JURNAL KAJIAN MEDIA

Vol. 1 No. 2

Desember 2017

Halaman 97 - 110

Trend Minat Mahasiswa Universitas dr. Soetomo dalam Berbelanja secara *Online* di Tokopedia

Herdiega Reza Sanggara, Nevrettia Christantyawati

Universitas dr. Soetomo

Nevrettia.christantyawati@unitomo.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model pemasaran tokopedia seperti apa untuk dapat menarik minat mahasiswa universitas Dr. Soetomo Surabaya, penelitian ini membahas tentang online shop di tokopedia dan pola belanja secara online, serta mengikuti jaman modern, Pendekatan penelitian yang menggunakan teori perubahan sosial dan konsumsi pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi, wawancara mendalam, observasi, dan pencarian data lapangan. Informan peneliti sebanyak 6 orang diambil dari orang terpenting dari masing – masing fakultas universitas Dr. Soetomo Surabaya dan yang saya ambil rata – rata ketua BEM serta wakil BEM masing – masing fakultas dan serta yang aktif mengikuti organisasi di lingkungan Universitas Dr soetomo Surabaya. tujuan penelitian ini Untuk mengetahui bagaimana dan apa saja pemasaran tokopedia yang dapat membuat mahasiswa Universitas Dr. Soetomo dapat tertarik dengan tokopedia. Berdasarkan yang saya teliti dari mahasiswa mereka tertarik dengan tokopedia dibanding dengan online shop lainnya, Tokopedia mulai mengembangkan model transaksinya yaitu dengan melakukan kerja sama dengan merchant merchant seperti alfamart dan indomart dan masih banyak lagi. Selain itu banyaknya promo yang dilakukan tokopedia dan merchant merchant tersebut membuat keuntungan tersendiri untuk mereka para pengusaha merchant yang telah berkerja sama dengan tokopedia. Alasan lain yang juga dikemukakan oleh para pengguna tokopedia khususnya mahasiswa universitas Dr. Soetomo Surabaya. Menurut sebagian dari mereka menganggap tokopedia sebagai satu satunya pioner online shop. Selain itu menurut mereka tokopedia tetap mengutamakan kualitas dari barang-barang yang mereka jual. Kesimpulan dari penelitian ini perbedaan pola belanja secara tradisional melalui barter dan pola belanja modern yang sangat beda jauh dikarenakan perkembangan jaman dan teknologi yang sangat canggih di era tahun ini, meningkatnya teknologi akan membuat para masyarakat senang dengan cara mereka berbelanja sangat mudah dan terjangkau.

Kata kunci: minat belanja, belanja *online*, tokopedia

ABSTRACT

This study aims to find out what kind of tokopedia marketing model to attract students of Dr. Soetomo University, Surabaya, this study discusses online shop in tokopedia and online shopping patterns, and follow the modern era, a research approach that uses social change theory and consumption approach qualitative with descriptive method, data collecting technique is done by documentation, in-depth interview, observation, and search of field data. Informant researchers as many as 6 people taken from the most important person from each faculty of the university. Soetomo Surabaya and I take the average chairman of BEM and BEM representatives of each faculty and also actively follow the organization in the University of Dr Soetomo Surabaya. tujuan this research To find out how and what the marketing of tokopedia that can make the students of Universitas Dr. Soetomo can be interested in tokopedia. Based on what I studied from their students interested in tokopedia compared with other online shop, Tokopedia began to develop the transaction model that is by doing cooperation with merchant merchants like alfamart and indomart and many more. In addition to the many promos made tokopedia and merchant merchants are making their own advantages for the merchant entrepreneurs who have worked with tokopedia. Another reason that is also expressed by users of tokopedia especially university students. Soetomo Surabaya. According to some of them consider tokopedia as the only pioneer online shop. In addition, according to them tokopedia still put quality of the goods they sell. The conclusion of this study differences in traditional shopping patterns through barter and modern shopping patterns are very much different due to the development of the era and highly sophisticated technology in this era of the year, the increase in technology will make the people happy with how they shop very easy and affordable.

Keywords: *shopping needed, online shopping, tokopedia*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang terjadi di masyarakat memicu berkembangnya *internet* dan turunannya. Salah satunya adalah dengan munculnya proses transaksi jual beli yang dapat dilakukan secara *online* atau yang lebih dikenal dengan *online shop*.

Online shop adalah salah satu fasilitas yang disajikan internet yang memberikan berbagai kemudahan. Kemudahan yang dijelaskan dalam

berbelanja yaitu efisiensi waktu, tanpa harus bertatap muka pelanggan bisa membeli barang yang diinginkan atautah dengan demikian mahasiswa Unitomo yang berminat menggunakan jasa online shop sebagai cara belanja atautah hal lain yang membuat mahasiswa unitomo memilih belanja di online shop.

Onlineshop adalah pembelian yang dilakukan via internet sebagai media pemasarannya dengan menggunakan webside sebagai kata loog.contoh dari onlineshop antara lain,tokopedia ada juga yang menawarkan onlineshop melalui blog,forum jual beli seperti kaskus,dan media social seperti twiter,dan faceebook dengan menawarkan beberapa produk – produk seperti kaos,sepatu,handphone dll,kelebihan onlineshop adalah selain pembeli bisa melihat dwsain produk sudah ada konsumen juga bisa memilih desain (custom desain) hingga pembayaran secara online.(Ollie,2008).

Online shop merupakan sebuah sistem terbaru dalam berbelanja yang sekarang banyak dipilih oleh konsumen karna mudah dan cepat dalam proses transaksinya.bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan tetapi tidak sempat karna sibuk dengan aktivitas yang menyita waktu sehingga waktu yang bisa dipakai memenuhi kebutuhan dengan yang dapat dipenuhi hanya sekedar belanja. Semakin belanja online menjadi sangat booming karna website online menggunakan situs belanja online untuk lebih menarik minat calon pembeli.

Perubahan cara belanja dengan pengubahan online shop sedikit banyak menggeser nilai sosial yang semula jika bertransaksi dipasar 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 hanya dengan pasar tradisional atau modern yang ada di dunia nyata namun perbedaanya hanyalah pada cara bertransaksi atau proses jual belinya dengan menggunakan jaringan internet. Para pengguna jasa jual beli online ini 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 web online shop dengan sambungan jaringan internet.

Tokopedia.com merupakan salah satu mal online di Indonesia yang mengusung model bisnis *marketplace* dan mall online. Tokopedia

memungkinkan setiap individu, toko kecil dan brand untuk membuka dan mengelola toko online. Sejak diluncurkan sampai hingga akhir 2015, layanan dasar Tokopedia bisa digunakan oleh semua orang secara gratis. Selain itu ada beberapa cara promosi dari tokopedia yang menarik dan membuat masyarakat lebih memilih tokopedia dibandingkan online shop lainnya.

Tokopedia juga bisa dibilang sebagai patokan dalam bisnis onlineshop di Indonesia. Tokopedia merupakan website jual beli yang asli buatan Indonesia. Tokopedia memiliki banyak hal yang membuat masyarakat memilihnya dibanding online shop lainnya. Mulai dari harga yang jujur hingga barangnya yang berkualitas.

Tokopedia memilih sasaran disemua kalangan, mulai dari remaja, dewasa hingga orang tua baik laki-laki maupun perempuan. Tokopedia menyediakan semua kebutuhan masyarakat, mulai barang baru hingga bekas. Berbagai fitur terus diperbarui guna memudahkan masyarakat dalam bertransaksi, sehingga prosesnya dapat langsung diawasi.

Seperti yang terjadi di Universitas Dr. Soetomo saat ini, hampir sebagian dari mereka lebih memilih tokopedia sebagai pilihan mereka dalam hal belanja online. Mereka menganggap tokopedia merupakan salah satu online shop yang dirasa tidak menipu baik dari segi gambar maupun harga. Selain itu banyak sekali penawaran dan opsi opsi yang diberikan oleh tokopedia sehingga menarik untuk mereka. Selain itu adanya asuransi bagi barang mereka juga menjadi daya tarik tersendiri untuk mereka.

Menurut mereka ada beberapa pertimbangan yang membuat mereka lebih memilih tokopedia dibandingkan online shop yang lain. Baik dari segi harga, kualitas, dan keamanan barang.

Mahasiswa Universitas Dr. Soetomo merupakan bagian dari masyarakat yang menggunakan fasilitas internet. Berbagai kebutuhan yang di akses mahasiswa melalui internet bukan hanya untuk kebutuhan akademis saja melainkan kebutuhan sosial juga menjadi salah satu hal yang membuat mahasiswa selalu menggunakan internet dalam berbagai kebutuhan.

Perubahan cara belanja mahasiswa Universitas Dr. Soetomo salah satunya adalah adanya inovasi belanja yaitu online shop. Online shop memberikan perubahan belanja dari segi teknologi. Teknologi yang

berkembang melahirkan inovasi belanja ini yang secara otomatis juga akan mengubah perilaku mahasiswa dalam menanggapi perubahan tersebut. Pola belanja tersebut yang ingin diketahui oleh penulis melalui alur berfikir bagaimana belanja online shop yang terjadi dikalangan mahasiswa Universitas Dr. Soetomo dan faktor apa saja mahasiswa memilih online shop dalam memenuhi kebutuhan

Konsep perubahan sosial yang ada pada masyarakat yang pertama adalah pada perubahan kebudayaan dan manusia yang ada di dalamnya. Perubahan dipengaruhi oleh berbagai sebab yaitu faktor intern dan ekstern. Faktor yang menyebabkan perubahan sosial pada masyarakat terjadi karna adanya suatu yang ketidakpuasan terhadap kondisi yang dialami. Faktor baru yang dialami oleh masyarakat sebagai pengganti faktor lama itu memberikan warna baru bagi masyarakat. Proses sosial yang terjadi dalam masyarakat dan memberikan suatu perubahan yang mendorong sebagian masyarakat untuk memberikan lebih atau memberikan inovasi yang sudah ada pada masyarakat.

Studi modern tentang peruban sosial yang dipengaruhi oleh pandangan pada konsep – konsep teori sistem dan teori struktural – fungsional. Pemikiran mengenai sistem baru sebagai perubahan yang terjadi di dalam masyarakat terbentuk karena adanya perbedaan keadaan sistem tertentu dalam jangka waktu yang berlainan (Piotr Szompka 1993:02). Konsep perubahan sosial mencakup tiga gagasan : (1) perbedaan; (2) pada waktu berbeda; (3) diantara keadaan sistem sosial yang sama.

Perkembangan sosial yang melukiskan proses perkembangan potensi yang terkandung di dalam sistem sosial. Konsep mengenai perkembangan sosial juga dirtandai dengan adanya kemajuan sosial (sosial progress). Pemikiran ini menambahkan dimensi penilaian katagori yang objektif dan lebih netral terhadap aspek kehidupan normatif (Piotr Szompka 1993:08). Perubahan pada dasarnya yang dimaksud dengan kemajuan adalah : (1) proses menjurus; (2) terus menerus membawa sistem sosial saling mendekati keadaan yang lebih baik atau menguntungkan (kata lain menuju penerapan nilai pilihan tertentu berdasarkan etika seperti kebahagiaan, kebebasan, kesejahteraan atau kepada prestasi masyarakat ideal dalam bentuk masyarakat utopia.

Perubahan cara belanja dengan menggunakan internet adalah bentuk dari suatu perubahan dibidang teknologi. Piort Szompka (1993:7-8). Perkembangan sosial yang melukiskan perkembangan potensi yang

terkandung dalam sistem sosial. Konsep perkembangan sosial ini memuat tiga cara yaitu : (1) menuju kearah tertentu dalam arti keadaan sistem tak terulang sendiri disetiap tingkatan; (2) keadaan sistem dalam waktu berikutnya mencerminkan tingkat lebih tinggi dari semula; (3) perubahan dipicu oleh kecenderungan yang berasal dari dalam sistem (misalnya : penambahan penduduk yang diikuti oleh peningkatan kepadatan, penanggulangan kontradiksi internal menciptakan kehidupan yang lebih baik, menyalurkan kreativitas kearah inovasi yang berarti).

Perubahan bukan hanya mengenai suatu yang spektakuler namun perubahan dapat dimaknai suatu proses yang berbeda atas suatu transformasi terhadap keadaan yang sudah ada dan memiliki tujuan tertentu menuju suatu keadaan yang lebih maju. Proses perubahan tersebut pada masalah ini adalah perubahan dari segi transformasi teknologi di bidang konsumsi. Teknologi pada zaman sekarang merupakan suatu bentuk dari suatu perubahan konsumsi yang tidak lepas dari sebagian kebutuhan masyarakat. Perubahan cara manusia mengkonsumsi adalah salah satu bentuk perubahan perilaku sosial yang membuktikan bahwa manusia adalah makhluk yang dinamis.

Internet merupakan salah satu bentuk dari perubahan teknologi yang berkembang. Internet memberikan berbagai kemudahan bagi penggunaannya, fasilitas yang disajikan internet beragam dari penyajian informasi hingga inovasi – inovasi di berbagai aspek salah satunya yaitu inovasi berbelanja yaitu dengan cara belanja di toko online. Perubahan cara belanja terjadi karena sebagai sebab yaitu adanya rentang waktu yang berbeda juga adanya inovasi yang bertujuan untuk lebih maju. ketersediaan barang yang disajikan beragam sehingga perubahan tersebut melahirkan inovasi dalam bentuk cara belanja dengan harapan adanya kemudahan bagi para konsumen untuk memenuhi kebutuhan.

Konsumsi dimaknai sebagai suatu yang dapat berubah, difokuskan pada kualitas simbolik dari barang, dan terganung pada persepsi tentang secara orang lain (damsar 2002: 119). Melalui kesempatan yang sama maka konsumsi yang dimaksud pengertian secara luas mengacu pada seluruh tipe aktivitas sosial yang orang lakukan sehingga bisa dipakai untuk mencirikan dan mengenali mereka, selain (sebagai tambahan) apa yang memungkinkan mereka lakukan untuk hidup (chaney 2003: 53). Konsumsi pada umumnya didefinisikan sebagai kesadaran yang dialami konsumen untuk mengkonsumsi barang dan jasa.

Konsumsi secara umum dimaknai 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, konsumsi, dan eksis (nilai prestis). Pada tataran yang nyata konsumsi di kontuksikan sebagai “segi keinginan” untuk memaksimalkan dunia (kenyataan,sosial,sejarah). Konsumsi diasumsikan sebagai kesenangan melalui adanya pemecahan tekanan maksutnya penerapan sistem nilai baru dan norma sosial, menyisakan norma paham suka rela, aksi, keefisien, dan persembahan (Baudrillard 2004: 9)

Penelitian ini akan diambil penjelasan mengenai online shop minat mahasiswa dalam berbelanja di tokopedia. Harapan penulis dapat menemukan jawaban – jawaban permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penulis berinteraksi secara langsung dengan mahasiswa yang terlibat belanja online shop maupun hanya sekedar tau mengenai online shop dan mengetahui kondisi yang sebenarnya terjadi.

Online shop sendiri terus berkembang pesat dan masuk kedalam bisnis online yang dipertimbangkan dikalangan pebisnis (Poetra dan Christantyawati, 2017). Hingga saat ini muncul berbagai online shop hingga ratusan, mulai yang membuka jaringan luas melalui web web hingga hanya sebagai reseller biasa.

Dalam penelitian ini, Peneliti meneliti mengenai apa saja dan seperti apa minat mahasiswa dalam berbelanja di tokopedia. Tokopedia menjadi salah satu bisnis online yang menduduki peringkat pertama dalam bisnis online. Dan menduduki peringkat kedelapan dalam jajaran website yang sering digunakan masyarakat Indonesia. Online shop atau bisnis online saat ini bukan lagi menjadi suatu yang asing bagi masyarakat Indonesia, baik yang dalam kesehariannya menggunakan internet ataupun tidak. Adapun definisi online shop, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjual belikan ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada disuatu website atau toko maya. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran diterima kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan

Beberapa contoh dokumentasi yang akan di dokumentasikan pada penelitian ini adalah proses transaksi penggunaan tokopedia, isi web tokopedia dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tokopedia

PEMBAHASAN

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 dalam tatanan kehidupan manusia. Baudrillard (dalam soedjatmiko 2008: 27) bahwa ide mengenai manusia yang memiliki kebutuhan dan “harus selalu dipenuhi “melalui konsumsi adalah mitos belaka. Sesungguhnya manusia tidak terpuaskan secara actual, dengan ini, kebutuhan – kebutuhanya tak pernah pula terpuaskan. Menurut Baudrillard (2004:17) “cirri masyarakat konsumsi adalah universalitas serba serbi dalam komunikasi masa, maksudnya informasi yang disajikan oleh media dibuat dengan spektakuler dan dikemas dengan berbagai tanda dan simbol.

Masyarakat konsumsi merupakan masyarakat pelatihan sosial dalam konsumsi artinya sebuah cara baru untuk bersosialisasi dalam hubunganya munculnya sistem ekonomi dalam produktivitas yang tinggi. Masyarakat menjadi ketergantungan akan barang ataupun jasa yang diciptakan oleh produsen. Marx (dalam storey 2006:114) mengatakan bahwa laki – laki dan perempuan identitas yang disangkal produksi (yang tidak kreatif), dan karenanya dipaksa untuk mencari identitas di dalam konsumsi (yang kreatif). Akibatnya masyarakat konsumsi menghabiskan seluruh hidupnya dengan mencoba kembali pada kepemenuhan imajiner.

Pemaparan Key Informan

Pemaparan key informan adalah salah satu kunci dalam menyelesaikan penulisan ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan 6 orang subjek sebagai informan kunci. Dari pemaparan ini nanti diharapkan dapat membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

Membahas mengenai online shop, mungkin sudah tidak asing lagi bagi kalangan mahasiswa, online shop menjadi sebuah trend untuk saat ini. Bahkan dijadikan sebagai barometer untuk seseorang dalam mengikuti

perkembangan jaman. Banyak dari mereka yang mengungkapkan perubahan pola belanja ini karna trend agar tidak disebut gaptেক.

Persepsi Mahasiswa Tentang Tokopedia

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa tokopedia menjadi online shop yang banyak digunakan oleh masyarakat. Bahkan menjadi peringkat pertama di situs yang khusus memberikan nilai pada browser browser yang banyak digunakan masyarakat.

Tokopedia menjadi sangat menarik dan sangat digemari masyarakat karena tokopedia mampu menghadirkan sesuatu yang baru dalam model transaksinya. Jika dulu tokopedia hanya mengandalkan model berbelanja yang hanya bisa dibayarkan melalu rekening pribadi. Tokopedia mulai mengembangkan model transaksinya yaitu dengan melakukan kerja sama dengan merchant merchant seperti alfamart dan indomart dan masih banyak lagi. Selain itu banyaknya promo yang dilakukan tokopedia dan merchant merchant tersebut membuat keuntungan tersendiri untuk mereka para pengusaha merchant yang telah berkerja sama dengan tokopedia.

Selain itu strategi yang digunakan untuk mendekati masyarakat juga cukup ampuh. dengan bekerja sama dengan blackberry sejak 3 tahun silam, tokopedia mengeluarkan stiker BBM yang dapat diakses dengan gratis di webnya. Hal tersebut tentunya sangat menarik untuk mereka yang aktif dalam penggunaan BBM.

Seperti Novi, sejak 2 tahun belakangan ini ia menggunakan tokopedia sebagai rujukan belanja onlinenya. Ia mengaku mengenal tokopedia karena ia sering dikirim stiker tokopedia oleh salah satu rekan kerjanya. Ia merasa penasaran dan tertarik untuk mengunjungi situsnya. Sejak saat itu ia merasa iseng dan melakukan transaksi belanja menggunakan tokopedia. Menurutnya tokopedia menjadi onlineshop yang tidak mengecewakan. *“gambarnya asli dan cara pembayarannya tidak susah, kita dalam bertransaksi tidak perlu memiliki kartu kredit, saya dapat pergi ke Indomaret untuk membayar barang yang saya beli, paling lama tiga hari barang sudah sampai ditangan saya. Pernah barang saya tidak sampai ditangan saya namun tokopedia mengembalikan uang saya 100%. Itu yang membuat saya percaya dengan tokopedia. Saya banyak menggunakan tokopedia untuk berbelanja fashion wanita seperti pakaian, kerudung dan juga membeli produk-produk kecantikan seperti cream atau alat make up. Dalam satu bulan saya tidak bisa memastika berapa kali saya*

berbelanja di tokopedia, asal saya nemu atau ketika saya lihat kepengen dan ada budget lebi yaa saya beli. Tapi yang pasti dalam satu bulan saya pasti berbelanja di tokopedia”

Sama halnya dengan Juli yang menjadi salah satu runner di sebuah Event Organizer yang ada disurabaya ini. Ia mengaku menyukai tokopedia karena menurutnya tokopedia menyediakan segala keperluan eventnya dengan budget yang sangat rendah. Selain itu tokopedia juga menyediakan aplikasi khusus yang dapat digunakan untuk bayar pulsa, bayar listrik bahkan bayar BPJS dimana online shop lain belum ada yang memiliki aplikasi tersebut. *“saya kan anak EO jadi saya butuh pulsa itu bisa sewaktu waktu, tapi dengan adanya tokopedia jam berapapun saya butuh saya bisa langsung membelinya. Dan juga saya sering butuh properti saya bisa dapat di tokopedia. Selain itu saya kan mahasiswa teknik ketika saya memiliki kerjaan sampingan seperti desain atau membuat software saya juga memanfaatkan tokopedia sebagai jujukan saya dalam membeli software.”*

Menurut menurut aisyah dan dwiky sebagai seorang yang fashionable menurut mereka tokopedia adalah salah satu online shop yang paling up to date, menurut mereka tokopedia bisa dikatakan sebagai trend senter dalma hal fashion. Hampir setiap minggu aka nada produk produk baru di tokopedia. Dwiky sebagai kolektor sepatu dan kaos ia dalam satu bulan bisa melakukan transaksi ditokopedia hingga mencapai 2 hingga 3 juta. Berbeda dengan Aisyah yang pecinta tas dalam satu bulan ia hanya melakukan transaksi paling banyak 3 kali. *“kalau saya sih paling 1 atau 2 tas paling banyak yaa 3 tas, karna harga tas kan yaa maha, gak kuat saya kalau harus banyak banyak, tapi kadang juga tidak sama sekali.”*

Berbeda dengan rania, karena dalam kerjanya ia dituntut untuk berpenampilan menarik dan fashionable ia mengaku dalam satu minggu pasti ada pakaian atau sepatu yang ia beli guna memenuhi tuntutan pekerjaannya tersebut. Selain baju dan sepatu ia juga membeli produk produk kecantikan, walaupun ia bekerja di salah satu brand kecantikan, namun ia lebih suka belaja ditokopedia karena harganya jauh lebih terjangkau.

Jika menurut Dimas, sebagai seorang fotografer ia mengaku hanya menggunakan tokopedia jika butuh. Menurutnya ia menggunakan tokopedia hanya jika barang yang ia cari tidak ditemukan ditoko. Tapi ia tetap menggunakan tokopedia sebagai perbandingan. *“saya menggunakn tokopedia hanya jika barang yang saya butuhkan tidak ada, tidak ada*

patokan khusus setiap bulan saya harus belanja berapa. Saya kan biasanya Cuma butuh perlengkapan-perengkapan untuk memotret, paling yaaa butuh lensa, butuh wallpaper atau butuh property yang direquest oleh klien itu saja sih. Kalau untuk perlengkapan pribadi paling yaa beli sepatu karena saya suka koleksi sepatu, namun itupun paling jarang saya beli, kalau ada yang pas baru saya beli.

Pergeseran pola belanja konvensional ke belanja modern

Perkembangan zaman menjadikan masyarakat lebih maju dan berpikiran modern. Perkembangan zaman juga menuntut masyarakat mengikuti gaya hidup dan trend yang sedang terjadi dimasyarakat.

Dari perkembangan zaman itu muncullah sebuah teknologi yang lebih modern pula. Kemajuan teknologi ini tidak hanya bersektor pada media, melainkan juga dalam segala bidang. Kemajuan teknologi ini kini merambah pada dunia belanja atau market modern.

Sejak jaman dahulu masyarakat sudah dikenalkan dengan berbelanja. Berbelanja adalah sebuah kebutuhan untuk masyarakat. Dimana disana kita akan mendapatkan apa yang kita butuhkan dan orang yang menjual akan mendapat keuntungan.

Jika jaman dahulu sistem belanja adalah dengan cara barter, barter merupakan pertukaran barang. Jadi semisal Si A memiliki Barang apel dan si B memiliki piring, maka mereka akan melakukan pertukaran, dengan dilandasi saling membutuhkan. Seiring perkembangan jaman hal semacam itu sudah tidak ada lagi.

Hingga beberapa tahun silam masyarakat melakukan model belanja di pasar tradisional, mulai dari baju, perlengkapan dapur hingga perlengkapan rumah tangga dapat dibeli di pasar tradisional. Namun seiring berkembang jaman mulai bermunculan pasar-pasar modern. Pasar pasar modern tersebut terus berkembang bahkan tidak hanya di kota besar namun juga di pedesaan.

Dan sekarang masyarakat semakin dimudahkan dengan kecanggihan teknologi, sejak munculnya belanja yang dapat dilakukan secara online.

Seperti yang dilakukan oleh beberapa key informan saya, sebagaimana dari mereka merasakan pergeseran model belanja yang signifikan. Dari mereka yang berbelanja secara tradisional walaupun mereka tidak sempat

mengikuti jaman barter tapi mereka telah mengikuti jaman belanja di pasar modern dan hanya beberapa yang pernah merasakan belanja di pasar tradisional.

Seperti pemaparan Juli Bagus *“saya dulu ketika umur 10 tahun saya sering pergi ke pasar tradisional, mama saya kan seorang penjual gado-gado jadi saya sering diajka berbelanja oleh mama saya, selain belanja perlengkapan jualan disana saya beli pakaian hingga perlengkapan sekolah semua sudah ada di pasar tradisional, bahkan dulu pergi ke pasar tradisional adalah sesuatu yang keren, berbeda dengan sekarang kita ke pasar tradisional itu malah dibilang ndeso, dan berbelanja di online shop katanya keren. Yaa wajar sih di tokopedia semua yang kita cari ada disana semua.”*

Berbeda dengan Novi dan Dwiki menurutnya ia tidak menikmati masa melakukan belanja tradisional mereka mengaku hanya menikmati belanja di toko toko modern dan kemudian mengenal online shop walaupun bukan online shop terkenal. Menurut mereka memang online shop sangat memudahkan mereka. Apalagi tokopedia, menurut novi *“ditokopedia sudah lengkap semua, perlengkapan apapun ada, bahkan untuk bayar bayar listrik dan beli pulsa bahkan bayar BPJS pun ada, jualan tiket kereta dan pesawat ada, jadi kita gak perlu lagi capek capek pergi buat ke toko atau kotor-kotor ke pasar, semua bisa dilakukan dengan tidur, yaaa walaupun gak langsung ada barangnya.”*

Jika menurut Aisyah dan Dimas ia masih hampir memanfaatkan belanja tradisional namun di toko modern, hal tersebut karena orang tua Aisyah yang memiliki salah satu toko di sebuah pasar tradisional di Sidoarjo dan Dimas seorang *Fotografer yang dianggapnya apabila membeli online sangat berbahaya. “kalau saya belanja online hanya percaya di tokopedia, namun saya jarang beli di tokopedia, seperti yang saya bilang sebelumnya say emnggunakna tokopedia apabila harganya lebih murah atau barangnya hanya bisa saya dapat dengan online.”*

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa online shop tokopedia di kalangan mahasiswa Universitas Dr. Soetomo memberikan dampak positif dan membuat rujukan sebagai tempat belanja mereka di tokopedia. Dan alasan mahasiswa Universitas Dr. Soetomo kenapa mereka memilih tokopedia dikarenakan tokopedia memiliki diskon atau potongan harga

yang sangat menarik dan barang yang dibeli sangat memuaskan para pembeli hingga mahasiswa sangat minat berbelanja di tokopedia dari pada toko – toko online lainnya. Dan perbedaan toko online dan berbelanja di pasar tradisional sangat berbeda jauh, jika kita berbelanja ditoko online seperti tokopedia itu sangat mudah dan praktis kita tidak perlu pergi jauh – jauh tinggal membuka aplikasi toko online beli barang yang kita inginkan barang akan datang dengan sendirinya, sedangkan berbelanja di pasar tradisional kita harus datang ke pasar tersebut dan kita harus jalan memilih barang yang kita mau beli, menurut kesimpulan diatas belanja di pasar tradisional sangat tidak efektif karena di era jaman sekarang kita harus mengikuti zaman yang moderen jadi kita tidak perlu berbelanja dengan susah payah untuk beli barang yang kita inginkan, cukup dengan berbelanja secara online membuat kemudahan untuk berbelanja barang yang kita inginkan, Online shop memberikan kemudahan sehingga dari 6 subjek peneliti bahwa 2 diantaranya menggunakan tokopedia untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dan serta yang 4 lainnya untuk mereka yang mengikuti jaman modern seperti glamour. Mahasiswa perempuan dalam menggunakan jasa online shop di tokopedia sebagai cara belanja lebih menekankan pemenuhan kebutuhan untuk membeli barang – barang seperti : pakaian, sepatu, tas, dan kebutuhan dan kebutuhan pribadi lainnya. Sedangkan mahasiswa laki – laki dalam menggunakan jasa online shop dalam memenuhi kebutuhan lebih menekankan pada kosumsi pemenuhan hobi seperti pembelian sepatu olah raga, pakaian, serta banyak yang lainnya. Pengguna online shop mahasiswa Universtas Dr. Soetomo Surabaya bukan hanya memberikan kemudahan namun ada pula timbulnya masalah dalam penggunaanya yaitu adanya kekecewaan mahasiswa dalam menggunakan jasa onlineshop karena barang yang diinginkan tidak sesuai yang dikehendaki.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, J. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Jalaludin, R. (1998). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lury, C. (1998). *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Poetra, R. R., & Christantyawati, N. (2017). Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(1).
- Riyadi, S., Sufa, S. A., & Susilo, D. Strategic Marketing of Video on Facebook: Impacting Promotion of Malang Strudel Research Brief. Retrieved on:
<http://repository.unitomo.ac.id/296/1/JOERNAL%20%20Strategic%20Marketing%20of%20%20Video%20on%20Facebook.pdf>
- Suprpto, T. (2006), *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Soedjatmiko, H. (2008). *Saya Berbelanja Maka Saya Ada*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sztompka.P. (2005). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada