

**Pengaruh Promosi Digital Dan Kemudahan Berbelanja Melalui Shopee
(Marketplace) Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Jepara**

Oleh : Vicka Putri Na'ila
Pembimbing : Zaenal Abidin,S.Pd

Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jepara

Abstrak

Shopee menjadi salah satu Marketplace yang banyak menjadi rujukan untuk berbelanja online. Cara belanja di shopee yang mudah dan cepat serta banyaknya promosi membuat banyak masyarakat senang bertransaksi di Marketplace. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh promosi digital dan kemudahan berbelanja melalui marketplace (shopee) terhadap perilaku konsumtif masyarakat Jepara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdesain deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif sehingga data yang dihasilkan adalah berupa kata dan kalimat. Data yang diperoleh melalui teknik wawancara. Hasil dari penelitian ini yaitu dengan adanya promosi digital dan kemudahan dalam berbelanja melalui Marketplace Shopee perilaku konsumtif masyarakat Jepara menjadi meningkatkan.

Kata Kunci: Promosi Digital, Shopee, Perilaku Konsumtif

Latar Belakang

Saat ini kita sudah memasuki era modernisasi dimana semuanya sudah canggih teknologi dan informasi berkembang begitu pesat sehingga mampu memperluas jaringan dunia tanpa batas tanpa halangan apapun. Semua orang bisa dengan mudah bertukar ide, berkomunikasi, dan melakukan transaksi baik dalam negeri maupun diluar negeri. Menurut CNBC Indonesia pada Januari 2021, menyatakan bahwa penggunaan

internet di Indonesia sebanyak 202,35 juta pengguna atau setara dengan 76,8%. Adanya angka tersebut dipresentasikan bahwa penggunaan internet di Indonesia semakin terintensif termasuk di Kota Jepara. Di Jepara cukup lah banyak dalam penggunaan internet baik di kalangan anak-anak remaja, dewasa maupun lansia. Hal itu membuat masyarakat Jepara mencoba memanfaatkan peluang untuk menggunakan Marketplace.

Menurut KOMPAS.com marketplace merupakan platform dimana penjual berkumpul dan bisa menjual barang atau jasa ke pelanggan meski tanpa bertemu secara fisik. Perusahaan marketplace menyediakan platform bertemunya penjual dan pembeli dimana pembeli bisa melihat produk apa saja yang dijual, lalu perusahaan marketplace mengambil keuntungan melalui komisi dari setiap penjualan. Platform dalam marketplace bisa berbentuk website maupun aplikasi. Semua operasional marketplace, termasuk pengelolaan website hingga metode pembayaran difasilitasi oleh perusahaan penyedia marketplace. Adapun di Indonesia terdapat beberapa marketplace yang dapat kita jumpai antara lain Blibli.com, Bukalapak.com, Tokopedia.co, Lazada.com, Zalora.com, Shopee dan lain sebagainya. Salah satu aplikasi yang sering digunakan masyarakat Jepara adalah aplikasi Shopee. Shopee yaitu situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited (sebelumnya dikenal dengan nama Garena), yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama

kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil, menjadikannya negara pertama di Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee.

Menurut We Are Social & Hootsuite (2019:49) pada Q1 2019 aplikasi Shopee adalah aplikasi yang menempati ranking 2 teratas pengguna terbanyak di Indonesia. Menurut situs iprice.co.id (2020) pada Q2 2020 Shopee merupakan situs toko daring dengan jumlah pengunjung website terbanyak dengan total pengunjung web bulanan sebanyak 93.440.300. Shopee menjadi salah satu Marketplace yang banyak menjadi rujukan untuk berbelanja online. Cara belanja di Shopee yang mudah dan cepat membuat banyak masyarakat senang bertransaksi di Marketplace ini. Selain kemudahan yang diberikan, di Shopee juga banyak promo dan berbagai layanan konsumen lainnya yang paling sering digunakan yaitu promo gratis ongkir dan layanan pembayaran Shopee.

Dari beberapa pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kemudahan dalam berbelanja mengakibatkan masyarakat menjadi lebih cenderung berperilaku konsumtif mereka ingin selalu berbelanja walaupun itu sifatnya hanya keinginan bukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Setiaji dalam jurnal Uswatun Hasanah menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berkenaan dengan penggunaan Shopee (Marketplace) oleh masyarakat Jepara menunjukkan bahwa harga yang lebih murah menjadi alasan utama masyarakat membeli kebutuhan secara online. Adapun populasi yang menjadi sasaran subjek dalam penelitian ini adalah Masyarakat Jepara.

Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh promosi digital dan kemudahan berbelanja melalui marketplace (shopee) terhadap perilaku konsumtif masyarakat Jepara?

Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan pengaruh promosi digital dan kemudahan berbelanja melalui marketplace (shopee) terhadap perilaku konsumtif masyarakat Jepara.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam Penelitian ini berdesain deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif sehingga data yang dihasilkan adalah berupa kata dan kalimat.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jepara. Sample dalam penelitian ini akan mengambil beberapa masyarakat di Jepara untuk dijadikan sebagai subjek. Pengambilan sample ini dilakukan menggunakan teknik sample random sampling, yaitu di mana responden dipilih oleh peneliti secara acak.

Peneliti akan melakukan pengumpulan data dari responden

dengan menggunakan instrumen wawancara. Menurut Amir Hamzah wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan peneliti kepada subjek penelitian wawancara dapat dilakukan dengan cara tatap muka langsung dapat juga dilakukan dengan memanfaatkan media komunikasi seperti e-mail, telepon dan lain-lain sebagainya.

Kajian Pustaka

Promosi digital adalah metode promosi suatu produk atau jasa dengan menggunakan media digital. Dalam dunia bisnis, pemasaran memiliki peran yang cukup krusial. Strategi pemasaran yang tepat tentu akan berpengaruh positif terhadap kemajuan bisnis itu sendiri. Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009:47) Digital Marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial.

Shopee adalah situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited, yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali

diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina.

Menurut Anggarsari, perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang tidak mendasari pembelian dengan kebutuhan namun juga semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros.

Pembahasan

Wawancara pertama kepada saudara Dika dia adalah seorang guru les ia mengucapkan bahwa dengan adanya aplikasi Marketplace seperti Shopee sangat membantu nya untuk memenuhi kebutuhan nya. Kebutuhan yang selalu di beli melalui Marketplace yaitu seputar fashion walaupun awalnya dia ragu tapi lama kelamaan dia menjadi ketagihan. Dia juga menegaskan bahwa pakaian yang di belinya bukan sekedar kebutuhan namun ada satu nilai yaitu agar ia tetap exsis dan update terkait model pakaian.

Wawancara ke dua yaitu dengan saudara Sania ia seorang Mahasiswa. Ia mengungkapkan bahwa dengan adanya promosi digital yang ada di Marketplace membuat nya menjadi boros. Ia sering membeli barang yang tidak penting karena tergiur dengan adanya promosi dan harga murah ia membeli barang tanpa berpikir panjang entah itu berguna atau tidak.

Wawancara ke tiga yaitu kepada saudara Nika ia seorang ibu rumah tangga. Ia mengungkapkan bahwa dengan adanya aplikasi Marketplace Shopee sangat membantunya dalam membeli barang-barang yang ia marketplace merupakan platform dimana penjual berkumpul dan bisa menjual barang atau jasa ke pelanggan meski tanpa bertemu secara fisikbutuhkan seperti barang-barang rumah tangga. Alasan ia membeli barang-barang rumah tangga di aplikasi Marketplace Shopee adalah karena harganya terjangkau apalagi ketika ada promo-promo menarik ia pasti akan membeli produk-produk tersebut lebih banyak.

Wawancara ke empat yaitu kepada saudara Anifah ia seorang

orang ibu rumah tangga sekaligus penjual online. Ia mengungkapkan bahwa aplikasi Shopee menjadi salah satu Marketplace yang banyak menjadi rujukan untuk berbelanja online. Marketplace Shopee sangat membantu nya dalam berjualan online karena dengan harga nya yang terjangkau juga menghemat waktu. Ia juga sering berbelanja untuk kebutuhan nya sendiri ketika ada promo-promo menarik dengan harga yang murah namun dengan kualitas barang yang bagus.

Wawancara ke lima atau yang terakhir yaitu seorang siswa SMA. Ia mengatakan bahwa dengan seringnya ia melihat produk penjualan di media sosial membuatnya tertarik membelinya. namun ia berusaha selektif dalam membeli barang agar tetap terkontrol.

Dari beberapa hasil wawancara di atas terbukti bahwa adanya promosi digital dan kemudahan berbelanja melalui Marketplace sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Jepara. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nya yaitu dapat memenuhi kebutuhan secara mudah dan efisien harga

terjangkau kualitas barang terjamin dan tidak mengecewakan.

Simpulan

Promosi digital adalah metode promosi suatu produk atau jasa dengan menggunakan media digital. Marketplace merupakan platform dimana penjual berkumpul dan bisa menjual barang atau jasa ke pelanggan meski tanpa bertemu secara fisik. Adanya promosi digital dan kemudahan berbelanja melalui Marketplace sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Jepara. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nya yaitu dapat memenuhi kebutuhan secara mudah dan efisien harga terjangkau kualitas barang terjamin dan tidak mengecewakan. Sebaiknya kita perlu memilah dan memilih kebutuhan apa saja yang harus kita beli. Kita boleh memanfaatkan promosi yang ada namun harus tetap memperhatikan antara kebutuhan dan keinginan yang harus kita penuhi.

Daftar Pustaka

Anggarsari. 1999. *Hubungan Tingkat*

Perilaku Religius Dengan

Konsumtif. Jurnal Psikolo

gi. No 4, tahun 1999.

Hamzah, Amir. (2019). *Metode*

Penelitian dan

Pengembangan

Research

& Development.

Malang:

Literasi Nusantara.

Kompas.com. (2022). *Apa itu Marketplace dan Bedanya dengan Toko Online maupun E-commerce.* Diakses tanggal 18 Februari 2022. dari <http://money.kompas.com>read>

Novina Putri Bestari, CNBC Indonesia. (2022). 76,8% Warga RI sudah Pakai Internet, tapi banyak PR-nya. Diakses tanggal 18 Februari 2022. Dari <http://www.cnbindonesia.com>tech>

Sanjaya, R. Josua Tangiran. (2009). *Creative Digital Marketing Teknologi Berbayar Murah, Inovatif dan Berdaya Hasil Gemilang.* Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Vivin Dian Devita, (2022). *Report Peta Persaingan E-commerce Indonesia Q4 2020.* Diakses

tanggal 19 Februari
2022. Dari
<http://iprice.co.id>>trend
>insights.

We Are Social & Hootsuite. (2021).
*Analisis Pengaruh
Harga, Kemudahan
Penggunaan, dan
Ulasan Konsumen
Daring terhadap
Keputusan Pembelian
pada Market Place
Shopee. Jurnal INOBIS,*
4 (4), 548.