

ANALISIS MOTIVASI MAHASISWA DALAM BELANJA *ONLINE* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO)

Uswatun Khasanah¹, Junarti², Ifa Khoiria Ningrum³

¹Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI BOJONEGORO

Email: uswatunofficial3@gmail.com

²Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, IKIP PGRI Bojonegoro

Email: junarti@gmail.com

³Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI BOJONEGORO

Email: nifakhoiria@gmail.com

ABSTRAK

Online shopping is the activity of purchasing goods and services through the internet. Students and the internet in their use cannot be separated, student participation in the use of the internet causes students to take advantage of various facilities provided by the internet, especially in terms of shopping.

This study aims to determine the motivation of students in online shopping for students of the Department of Economic Education, Faculty of Social Sciences, IKIP PGRI Bojonegoro. This study used a qualitative approach, the subject search was carried out by distributing questionnaires and obtained 33 students who filled out the questionnaires that had been distributed to Economic Education Students IKIP PGRI Bojonegoro to find students who behaved consumptively to find motivations that encourage students to often transact online shopping. Data collection techniques in this study were Questionnaires, Interviews, and Documentation. To maintain the validity of the data, a method triangulation activity was carried out.

Based on the results of the study, it can be concluded that the motivation for consumptive behavior in online shopping transactions is for shopping adventures in order to find something new and interesting, the urge to find out what items to buy through social media and previous buyers, the urge to satisfy yourself with the ease that you get. When shopping at an online shop, the finding of shopping ideas is that you want to always know the latest items. Encouragement to continue to buy cheaper products, discounts, and get free shipping.

Keywords: *Motivation, Online shopping.*

ABSTRAK

Belanja *online* merupakan kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media *internet*. Mahasiswa dan *internet* dalam penggunaannya tidak dapat terpisahkan, partisipasi mahasiswa dalam penggunaan *internet* menyebabkan mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan oleh *internet* terutama dalam hal belanja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi mahasiswa dalam belanja *online* pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas ilmu pengetahuan sosial IKIP PGRI

Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, pencarian subjek dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan didapatkan 33 mahasiswa yang mengisi kuesioner yang telah di sebarakan kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro untuk menemukan mahasiswa yang berperilaku konsumtif untuk menemukan motivasi yang mendorong mahasiswa sering bertransaksi belanja *online*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner, Wawancara, dan Dokumentasi. Untuk menjaga keabsahan data dilakukan kegiatan triangulasi metode.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa motivasi terhadap perilaku konsumtif bertransaksi belanja *online* untuk berpetualang belanja agar menemukan sesuatu yang baru dan menarik, dorongan untuk mencari tau barang yang akan di beli lewat media sosial dan pembeli sebelumnya, dorongan untuk memuaskan sendiri dengan kemudahan yang di dapatkan saat berbelanja di *online shop*, temuan ide berbelanja yaitu ingin selalu mengetahui barang yang terbaru. Dorongan untuk terus membeli barang produk yang lebih murah, diskon, dan mendapat gratis ongkir.

Kata Kunci : Motivasi, Belanja *online*.

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangannya zaman dan teknologi, serta kemajuan *internet* dapat mendorong terjadinya perubahan dan pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Dengan menggunakan *smarphone* semakin mudah dalam mengakses *internet* untuk melakukan transaksi belanja *online*. *Internet* menjadi bagian dari seluruh kehidupan manusia. Saat ini *internet* digunakan hampir seluruh masyarakat, mulai muda hingga dewasa. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi Pengurus Jasa *Internet* Indonesia (APJII) tahun 2019- kuartal II 2020, bahwa pengguna *internet* di Indonesia naik 8,9%

menjadi 73,7% dari populasi. Jumlahnya setara 196,7 juta pengguna, ada kenaikan 25,5 juta pengguna dibandingkan jumlah pengguna di tahun 2018 silam.

Sekarang ini konsumen dihadapkan pada berbagai pertimbangan tentang selera, persepsi, kelompok, referensi dan kelas sosial. Sebelum melakukan pembelian, kemampuan dalam menganalisa perilaku berarti keberhasilan dalam menyelami jiwa konsumen dan kebutuhannya. Adanya keberhasilan pengusaha, ahli pemasaran, dan pimpinan toko dalam memasarkan suatu produk yang akan membawa kepuasan konsumen dan kepuasan pribadi. (Kusuma, 2017)

Belanja saat ini bukan lagi sekedar sebuah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup akan tetapi telah menjadi sebuah gaya hidup. Di era modern sekarang ini lazim dengan kata shopping atau belanja menjadi hobi dan kesenangan tersendiri. Banyak orang melakukan kegiatan membeli produk atau shopping walaupun merek tidak terlalu memerlukan produk tersebut, tetapi tidak jarang konsumen mengunjungi situs belanja *online* untuk membeli kebutuhannya. Belanja adalah salah satu cara untuk memperoleh kebutuhan yang akan produk dan service tetapi motif sosial juga penting dalam hal ini. Sebagai gaya hidup atau trend, kegiatan belanja dianggap bisa meningkatkan prestige atau image pelakunya. Orientasi belanja dapat dikategorikan menjadi dua yaitu : orientasi utilitarian yang merujuk pada pembelanjaan barang sesuai dengan kebutuhan dan orientasi *hedonic* yang merujuk pada kepentingan kesenangan dan kemewahan fisik tanpa memperhatikan

fungsi dari barang atau jasa yang dibeli. (Putra, 2017)

Berdasarkan pemaparan penelitian terdahulu, di perlukan penelitian kembali tentang motivasi mahasiswa dalam berbelanja *online* dengan mendeskripsikan secara rinci proses mahasiswa dalam berbelanja *online*. Penelitian di khususkan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, Menurut Meleong (2016: 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fakta tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Adapun dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: angket/ kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP

PGRI Bojonegoro yang melakukan pembelian secara *online*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah instrumen angket dan instrumen wawancara. Hal tersebut digunakan agar penelitian lebih terarah dan fokus pada tujuan penelitian tidak melebar.

Hasil dan Pembahasan

Analisis data yang dilakukan oleh peneliti setelah memperoleh data penelitian dari melakukan angket/kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian sebelumnya dapat ditemukan motivasi mahasiswa dalam berbelanja online dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Pilihan yang bervariasi, dalam penelitian ini di temukan motivasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam berbelanja online karena banyaknya variasi harga dan banyak variasi pilihan yang di sediakan dalam online shop. Adapun jawaban subjek Ra, Sz, Szs, As, dan Fnf melakukan

belanja online karena adanya dorongan akan banyaknya pilihan dalam berbelanja online, dapat memilih sesuai dengan yang di inginkan, sesuai kualitas, harga, dan merk yang diinginkan.

- 2) Praktis dan efisien, dalam penelitian ini Motivasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam melakukan belanja *online* yaitu dorongan akan kemudahan dalam melakukan transaksi belanja *online*. Berdasarkan penelitian ini menyatakan subjek Ra, Sz, Szs, As, dan Fnf melakukan belanja online di karenakan kemudahan dalam melakukan transaksi belanja *online*, pembelian dapat dilakukan di rumah, pembayara pun dapat dilakukan COD. Kemudahan dalam melakukan belanja online tersebutlah yang membuat mahasiswa dalam melakukan belanja *online*.

3) Banyak promo dan diskon, dalam penelitian ini dorongan mahasiswa dalam melakukan belanja *online* yaitu banyaknya promo yang di berikan saat berbelanja *online*. berdasarkan penelitian ini menyatakan bahwa Ra, Sz, Szs, As, dan Fnf melakukan belanja *online* di karenakan banyaknya promo yang di berikan dalam *online shop*.

Simpulan

Berdasarkan dari sumber data yang penulis peroleh dapat disimpulkan motivasi terhadap perilaku konsumtif bertransaksi belanja online di masa pandemi mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI BOJONEGORO yaitu : selalu ingin mencoba membeli produk yang baru agar menemukan sesuatu yang baru dan menarik, dengan membeli barang di *online shop* yang belum pernah di beli sebelumnya, serta dorongan untuk mencari tau barang

yang akan di beli lewat media sosial, dengan melihat review barang yang akan di beli bisa di lihat di kolom komentar, pembeli sebelumnya agar tidak kecewa dengan pembelian yang di lakukan di *online shop*. Untuk muaskan diri sendiri dengan kemudahan yang di dapatkan saat berbelanja di *online shop* ingin selalu ingin membeli barang yang di inginkan dan dengan kemudahan yang di dapat seperti mudah dilakukan, banyak variasi pilihan dan harga lebih murah, selalu ingin mengetahui dan mengikuti barang yang terbaru, dengan membeli barang di *online shop*

Daftar Rujukan

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2019. Profil Pengguna Internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia(ID).<https://apjii.or.id/content/read/39/27/PROFIL-PENGGUNA-INTERNET-INDONESIA-2019> (Diambil pada 30 Juli 2021).
- Kusuma, Wahyu Putra. 2017. *Pengaruh Atribut Indomaret di Gemolong. Sragen Terhadap Motif Belanja*

Hedonik dan Utilitarian. Naskah
Dipublikasikan.

Meleong, Lexy. J. 2016. *Metodologi
Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*.
Bandung: PT. Remaja
Rosdakarya.