

PERUBAHAN POLA PERILAKU BELANJA MAHASISWA TERHADAP BUTIK ONLINE DALAM FACEBOOK PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOREJO

Ana Rohyani

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP

Universitas Muhammadiyah Purworejo

anarohyani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan perubahan perilaku belanja dan bagaimana perilaku belanja mahasiswa program studi pendidikan ekonomi UMP sebelum dan sesudah adanya butik *online* serta dampak yang ditimbulkan dari perubahan perilaku belanja. Data diperoleh melalui sumber data primer yaitu mahasiswa program studi pendidikan ekonomi UMP yang menggunakan jasa butik *online*, sedangkan untuk data sekunder berasal dari buku, majalah, koran dan lain sebagainya. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara validitas data menggunakan triangulasi. Analisis data menggunakan model analisis Miles dan Hubberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan pola perilaku belanja mahasiswa adalah faktor intern meliputi kebutuhan, pakaian sebagai penunjang penampilan, pengetahuan mengenai *fashion* dan waktu, sedangkan faktor ekstern adalah *trend*, ekonomi, teman, tempat dan situasi. Perilaku sebelum adanya butik *online* dalam *facebook* biasanya mahasiswa berbelanja di butik, *mall* ataupun pasar. Setelah adanya butik *online* dalam *facebook* perilaku belanja mahasiswa berubah memakai butik *online* sebagai media berbelanja dan mahasiswa menjadi malas pergi. Dampak negative perubahan pola perilaku belanja mahasiswa terhadap butik *online* dalam *facebook* adalah perilaku menjadi konsumtif. Sedangkan dampak positifnya adalah memudahkan mahasiswa dalam berbelanja karena barang yang ditawarkan dapat dilihat langsung melalui *laptop* maupun komputer.

Kata kunci: butik *online*, *facebook*, mahasiswa.

A. PENDAHULUAN

Kebutuhan hidup manusia dapat terpenuhi, salah satunya dengan cara berbelanja. Belanja merupakan kegiatan ekonomi yang lazim dilakukan oleh individu dalam masyarakat. Kegiatan ekonomi ini, melibatkan antara penjual dan pembeli. Penjual adalah orang yang memperjualkan barang atau jasa, sedangkan pembeli adalah orang yang membeli, menggunakan dan menghabiskan barang atau jasa tersebut. Kegiatan ini juga memiliki pola perilaku yang meliputi pola perilaku masyarakat untuk menentukan, membeli, menggunakan, dan

menghabiskan suatu barang atau jasa. Pola perilaku individu tersebut juga dapat mengalami perubahan baik untuk menentukan, membeli, menggunakan atau menghabiskan barang atau jasa tersebut. Perubahan tersebut terjadi seiring dengan perkembangan jaman. Perubahan ini menyangkut seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial politik dan budaya. Perubahan dapat terlihat apabila kita melakukan perbandingan, yaitu perbandingan keadaan masyarakat pada masa lalu dengan masa sekarang. Perbandingan tersebut akan memperlihatkan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat tersebut. "Keadaan masyarakat yang sedang berubah, secara teoritis akan muncul empat kelompok masyarakat. *Pertama*, mereka yang berupaya untuk bertahan dalam mengaktualisasikan nilai-nilai budaya lama dalam kehidupan mereka. *Kedua*, adalah mereka yang cenderung memungut simbol-simbol budaya masyarakat industri maju, sebagai model acuan, secara apa adanya tanpa sempat lagi untuk mempertimbangkan fungsinya dalam kehidupan yang sedang mereka jalani. *Ketiga*, adalah mereka yang mampu memadukan dengan serasi gagasan yang berbeda itu secara fungsional dalam kehidupan mereka. *Keempat*, adalah kelompok masyarakat yang cenderung mengambil secara sepotong-sepotong unsur-unsur budaya lama dan budaya baru secara bersamaan". (Sjafri Sairin 2002:173-174). Perubahan yang saat ini sedang menonjol dalam masyarakat, yang dibawa oleh arus globalisasi adalah perubahan teknologi. Perubahan teknologi, dari teknologi yang sederhana menjadi teknologi yang canggih dan modern memberikan dampak yang besar dalam kehidupan masyarakat. teknologi adalah sebuah alat yang diciptakan manusia dengan tujuan untuk membantu mempermudah pekerjaan manusia atau memenuhi kebutuhan manusia itu sendiri.

Salah satu manfaat teknologi untuk kebutuhan hidup sehari-hari adalah sebagai media komunikasi. Media teknologi informasi yang sering digunakan dalam masyarakat adalah media internet. Internet menawarkan berbagai macam cara untuk berkomunikasi mulai dari *e-mail*, *web cam*, *chatting*, *twitter* dan yang

paling digemari masyarakat adalah *facebook*. *Facebook* adalah *website* jejaring sosial dimana semua orang dapat bergabung dalam komunikasi ini untuk berinteraksi dengan orang lain tanpa mengenal batas ruang dan waktu. Pengguna *facebook* di Indonesia tumbuh begitu cepat dan saat ini menempati urutan pertumbuhan tercepat kedua di dunia dari sisi jumlah pengguna. Pengguna *facebook* berubah fungsi dari sebagai alat komunikasi menjadi alat untuk mendapatkan keuntungan ekonomi. Salah satu bisnis *online* yang memanfaatkan *facebook* adalah *butik online*. *Butik online* merupakan toko yang memanfaatkan media internet untuk menawarkan barang berupa pakaian eksklusif yang modern sesuai dengan *trend* yang ada, khususnya pakaian wanita. Kemudahan yang ditawarkan dengan membuka usaha *butik online* ini adalah tidak memerlukan modal besar, dan bagi konsumen dengan adanya *butik online* mereka tidak perlu pergi mencari barang yang mereka suka, hanya tinggal *browsing* barang yang mereka cari. Masalah yang timbul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan perilaku belanja terhadap *butik online* dalam *facebook* pada mahasiswa program studi pendidikan Ekonomi UMP. (2) Bagaimana perilaku belanja mahasiswa sebelum adanya *butik online* dalam *facebook* pada mahasiswa program studi pendidikan Ekonomi UMP. (3) Bagaimana perilaku belanja mahasiswa setelah adanya *butik online* dalam *facebook* pada mahasiswa program studi pendidikan Ekonomi UMP. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka peneliti bertujuan untuk mengetahui Mengetahui faktor-faktor penyebab perubahan perilaku belanja mahasiswa program studi pendidikan ekonomi UMP terhadap *butik online* dalam *facebook*, Mengetahui perilaku belanja yang terjadi pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi UMP sebelum dan sesudah adanya *butik online* dalam *facebook* dan Mengetahui dampak yang di timbulkan dari perubahan perilaku belanja mahasiswa setelah adanya *butik online*. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu oleh: (1) Fahma Fitroti, dengan judul “ Situs *Facebook* Sebagai Media Jejaring Sosial Mahasiswa

Pendidikan Sosiologi UNY". Menyimpulkan bahwa mahasiswa menggunakan *facebook* sebagai media komunikasi. (2) Ifati Fadiliana Sari, dengan judul "Perubahn Pola Perilaku Belanja Masyarakat Pada Pasar Tradisional Pasca Berdirinya Solo Grand Mall Di Kelurahan Penumping Kota Surakarta. Menyimpulkan bahwa terdapat perubahan dalam perilaku belanja masyarakat.

B. METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di kampus universitas muhammadiyah purworejo. Teknik sampling dilakukan dengan cara *snowball sampling* maka yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi pendidikan ekonomi UMP yang menggunakan butik *online*.metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif model interaktif sebagaimana diajukan oleh Miles dan Huberman yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verivikasi.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis deskripsi dari wawancara dan observasi yang telah dilakukan, diperoleh data dari beberapa mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UMP menunjukkan bahwa:

1. Perubahan perilaku belanja setelah adanya butik *online* di *facebook* di kalangan mahasiswa disebabkan oleh faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern yang menyebabkan perubahan perilaku belanja adalah kebutuhan mahasiswa terhadap barang yang akan dibeli, pakaian sebagai penunjang penampilan dan pengetahuan yang dimiliki mahasiswa mengenai *fashion* yang sedang berkembang serta waktu yang dimiliki mahasiswa untuk berbelanja. Faktor ekstern yang menyebabkan perubahan adalah *trend* pakaian yang sedang berkembang, kondisi ekonomi mahasiswa, situasi yang dialami mahasiswa dan tempat belanja untuk membeli barang yang diinginkan. Setelah adanya butik *online* di *faceboo*, perilaku belanja mahasiswa berubah, dari membeli dengan

mengunjungi tempat menjadi membeli melalui dunia maya. *Facebook* yang umumnya digunakan sebagai media komunikasi menjadi berubah manfaat bagi mahasiswa sebagai media untuk mencari barang yang sesuai dengan *trend* yang ada. Butik *online* memberikan kemudahan dan menghemat waktu bagi pelanggannya walaupun barang yang akan dibeli tidak dapat dilihat secara nyata. Mahasiswa tertarik dengan butik *online* karena model pakaian, harga barang yang ditawarkan dan kepraktisan yang diperoleh dengan membeli barang yang diperoleh melalui butik *online*.

2. Perilaku mahasiswa sebelum adanya butik *online*, biasanya mahasiswa berbelanja di butik atau pusat perbelanjaan seperti pasar dan *mall*. Ketertarikan mahasiswa membeli barang di tempat tersebut adalah diskon atau potongan harga yang diberikan dan potongan model pakaian yang ada serta harga dan kualitas dari barang tersebut. Mahasiswa pun menilai kekurangan dari tempat perbelanjaan tersebut seperti butik tempatnya yang terlalu sempit dan di *mall* atau pasar barang yang dijual biasanya pasaran. Kelebihan dari tempat berbelanja tersebut di *mall* biasanya tempatnya yang luas tempat dijadikan tempat nongkrong sedangkan butik memiliki kelebihan dalam barang yang dijual memiliki *stock* yang sedikit sehingga tidak pasaran.

3. Dampak positif dari perubahan pola perilaku belanja mahasiswa adalah memudahkan mahasiswa dalam berbelanja, menghemat waktu yang dimiliki mahasiswa dan menghemat biaya yang dikeluarkan oleh mahasiswa sedangkan dampak negatif yang muncul akibat perubahan pola perilaku belanja mahasiswa terhadap butik *online* dalam *facebook* adalah perilaku mahasiswa yang menjadi konsumtif, mahasiswa menjadi lebih mementingkan penampilan untuk menunjang kepercayaan diri dengan mengikuti *trend* yang sedang berkembang dan mahasiswa menjadi menginginkan segala sesuatu yang mudah dan praktis. Kesimpulan yang dapat diambil adalah "Mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya mengalami perubahan dalam perilaku belanja. Hal ini dapat terlihat dari kebiasaan pembelian yang dilakukan mahasiswa. Dari pembelian barang di

tempat perbelanjaan seperti butik, *mall*, dan pasar menjadi beralih berbelanja dibutik *online*". Saran yang dapat diberikan yaitu (1) Bagi mahasiswa harus menerapkan pola hidup sederhana dan dengan perubahan perilaku belanja yang dialami diharapkan tidak memberikan efek negatif bagi gaya hidup mahasiswa sehingga tidak terjerumus pada perilaku konsumtif yang memboroskan uang dan tidak memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat. (2) Bagi orang tua harus memberikan contoh gaya hidup yang sederhana bagi anaknya, dan orang tua diharapkan memberikan pengawasan dan bimbingan kepada anaknya terkait penggunaan uang saku sehingga tidak terjebak pada perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- James F. Engel, dkk. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Tangerang: Bina Rupa Aksara.
- James F. Engel, dkk. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Tangerang: Bina Rupa Aksara.
- Moleong, Lexy. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sugiono. 2010. *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Usman, Husaini, dkk. 1995. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widoyoko, S Eko Putro. 2012. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.