

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi komunikasi yang semakin maju dan berkembang menimbulkan pengaruh bagi penggunanya. Teknologi bagai bermata dua yang memberikan kelebihan dan kekurangan. Masyarakat di tuntut untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya. Internet merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Perubahan jaman yang mengharuskan pengetahuan teknologi dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua pihak.¹

Perubahan teknologi dan 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 agar tetap eksis dilingkungannya mulai dari pemilihan cara belajar, memilih teman, cara berpenampilan, cara memilih hiburan, hingga cara mengekspresikan kreativitas, Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan

¹ Haning Dwi Pratiwi, "*Online Shop* Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa", 25 November 2018

dalam gaya hidup mahasiswa. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring sosial , berita, vidio, foto hingga berbelanja.

Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan akses informasi dan dunia internet, bukan hanya karena tuntutan keilmuan yang mengharuskan mahasiswa untuk 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. Internet digunakan sebagai penghubung antarindividu dan memudahkan mahasiswa untuk mengakses berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan keilmuan.

Berbagai macam fasilitas tersedia yang terdapat pada internet justru memberikan warna baru bagi sebagian besar kalangan mahasiswa. Fasilitas yang dapat digunakan dalam membantu memenuhi kebutuhan seperti *online shop*. Online shop adalah salah satu fasilitas yang tersedia dan menjadi *trend* masa kini dalam penggunaan internet yang memberikan berbagai kemudahan. Kemudahan yang diberikan yaitu efisien waktu, biaya dan tidak dibatasi oleh tempat dimana pembeli dan penjual harus bertemu untuk dapat melakukan transaksi.

Munculnya Online Shop ini juga menimbulkan perubahan perilaku belanja pada kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial. Jumlah Online Shop yang berbasis aplikasi ini semakin banyak memunculkan dan pengaruhnya bagi mahasiswa yakni pada saat ini hampir keseluruhan dari mahasiswa menggunakan hendphone android yang dapat melakukan sistem operasi berbagai macam aplikasi. Seseorang hanya

perlu mendownload aplikasi di playstore berupa bukalapak, bili-bili, shoope dan lain sebagainya maka individu sudah mampu melakukan transaksi dengan mengikuti beberapa petunjuk.

Aplikasi yang umumnya banyak digunakan oleh mahasiswa adalah facebook dimana aplikasi ini banyak menyediakan berbagai macam fitur yang menarik bagi penggunanya. Misalnya saja mahasiswa bisa berinteraksi melalui chatting atau grup yang dibentuk untuk dapat memberikan informasi mengenai pembelajaran atau diskusi lainnya. Seiring perkembangannya, banyak bermunculan grup-grup yang dibentuk justru mengutamakan hubungan perdagangan (jual-beli) antarindividu, seperti forum jual beli Gorontalo. Bahwa seseorang hanya perlu mengirim foto produknya kemudian dapat dilihat oleh para anggota yang tergabung di grup tersebut.

Adanya iklan yang ditampilkan mengenai produk lantas dapat dilihat oleh para anggota grup termasuk mahasiswa. Biasanya iklan produk yang ditampilkan berupa pakaian, peralatan rumah tangga dan lain sebagainya. Penjual yang mengirim iklan melalui grup jual beli tersebut yakni iklan secara eksplisit digunakan untuk menarik para pembeli. Bahwa seorang penjual tidak akan serta merta mengirim iklannya, tanpa melalui pertimbangan-pertimbangan. Misalnya, produk yang dijual apakah akan laku atau diminati oleh pembeli—termasuk mahasiswa. Secara sosiologis bahwa tindakan tersebut merupakan tindakan sosial karena tindakan yang dilakukan memiliki makna subjektif bagi orang lain. Menurut Max Weber suatu tindakan disebut sebagai tindakan sosial hanya jika tindakan tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan perilaku orang lain. Begitupun sebaliknya, seorang

mahasiswa akan melalui suatu pertimbangan terlebih dahulu mengenai barang yang akan dibeli bahwa apakah barang yang dibelinya akan disukai atau tidak--penampilannya didepan teman-teman sesama mahasiswa.

Berbelanja sangat berkaitan dengan motivasi mahasiswa untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Sebab dari sebagian besar mahasiswa merasa berbelanja bukan semata-mata memenuhi kebutuhan primer. Namun, kebutuhan tersebut dicari hanya untuk memenuhi hasrat dalam diri. Seperti memenuhi kebutuhan akan gaya hidup (gengsi) merupakan kebutuhan yang nilainya tidak sama sekali mendesak. Terlebih lagi dari semua mahasiswa tidak memiliki latarbelakang keluarga mampu, namun secara subjektif olehnya berkeinginan menyesuaikan dirinya dengan teman-temannya agar terlihat mengikuti trend masa kini.

Para pengguna jasa jual beli Online Shop dapat memilih barang dan harga yang akan dibeli dengan berbagai jenis serta beraneka ragam variasinya. Barang yang ditawarkan lewat aplikasi online shop relatif lebih lengkap. Sebab online shop terdapat banyak toko-toko barang yang berasal dari berbagai daerah maka pembeli dapat mencari barang yang diinginkan dari beberapa toko yang ditampilkan lewat aplikasi. Karena banyaknya barang yang ditampilkan dalam online shop maka terkadang seorang mahasiswa merasa kebingungan untuk memilih barang berdasarkan keinginannya.

Berdasarkan hasil observasi awal bahwa hampir sebahagian besar mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo memanfaatkan teknologi komunikasi untuk mengakses berbagai informasi atau berbagai kebutuhan yang

berhubungan dengan keilmuan termasuk perubahan gaya hidup mahasiswa yakni cara belanja dengan menggunakan Online Shop. Disamping itu mahasiswi membeli suatu barang berupa pakaian dan riasan badan bukan merupakan suatu kebutuhan yang mendasar, melainkan keinginan tampil lebih kekinian dan bisa menyaingi teman-temannya. Online shop bagi sebagian besar mahasiswa memiliki warna baru untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Martin Heidegger bahwa teknologi dapat diartikan sebagai suatu bentuk keberadaan di dunia, yang mencerminkan manusia tercekap dalam keinginan untuk selalu memperbesar kelengkapan serta kemudahan baginya terhadap alam dalam rangka menjamin eksistensinya. Sehingga secara sosiologis, teknologi dapat membentuk relasi yang ditandai dengan hasrat mengeksploitasi lingkungan sekitar sedapat mungkin lebih jauh dan efisien. Hal ini menurut Martin telah menunjukkan perubahan sikap manusia terhadap lingkungan sekitarnya yang semula ditentukan oleh nilai kualitatif menjadi hubungan produktif yang dapat dikuantitatifkan (Martin Heidegger dalam Ariyani, 2014).

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah *Bagaimana proses mengambil keputusan dalam pemilihan barang yang diminati mahasiswa dalam toko online ?*

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan penelitian yang hendak di capai adalah untuk menganalisis tentang:

1. Menganalisis mengenai bagaimana proses seorang mahasiswa mengambil suatu keputusan dalam pemilihan barang yang diminatinya dalam toko online.
2. Menganalisis mengenai bagaimana cara seorang mahasiswa mengambil keputusan serta dorongan dan pertimbangan yang dilakukan.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan hasil penelitian dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang Ilmu Sosial, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang menjelaskan tentang belanja Online dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan tentang belanja Online dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial, khususnya bagi peneliti sendiri serta akademisi UNG pada umumnya. Penelitian ini memberikan deskripsi empiris mengenai bagaimana cara dan dasar seseorang memilih suatu pilihan terhadap suatu barang, bahwa penelitian ini berorientasi bagi para penyedia barang, jasa atau layanan tertentu sebagai bahan referensi untuk memenuhi keinginan dari para pembeli atau pengguna jasa. Sehingga bagi penyedia akan memperoleh kemudahan dalam penyediaan karena barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan keinginan para pengguna dan begitupun sebaliknya para pengguna akan memperoleh barang yang sesuai dengan minat dan klasifikasi atas keinginannya dapat terpenuhi.