

DAMPAK APLIKASI SHOPEE TERHADAP PERILAKU KOMSUMTIF SISWA MTsN 1 JEPARA

**Oleh : Faridatun Nikmah
Pembimbing : Lia Leliana, S.Pd.**

Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jepara

Abstrak

Belanja online merupakan perubahan cara berbelanja yang baru dan memberikan berbagai kemudahan. Yaitu dapat memudahkan dalam memenuhi kebutuhan tanpa harus keluar rumah sehingga dapat memberikan efisiensi waktu. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguraikan pengaruh e-commerce terhadap minat beli pada pelanggan.

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 e-commerce shopee ini dapat menambah minat belanja oleh para pelanggan. Tingginya minat beli pelanggan terhadap e-commerce dipengaruhi oleh beberapa faktor.

kata kunci : Dampak e-commerce shopee, minat beli, pelanggan

Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia sekarang sangat pesat, salah satunya dengan melakukan belanja dan berbisnis secara online. Onlineshop semakin berkembang melalui internet seperti website, dan media sosial, bahkan smartphone saat ini semakin marak digunakan oleh masyarakat. Dengan

menggunakan smartphone, masyarakat semakin mudah untuk mengakses internet termasuk melakukan transaksi jual beli online.

Shopee merupakan salah satu aplikasi untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet, sehingga pengunjung shopee dapat melihat barang-barang di toko tersebut secara online. Konsumen bisa melihat

barang-barang berupa gambar maupun video. Aplikasi shopee bisa dikatakan sebagai tempat penjualan yang sebagian besar aktivitas nya berlangsung secara online.

Dahlia Krisnamurti menyebutkan beberapa alasan yang menyebabkan onlineshop semakin diminati oleh masyarakat antara lain :

- (1) Harganya lebih murah dibandingkan dengan harga di toko offline;
- (2) Gratis ongkos kirim, karena berbelanja shopee dapat dilakukan hingga kota bahkan negara yang berbeda sekalipun, sehingga dikarenakan ongkos kirim hingga barang sampai di tangan konsumen;
- (3) Suasana tenang saat berbelanja. Konsumen diberikan ketenangan ketika memilih onlineshop dan barang yang akan dibeli tanpa khawatir toko akan tutup;
- (4) Menghemat biaya transportasi karena tidak perlu ke toko;
- (5) Menghemat tenaga dan waktu karena tidak perlu berdesak-desakan di toko;

- (6) Nyaman walaupun berbelanja pada malam hari.

Selain aplikasi shopee, pebisnis juga sering menggunakan media sosial seperti Instagram. Penggunaan Instagram dapat dikatakan efektif bagi pemilik onlineshop karena memungkinkan untuk melakukan promosi dan penjualan yang menjangkau calon pembeli secara luas, tidak terbatas oleh jarak dan waktu, karena pada dasarnya, Instagram merupakan aplikasi yang diperuntukkan untuk berbagi foto.

Berbelanja secara online saat ini sudah menjadi trend modern yang dinikmati oleh sebagian besar orang, karena mampu menjadi daya tarik masyarakat khususnya para remaja. Dengan adanya perkembangan teknologi saat ini, khususnya pada bidang e-commerce yang semakin canggih, mengakibatkan perilaku konsumtif terhadap bisnis online, yang dimana konsumen semakin boros karena membeli barang-barang secara berlebihan dengan dalih murah.

Disamping keunggulan yang dimiliki, ada beberapa kelemahan dari onlineshop seperti adanya jeda

waktu antara pembayaran dan pengiriman produk, kita tidak dapat mencoba barang yang kita pesan sebelum membelinya, dan kita tidak dapat memeriksa barang yang kita pesan sebelumnya misal apakah terdapat kerusakan atau tidak.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang terjadi pada konsumen khususnya siswa MTsN 1 Jepara, maka penting untuk meneliti lebih jauh mengenai perilaku konsumtif dalam berbelanja online melalui aplikasi shopee.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana perilaku konsumtif dalam berbelanja online melalui aplikasi shopee pada siswa-siswi di MTsN 1 Jepara?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara online yang pernah dilakukan oleh siswa MTsN 1 Jepara?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumtif dalam berbelanja online melalui e-commerce berupa shopee pada siswa di MTsN 1 Jepara.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang menghasilkan penelitian berupa kata-kata tertulis dari berbagai sumber.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah study pustaka yang dilakukan dengan mencari referensi dari artikel penelitian di situs website yang terpercaya.

*** Kajian Pustaka**

Pada zaman modern manusia bersaing untuk menampilkan gaya hidup terbaiknya, untuk memenuhi kebutuhan serta gaya hidupnya manusia senantiasa menggunakan teknologi dan internet untuk memperoleh suatu hal demi memenuhi apa yang diinginkan. Kebutuhan manusia pun berbeda-beda, tentunya untuk memenuhi kebutuhan, manusia senantiasa memperoleh suatu barang dengan

berkunjung ke tempat-tempat yang menyediakan pemenuh kebutuhan tersebut. Adapun teknologi yang berkembang sangat pesat, membuat manusia memperoleh kebutuhan dengan cara yang mudah melakukan transaksi online melalui aplikasi belanja online. Aplikasi belanja online tentunya dapat memudahkan manusia dalam memperoleh kebutuhan serta gaya hidupnya tanpa perlu berinteraksi tatap muka dengan produsen, kita sebagai konsumen hanya perlu memesan kebutuhan melalui telepon genggam dan bayar menggunakan uang elektronik. Namun, seiring berjalannya waktu aplikasi belanja online pun menjadi hal yang sangat sensitif karena banyak manusia yang menggunakan aplikasi belanja online untuk memenuhi keinginan bukan memenuhi kebutuhan.

Aplikasi yang saat ini tengah menjadi sorotan dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu aplikasi Shopee, banyaknya program yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee membuat masyarakat mengunduh dan menggunakan aplikasi Shopee sebagai alternatif seseorang dalam

membeli suatu barang di toko online. Shopee adalah aplikasi mobile berbasis e-commerce (pembelian dan penjualan online) yang berkembang di Indonesia.

Aplikasi Shopee didirikan di Singapura pada tahun 2015 dan kemudian memperluas jangkauannya ke negara lain, seperti Malaysia, Thailand, Indonesia, Vietnam dan orang Filipina. Karena Shopee merupakan salah satu mobile berbasis e-commerce di Indonesia, tentunya menyediakan pembelian dan penjualan online yang menyenangkan, gratis dan terpercaya melalui handphone. Aplikasi Shopee menawarkan pendaftaran produk jualan dan fitur berbelanja dengan berbagai penawaran menarik. Dengan lahirnya aplikasi Shopee, banyak orang telah menjual berbagai produk, membeli berbagai produk, menggunakan Shopee untuk belanja aman, menemukan rekomendasi produk, mengembangkan bisnis, dan berbagi kebahagiaan.

Berdasarkan iPrice, (Kuartal I tahun 2021) bahwa aplikasi Shopee menjadi aplikasi belanja online yang paling banyak digunakan sejak tahun 2015 oleh masyarakat Indonesia

guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan jumlah pengguna saat ini mencapai 127,4 juta orang. Seperti yang sudah dipaparkan mengenai latar belakang penelitian bahwa pada saat ini ekonomi Indonesia semakin berkembang dengan arti Indonesia memiliki produk-produk dengan kualitas tinggi. Kemudahan untuk mengakses internet pun menjadi latar belakang penelitian ini dilakukan karena banyak masyarakat menggunakan internet untuk menunjang aktivitasnya.

Masyarakat menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan melakukan transaksi belanja di aplikasi belanja online.

Saat ini aplikasi belanja online banyak menyediakan fitur atau pun hadiah berupa gratis ongkos kirim, diskon, dan hadiah beli satu gratis satu. Hal ini membuat masyarakat tergiur akan iklan atau pun tawaran yang diberikan oleh aplikasi belanja online. Aplikasi belanja online pun banyak digunakan oleh mahasiswa, aplikasi yang banyak digunakan mahasiswa saat ini adalah aplikasi Shopee, kemudahan mengakses internet menimbulkan

berbagai dampak terhadap kehidupan mahasiswa diantaranya: pembelian impulsif, pemborosan dan penggunaan secara berlebihan. Penelitian ini dilakukan guna melihat seberapa pengaruh aplikasi shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Menurut Notoatmojo (2010), perilaku adalah hasil dari berbagai pengalaman dan komunikasi antara manusia dengan lingkungannya dan interaksi tersebut dinyatakan dalam bentuk pengetahuan, sikap dan perilaku. Tingkah laku adalah respon/reaksi individu terhadap rangsangan dari luar atau dari dalam. Perilaku dapat diubah secara alami dan terencana, serta bersedia untuk berubah. Perubahan perilaku manusia bisa terjadi secara alami dan memicu tindakan manusia dalam memperoleh suatu hal sehingga manusia dapat membedakan prioritas keinginan dan kebutuhan, terkadang manusia yang menjadi konsumen lebih mendahulukan untuk memenuhi suatu hal yang sesuai dengan keinginan untuk memenuhi rasa kepuasan diri sendiri.

Rosandi (2004) berpendapat bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku pembelian dengan tidak didasari pada pertimbangan rasional, tetapi pada keinginan untuk mencapai tingkat irasional. Terkadang keinginan untuk membeli suatu produk disebabkan karena banyaknya iklan yang muncul di televisi atau pun media sosial dengan berbagai macam trik sehingga menarik minat konsumen untuk membeli barang tersebut agar tidak ketinggalan zaman. Masuknya perilaku konsumtif membuat masyarakat terutama mahasiswa mengalami perubahan gaya hidup yang signifikan, perilaku konsumtif yang hadir dikalangan mahasiswa dengan dibarengi oleh berkembangnya ilmu teknologi membuat masyarakat umum atau pun mahasiswa lebih aktif memperoleh barang-barang sesuai keinginan dan gaya hidupnya melalui aplikasi yang mudah diakses.

Pembahasan

Hasil dan Pembahasan Data yang diperoleh agar sesuai dengan pokok permasalahan maka dalam

wawancara digunakan pedoman wawancara, yaitu berupa pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar menghindari jawaban yang meluas.

Pertanyaan dibuat berdasarkan point-point permasalahan dalam penelitian sehingga wawancara dapat telaksana dengan sistematis.

Wawancara pertama yaitu kepada Saudari Vani.

Vani mengungkapkan bahwa e-commerce shopee membantunya untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan yang sering dibeli melalui e-commerce shopee yaitu pembelian pakaian.

Walaupun awalnya Ia ragu tapi lama kelamaan Ia menjadi ketagihan.

Menurutnya kualitas barang sesuai dengan harga dan tidak mengecewakan. Ia juga menegaskan bahwa pakaian yang dibelinya dari shopee bukan sekedar kebutuhan, namun ada satu nilai yaitu agar Ia tetap eksis dan tidak ketinggalan update mode pakaian.

Wawancara yang kedua yaitu dengan Saudari Tania.

Tania mengungkapkan bahwa

dengan adanya e-commerce shopee membantunya untuk menghemat waktunya dalam berbelanja. Ia sering berbelanja makanan kekinian yang lagi trend melalui online shop. Ia juga menegaskan adanya perubahan cara berbelanja ini dapat menambah teman di social media. Ia sebelumnya hanya coba-coba agar tidak ketinggalan informasi atau gagap teknologi, tetapi lambat laun online shop menjadi ajang social karena ia mendapat teman yang banyak dan informasi baru.

Wawancara yang ketiga yaitu dengan Saudari Tsabita. Tsabita sering menggunakan jasa shopee untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Ia sering menolak ajakan temannya untuk berbelanja di pasar atau di pusat perbelanjaan, alasannya karena sudah terlanjur membeli barang di online shop seperti halnya pakaian. Ia juga menegaskan bahwa ia sangat berlebihan dalam mengkonsumsi barang, sehingga uang yang seharusnya digunakan untuk hal yang lain terpaksa digunakan untuk menuruti keinginannya memesan barang melalui shopee.

Wawancara selanjutnya yaitu dengan Saudari Davinas. Davinas mengutarakan berbagai pengalamannya terkait berbelanja melalui shopee. Ia mengetahui e-commerce shopee bermula dengan ajakan teman dekatnya. Sejak mengetahui e-commerce shopee ia merasa sangat terbantu karena dapat dengan mudah mencari informasi tanpa harus datang langsung ke toko. Melalui shopee ia sering membeli baju, jilbab, ataupun makanan.

Wawancara yang selanjutnya atau yang terakhir yaitu dengan

Saudari Novika. Novika menggunakan jasa online shop karena memiliki berbagai alasan. Salah satunya yaitu, efisiensi waktu. Kebutuhan yang sering dikonsumsi yaitu baju dan sepatu. Awalnya hanya coba-coba namun lama kelamaan menjadi kecanduan. Ia memilih toko yang sudah jelas terbukti memiliki brand yang jelas. Kejeliannya dalam memilih online shop terbukti dari sekian banyaknya barang yang dibeli tidak pernah mengecewakan.

Dari beberapa hasil wawancara di atas yang dilakukan penulis

kepada subjek penelitian terbukti bahwa e-commerce shopee berpengaruh terhadap minat beli pada pelanggan. Mereka menerima dengan terbuka adanya online shop. Cara belanja yang baru ini memberikan berbagai kemudahan.

Simpulan

E-commerce shopee merupakan aplikasi berbelanja online, yang memberikan kemudahan dalam berbelanja. Yaitu dapat memudahkan dalam memenuhi kebutuhan tanpa harus keluar rumah sehingga dapat efisiensi waktu. Dengan adanya e-commerce shopee ini dapat menambah minat belanja oleh para pelanggan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingginya minat pelanggan terhadap e-commerce shopee. Diantaranya yaitu dapat memenuhi kebutuhan secara mudah, dapat efisiensi waktu, kualitas barang terjamin, dan tidak mengecewakan.

Daftar Pustaka

<https://repository.unissula.ac.id>, sumber google.com diakses pada tanggal 3

bulan Maret tahun 2017 Pengertian e-commerce shopee

<http://eprints.ums.ac.id> Beberapa kelemahan e-commerce shopee

Lampiran

