai akademis hingga kehidupan sehari-hari selalu berada dekat dengan mahasiswa. Fasilitas internet yang berada di dalam kampus, mahasiswa STIE YADIKA juga sering menggunakan internet di tempat-tempat penyedia internet seperti area warung coffe, tempat makan hingga wifi yang berada di Telkom. Internet bagi sebagian mahasiswa adalah salah satu kebutuhan yang bisa dikatakan kebutuhan sehari-hari.

Profil mahasiswa pengguna online shop

Profil pengguna online shop di Stie Yadika sebagai berikut: 1) Siti Maisaroh adalah mahasiswa STIE YADIKA angkatan 2014 yang menempuh pendidikan di jurusan manajemen. Menempuh pendidikan di STIE Yadika selama 3 tahun lebih. May merupakan mahasiswa dan pekerja. Ia bekerja di sebuah counter HP. Berbagai kebutuhan yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari dapat dengan mudah dipenuhi oleh May dari penghasilannya setiap bulan. May mengaku bahwa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti pakaian, sepatu, tas sebelum mengenal online shop sering membeli di mall dan toko yang sudah menjadi langganan. Sejak awal kuliah May baru mengenal online shop dari berbagai informasi. Selama 3 tahun May selalu menggunakan jasa online shop untuk membeli barang yang dibutuhkan. Online shop memberikan warna baru bagi May dalam melakukan pilihan berbelanja hingga saat ini May mengaku masih menggunakan jasa online shop. 2) Akhmad Selamat Rudianto memperhatikan penampilan baik itu dari pakaian hingga sepatu selalu menjadi perhatian utama bagi Selamat. Kebutuhan seperti pakaian sering dibeli Selamat melalui mall atau distro. Tahun 2015 Selamat baru mengenal online shop dari teman dekatnya. Selamat merasa sangat terbantu ketika menggunakan jasa online shop ini, meskipun kadang adapula kekhawatiran ketika belanja online shop. 3) Arinda Sastrawardani adalah mahasiswa jurusan manajemen yang berasal dari Pandaan. Arin mengaku sangat gemar melakukan transaksi pembelian dengan jasa online shop karena jasa ini memberikan berbagai kemudahan sehingga Arin sampai sekarang selalu melakukan transaksi pembelian dengan menggunakan jasa online shop. Arin juga mengaku bahwa ada peluang usaha baginya untuk mencoba berbisnis dengan berjualan baju dengan media online shop. 4. Niki Nur Kholifah mahasiswa STIE Yadika yang menggunakan jasa online shop untuk berbagai Kebutuhan pribadi seperti baju, tas, sepatu sebelum mengenal online shop Niki membeli dengan cara konvensional dengan membeli lewat toko atau mall. Perkenalan Niki dengan online shop dimulai sejak tahun 2016 pada saat Niki memiliki BlackBerry. Kecintaan Niki terhadap online shop

sampai saat ini karena online shop menurut Niki memberikan kepraktisan bagi penggun jasa tersebut.

Sedangkan profil masyarakat sekitar sebagai berikut : 1) Sofyan Nurdiansyah sebagai seorang wirausaha pakaian selalu menggunakan online shop untuk membeli bahan-bahan yang dibutuhkan dalam usahanya. Selain itu sofyan juga membeli pakaian untuk dijual kembali di tokonya atau sesuai permintaan customers. Sejak tahun 2013 ia dikenalkan online shop oleh temannya. Pasar online yang dikunjungi bukan hanya pasar online dalam negeri tetapi juga pasar online luar negeri. 2) Adi Santoso adalah informan dalam penelitian ini, ia adalah seorang wirausaha pengrajin emas di desanya. Adi menggunakan jasa online shop untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Kebutuhan yang biasanya dibeli adi menjadi kebutuhan rutinitas bulanan seperti: keperluan bayi (susu formula, popok), mainan anak, dan pakaian anak. Adi mengenal online shop dari televisi, adi sangat terbantu dengan adanya online shop karena selain praktis ada banyak diskon di online shop. 3) Ainun Sulfianah merupakan teman mahasiswa yang menjadi informan dalam penelitian ini. Ainun merupakan wanita karier. Ia bekerja di sebuah klinik kesehatan di daerah Bangil. Ainun menggunakan online shop untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan kantornya. Dengan adanya online shop dia bisa mendapatkan harga yang terjangkau karena ada banyak diskon yang ia dapat dengan belanja online dengan menggunakan kartu kredit. 4) Arifatul Khadijah merupakan masyarakat sekitar peneliti dan menjadi informan dalam penelitian ini. Nia adalah pekerja di sebuah perusahaan di kota Bangil. Suami nia merupakan pengusaha proyek yang sukses. Nia memilih online shop sebagai alternative belanja karena praktis. Dengan kesibukannya sebagai seorang pekerja dan sebagai ibu rumah tangga nia yang terbantu dengan adanya online shop.

Fenomena online shop dikalangan mahasiswa

Presepsi mahasiswa tentang penggunaan Online Shop

Pendidikan yang tinggi akan serta merta mengubah pola kehidupan masyarakat. Pendidikan yang tinggi seperti halnya mahasiswa juga akan berdampak pada pola perilaku mahasiswa itu sendiri. Sama halnya dengan pola konsumsi mahasiswa akan berubah sesuai dengan apa yang menjadi bagian dari pola pembentukan nilai dan tatanan sosial yang sering disebut dengan gaya hidup. Mahasiswa akan lebih pintar untuk memilih dan memilah apa yang menjadi kebutuhan konsumsinya. Penggunaan jasa online shop saat ini sedikit banyak mampu mengubah pola cara berkonsumsi mahasiswa, yang pada mulanya mengkonsumsi barang atau jasa adalah suatu kebutuhan yang harus dipenuhi karena berkaitan dengan aktivitas yang sesuai dengan fungsinya namun saat ini berubah atau beralih pada pola untuk membentuk suatu identitas yang didukung oleh objek sekitarnya atau komunitasnya.

Para pengguna online shop melihat hal utama salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan kepuasan atau kesenangan, ketika sudah masuk pada suatu perasaan kepuasan maka sudah menjadi barang tentu segala sesuatu akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan kepuasan tersebut. Hal yang sama dengan pernyataan Siti Maisaroh (23 tahun) sebagai berikut : “Kalau dibandingkan teman-teman saya sedikit lebih boros, karena kadang saya membeli barang yang kurang bermanfaat tapi karena saya suka ya saya beli terkadang barang yang saya beli saya jual kembali”. (Wawancara dengan Siti Maisaroh pada tanggal 12 Juni 2017).

May mengaku bahwa perbandingan yang nampak adalah ketika mengkonsumsi barang lagi trend. Mahasiswa menjadi bagian yang berbeda di dalam suatu masyarakat maka mahasiswa akan merasa senang dan mencapai kepuasan. Mahasiswa akan lebih senang jika dikatakan sebagai bagian dari masyarakat yang berbeda dan membentuk suatu norma sendiri yang

diinginkan. Penggunaan online shop sebagai aktualisasi yang nyata ketika para pengguna online shop mendapat kepuasan baik itu secara lahiriah atau kepuasan secara keinginan. Hal yang sama diungkapkan oleh Selamat (21 tahun) “Sebenarnya membeli di toko bisa, tetapi saya ingin di online, Agar tidak dikatakan ketinggalan jaman dan barang yang saya konsumsi selalu up to date, terkadang saya juga menjual produk mebel bapak d online shop”. (Wawancara dengan selamat pada tanggal 12 Juni 2017)

Mahasiswa memilih untuk memilih membeli online agar tidak dikatakan ketinggalan jaman . Mahasiswa akan merasa lebih nyaman jika mahasiswa dikatakan bagian dari manusia modern. Pembuktian dari manusia modern adalah salah satu cara dengan mengerti terhadap perubahan yang ada seperti perubahan cara berbelanja yang saat ini sering disebut dengan online shop.

Mahasiswa STIE YADIKA semester 6 dengan nama Arinda (26 tahun) menyatakan bahwa dengan mengkonsumsi barang dengan online Arinda merasa puas dan senang. Perkenalan yang singkat dengan online shop sudah menjadi kebutuhan baginya untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Berikut wawancara dengan Arinda: “ Kalau gak beli online rasanya ada yang kurang, udah biasa soalnya. Kadang meskipun tidak beli pasti setiap hari tidak lupa buka web dan hanya sekedar lihat-lihat barang olshop”. (Wawancara dengan Arinda pada tanggal 13 Juni 2017).

Sofyan merupakan masyarakat yang menggunakan online shop. Sofyan selalu menggunakan online shop untuk membeli bahan-bahan yang dibutuhkan dalam usahanya. Selain itu sofyan juga membeli pakaian untuk dijual kembali di tokonya atau sesuai permintaan customers. Sudah 4 tahun ia bergelut di dunia online shop. Pasar online yang dikunjungi bukan hanya pasar online dalam negeri tetapi juga pasar online luar negeri berikut wawancara dengan sofyan:“Belanja di online shop merupakan rutinitas, kadang pernah tertipu tapi itu hanya bagian kecil kisah belanja online shoop”. (Wawancara dengan sofyan pada tanggal 17 Juni 2017)

Pemikiran mengenai sistem baru sebagai perubahan yang terjadi didalam masyarakat terbentuk karena adanya perbedaan keadaan sistem tertentu dalam jangka waktu yang berlainan. Konsep perubahan sosial mencakup tiga gagasan : (1) perbedaan; (2) pada waktu berbeda; (3) diantara keadaan sistem sosial yang sama. Proses perubahan tersebut pada masalah ini adalah perubahan dari segi transformasi teknologi di bidang konsumsi atau pemenuhan konsumsi. Teknologi pada zaman sekarang merupakan bentuk dari suatu perubahan berkonsumsi yang tidak lepas dari sebagian kebutuhan masyarakat. Perubahan cara manusia berkonsumsi adalah salah satu bentuk perubahan perilaku sosial yang membuktikan bahwa manusia adalah mahluk yang dinamis. Presepsi mahasiswa terhadap online shop disadari atau tidak sudah menumbuhkan suatu sikap proaktif. Perubahan teknologi membawa dampak yang secara natural mengubah pola tindakan mahasiswa untuk selalu kritis dan aktif dalam menerima segala bentuk perubahan baik itu perubahan secara fisik maupun secara mental.

Faktor Penyebab Mahasiswa memilih Online Shop dalam berbelanja

Mahasiswa sebagai salah satu pelaku konsumsi dalam pemanfaatan jasa online shop. Mahasiswa menggunakan jasa online shop bukan tanpa sebab, ada faktor pendukung yang menyebabkan mahasiswa menggunakan jasa online shop. Kebutuhan akan berkonsumsi bagi mahasiswa sudah menjadi kebutuhan bukan hanya untuk mengkonsumsi secara manfaat namun konsumsi tatanan nilai baru yang membuat mahasiswa mengkonsumsi barang tersebut. Konsumsi akan runtuh ketika pelaku konsumsi tidak dikelilingi obyek eksternal atau pendukung yang menjadi ekspresi dari kecenderungannya, kekuatannya dan cara pematuhan akan

pemenuhan kebutuhan. Pemikiran mengenai konsumsi masih pada tataran pemenuhan kebutuhan baik barang ataupun jasa, yang didalamnya adanya keikutsertaan keinginan, harapan, tujuan, nilai sosial, efisiensi, kemajuan dan dukungan di sekeliling pelaku konsumsi (sebagian dari objek penelitian mengungkapkan bahwa mereka mengkonsumsi online shop karena ada faktor pendukung dari lingkungan). Faktor-faktor penyebab mahasiswa membeli barang melalui online shop diantaranya sebagai berikut: Pertama Efisiensi Waktu, Online shop bagi sebagian mahasiswa memiliki warna baru untuk memenuhi kebutuhan. Keuntungan yang disajikan dalam online shop adalah efisiensi waktu. Menghemat waktu dalam membeli kebutuhan atau berkonsumsi ini dipilih sebagian mahasiswa dalam memanfaatkan online shop. Mahasiswa yang aktif dalam kegiatan kampus semester 6 ini Siti Maysaroh (23 tahun) berusaha mencari alternatif lain untuk memenuhi konsumsinya dengan menggunakan online shop. May memaparkan keuntungannya dalam menggunakan online shop sebagai berikut: “Aku suka sama online shop karena menghemat waktu, bisa belinya kapanpun, kalau ke mall hanya pas hari libur aja” (Wawancara dengan Ayu N.F pada tanggal 12 Juni 2017)

Kedua Akses yang mendukung, ketika akses mendukung untuk melakukan suatu hal maka sangat mudah untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Asumsi itu juga diperkuat oleh pernyataan Sofyan: “Membeli barang dengan online itu gampang, apalagi kita punya alat untuk mengakses contohnya Android dan Kartu kredit. Tinggal mencari barang yang diinginkan kemudian masuk ke toko online order, bayar, barang sudah sampai rumah”. (Wawancara dengan Sofyan pada tanggal 17 Juni 2017). Keberadaan akses teknologi informasi sangat mendukung kecepatan didalam pengambilan keputusan (A. Alimudin, 2017)

Menurut Sofyan berbelanja dengan menggunakan jasa online shop lebih mudah, barang yang diinginkan dapat dengan mudah didapatkan dan kita hanya menunggu tanpa harus membeli langsung ke toko. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa fenomena online shop bagi mahasiswa maupun masyarakat sudah menjadi hal yang wajar dan umum. Ketika mahasiswa sudah diberikan fasilitas yang memudahkan untuk mengakses segala yang diinginkan mahasiswa akan memanfaatkannya dengan maksimal. Online shop bisa dikatakan sebagai supermarket elektronik, dimana segala macam kebutuhan yang diinginkan dapat dengan mudah di cari dan didapatkan. Hal itu membuat online shop memiliki tempat sendiri di hati sebagian mahasiswa. Visual yang menarik akan membuat mata dimanjakan oleh tampilan awal barang yang disajikan oleh online shop. Barang yang biasanya sulit ditemukan di toko atau di mall dengan menggunakan online shop dapat di cari dengan mudah. Hal ini sejalan dengan penelitian (Arasy Alimudin, 2015) yang menyatakan keberadaan teknologi yang memberikan kemudahan akses pemasaran akan meningkatkan daya saing usaha.

Ketiga Sebagai pemenuhan kebutuhan. Bagi sebagian mahasiswa yang sebagian sibuk dengan bekerja dan kuliah memiliki berbagai macam konsumsi yang harus dipenuhi. Konsumsi tersebut menuntut untuk dipenuhi agar terjadi keseimbangan, namun saat ini konsumsi yang dimaksud bukan lagi sekedar memenuhi kebutuhan yang berfungsi. Konsumsi yang sebenarnya menurut kajian ekonomi adalah mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan, dari kacamata sosiologis konsumsi yang dimaksud bukan hanya sekedar konsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau pemenuhan kebutuhan akan tetapi konsumsi kepuasan dan keinginan.

Kaitannya online shop dengan konsumsi keinginan dan pemenuhan kepuasan adalah pada kondisi dimana online shop sebagai alat untuk melancarkan aksi pemenuhan kepuasan semata. Jika tidak mengkonsumsi barang lewat online maka ada rasa tidak puas pada dirinya. Konsumsi keinginan disini terbukti oleh beberapa pendapat bahwa online shop dapat memberikan

kepuasan bagi sebagai penggunaannya. Namun adapun faktor keinginan disana yaitu dengan menggunakan online maka ia sudah mengkonsumsi kebutuhan.

Online shop merupakan salah satu fasilitas berbelanja di dunia yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Online shop memberikan warna sendiri bagi pemenuhan berkonsumsi. Online shop pada kenyataannya juga memberikan satu nilai yaitu nilai eksistensi diri di lingkungan sekitar. Konsumsi mengekspresikan posisi sosial dan identitas seseorang dalam kehidupan sosial masyarakat terjadi karena telah banyaknya cara untuk memenuhi kebutuhan akan suatu nilai yaitu gengsi. Konsumsi tidak lagi sekedar objek tetapi juga makna-makna sosial yang tersembunyi di baliknya. Konsumsi barang tersebut dapat memberikan makna kepada pelaku konsumsi. Pernyataan Siti Maysaroh mengungkapkan bahwa: Beli barang Online itu sama seperti beli di toko, tapi saya lebih suka online karena ada kepuasan tersendiri. Jaman sekarang kan serba online makanan aja pesen online apalagi kebutuhan fashion, jadi buat saya wajar kalau olshop itu jadi pilihan. (Wawancara dengan Ayu pada tanggal 12 Juni 2017)

Topik perbincangan penggunaan online shop digunakan bagi sebagian mahasiswa untuk tetap ada dilingkungan sekitar. Pengakuan diri terhadap lingkungan sekitar bahwa untuk menjadi bagian dari mahasiswa yang tidak ketinggalan informasi adalah dengan mengkonsumsi online shop.

Mahasiswa tidak sadar bahwa konsumsi yang dilakukan adalah pola pembentukan yang dirancang oleh para produsen yang pada saat ini adalah adanya kelimpahan barang dan jasa juga suatu pola perubahan cara mengkonsumsi barang dan jasa. Bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan yang seharusnya memiliki nilai fungsi namun ada nilai yang di usung dari tindakan konsumsi yaitu konsumsi nilai kepuasan dan kesenangan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa online shop di kalangan mahasiswa Stie Yadika memberikan berbagai perubahan cara belanja. Online Shop sudah banyak menggantikan model belanja konvensional menjadi online shop. Online shop memberikan berbagai kemudahan sehingga dari 8 subjek penelitian terbukti bahwa 6 diantaranya menggunakan online shop untuk memenuhi kebutuhan. Mahasiswa perempuan dalam menggunakan jasa online shop sebagai cara belanja lebih menekankan pemenuhan kebutuhan untuk membeli barang-barang seperti : pakaian, tas, sepatu dan kebutuhan pribadi lainnya. Mahasiswa laki-laki dalam menggunakan jasa online shop dalam memenuhi kebutuhan lebih menekankan pada konsumsi pemenuhan hobi seperti pembelian robot rakitan, alat olahraga dan pakaian yang dibutuhkan, sedangkan untuk masyarakat menggunakan jasa online shop untuk memenuhi kebutuhan seperti: kebutuhan anak, baju dan kebutuhan lainnya. Penggunaan online shop bukan hanya memberikan kemudahan namun adapula timbulnya masalah dalam penggunaannya yaitu adanya kekecewaan mahasiswa atau masyarakat dalam menggunakan jasa online shop karena barang yang diinginkan tidak sesuai yang dikehendaki.

Saran

Saran kepada para mahasiswa STIE Yadika dan masyarakat yang cenderung memilih online shop dalam memenuhi kebutuhan yaitu bahwa online shop memberikan berbagai kemudahan yang instan dalam transaksinya, selain itu juga sebagai bahan pertimbangan sebagian mahasiswa STIE Yadika dan masyarakat sekitar yang membuktikan bahwa online shop juga menimbulkan kekecewaan karena barang yang diinginkan tidak sesuai yang

dikendaki. Kewaspadaan terhadap penggunaan online shop sebaiknya menjadi bahan pertimbangan bagi semua pihak yang menggunakan online shop sebagai cara belanja untuk pemenuhan kebutuhan. Saran yang di berikan kepada para pengguna jasa online shop adalah dengan menggunakan situs resmi yang terpercaya dan memilih kualitas barang yang tinggi ketika melakukan transaksi online shop. Online shop memberikan berbagai kemudahan dalam proses transaksinya oleh sebab itu disarankan kepada para pengguna jasa online shop harus lebih jeli memanfaatkan jasa tersebut dan memilih barang yang dapat digunakan secara fungsi barang tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A. (2015). Peningkatan Daya Saing Produk Konveksi Usaha Kecil Berbasis Iptek Di Desa Tri Tunggal Kecamatan Babat Lamongan.
- Alimudin, A. (2017). Strategic Decision Making Based on Information Systems for Improving the Competitiveness of Small and Medium Enterprises in the Trade Sector of Tourism and Commerce City.
- Wajdi, M. B. N. (2016a). Metamorfosa Perguruan Tinggi Agama Islam. *AT-Taahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 4(1), 92–109.
- Wajdi, M. B. N. (2016b). Monopoli Dagang Dalam Kajian Fiqih Islam. *AT-Taahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 4(2), 81–99.
- Andira, sari chacha, 2015. Skripsi “Perilaku Berbelanja Online Dikalangan Mahasiswa Antopologi Universitas Airlangga”.
- Islamy, daniella putri, 2015. Skripsi “Pengaruh Online Shop Pada Media Social Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan”.
- [Http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping](http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping) (diunduh tanggal 12 Maret 2017)
- Miftah, akbar rizki, 2014. Skripsi “Pengaruh Adanya Online Shop Terhadap Tingkah Laku Konsumen”.
- Ramadani, Bunga, 201. Makalah “Online Shop Dan Media Transmisi Konsumerisme Global”.
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, cetakan kesebelas (Bandung : Alfabeta, 2010)
- Syafuan, ismail, 2012 Makalah Perkembangan E-Commerce Di Indonesia
- Thohiroh, Anisa Qodari, 2015. Skripsi “Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta”.