**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Setiap rumah tangga memiliki kebutuhan. Kebutuhan tersebut terdiri dari kebutuhan primer dan sekunder. Oleh karena itu, setiap anggota keluarga harus memilih barang yang paling penting yang mereka butuhkan dan menggunakannya dengan bijak untuk menghindari hal yang tidak bermanfaat bagi rumah tangga (Astuti, 2013 : 79).

Masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya cenderung mencari keperluan harian langsung menuju toko atau pasar tradisional yang akan dituju agar dapat secara langsung memilih barang yang sesuai. Akan tetapi, dengan adanya perkembangan dalam berbagai aspek kehidupan, masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dengan memanfaatkan *smartphone* untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan (Daeng, Mewengkang, dan Kalesaran, 2017).

Teknologi diciptakan untuk memudahkan aktivitas manusia (Hasyim dan Suroso, 2020). Saat ini masyarakat memanfaatkan teknologi karena meminati *online shop.* Berbelanja secara *online* dilakukan mayoritas masyarakat dengan alasan memangkas kesulitan dalam mendapatkan kebutuhan (Ahmadi, Sunyoto, dan Ardiansari, 2018). Masyarakat memilih berbagai jenis barang yang dijual dalam toko *online* kemudian membeli langsung. Hal ini sangat mudah dilakukan oleh setiap anggota masyarakat karena hemat waktu dan tenaga, serta dibantu dengan adanya kemudahan dalam metode pembayaran. Selain itu, barang-barang di toko *online* mempunyai varian yang lebih lengkap dan konsumen dapat membandingkan harga barang.

Berbagai diskon yang ditawarkan oleh toko *online* juga menarik konsumen. Dengan adanya toko *online*, masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dengan mudah dan cepat. Barang bisa sampai dengan aman dan terpercaya tanpa harus ke luar rumah. Toko *online* adalah fasilitas atau toko yang menjual dan mengirimkan barang dan jasa secara *online* (Irawati dan Prasetyo, 2021)*.* Pengguna dapat mengunjungi toko *online* melalui internet yang ada di *smartphone.* Berkat itu, pengunjung toko *online* melalui akun mereka dapat melihat barang-barang yang ditawarkan*.* Konsumen dapat melihat produk yang ditampilkan di toko sasaran, seperti foto, bahkan video barang yang diinginkan. Toko *online* dapat didefinisikan sebagai tempat penjualan dan sebagian besar aktivitasnya dilakukan secara *online* di internet. Toko *online* memberi konsumen berbagai fasilitas, seperti opsi *door to door* yang hemat biaya, pembayaran transfer bank, dan harga yang lebih kompetitif (Nurhayati, 2017: 10).

*Online shop* berkembang dengan terciptanya berbagai jejaring sosial, misalnyaFacebook, Twitter, Instagram*,* dan Whatsapp*,* termasuk dengan adanya jenis *online shop,* seperti *Shoopee, TokoPedia*, dan *JD.ID*. Jejaring sosial ini memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual secara *online* dan semuanya dimungkinkan karena perkembangan teknologi.

Perkembangan teknologi membawa perubahan pada perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pribadi maupun kebutuhan rumah tangga menjadi lebih efektif. Masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk mencari barang yang dibutuhkan. Konsumen cukup mencari informasi barang yang diinginkan melalui aplikasi yang ada, kemudian melakukan transaksi pembayaran. Selanjutnya, konsumen menunggu barang sampai ke alamat. Hal tersebut dapat menghemat tenaga dan konsumen tetap bisa mendapatkan harga yang terjangkau.

Mayoritas konsumen *online* di Indonesia adalah konsumen muda yang memahami penggunaan internet yang sangat berkembang (Azizah, 2020). Muda yang dimaksud adalah bagi generasi Z. Genersi Z adalah generasi yag lahir dari tahun 1996-2010. Generasi ini merupakan generasi yang paling muda yang memasuki angkatan kerja. Generasi Z lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya (Firamadhina dan Krisnani, 2020). Generasi ini sudah dikenalkan dengan teknologi dan sangat akrab dengan *smartphone* dan dikategorikan sebagai generasi yang kreatif. Ketika jangkauan internet semakin luas berkat kemunculan *smartphone,* harga beli barang semakin terjangkau dan harga paket internet juga memadai. Hal tersebut menyebabkan perilaku konsumen Indonesia dalam menggunakan internet mengalami perubahan. Hal ini dikarenakan rata-rata konsumsi internet harian dan tempat mengakses internet juga meningkat.

Perkembangan teknologi tidak terbatas pada anak muda. Ibu rumah tangga merupakan konsumen yang saat ini juga banyak menggunakan smartphone (Yanti, 2018). Ibu rumah tangga juga ikut dimudahkan dalam berkegiatan. Mereka dengan cermat memahami perkembangan teknologi serta belanja melalui online shop untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga melalui handphone. Jaringan internet dan teknologi yang ada mempengaruhi tingkat kebutuhan ibu rumah tangga. Hal ini karena belanja sudah menjadi rutinitas dalam pemenuhan kebutuhan hidup.

Meskipun demikian, ada masyarakat yang belanja tidak sesuai dengan kebutuhan atau tidak ada kaitannya dengan tujuan atau manfaat dari barang yang dibeli. Belanja *online* memang mempengaruhi perilaku masyarakat. Jika barang tersebut terlihat menarik, pengaruh untuk membeli akan meningkat. Ada perilaku konsumen yang membeli barang berdasarkan suka dan tidak suka tanpa memperhitungkan kegunaan atau manfaat barang tersebut (Astuti, 2013: 82).

Membahas perilaku konsumen merupakan hal yang menarik. Perilaku konsumen bukanlah hal yang baru, namun dengan berkembangnya ekonomi dan teknologi, konsumen selalu memiliki sesuatu yang baru. Dari waktu ke waktu, pelaku pasar juga memperhatikan perilaku konsumen. Menurut Hawkins dan Mothersbaugh, perilaku konsumen merupakan studi terkait individu, kelompok, dan organisasi, serta proses yang digunakan untuk memilih, melindungi, menggunakan, dan menghentikan pembuatan produk, layanan, pengalaman, atau ide guna memenuhi kebutuhan mereka dan dampaknya pada konsumen maupun masyarakat (dalam Suryani, 2013: 5-6).

Salah satu perilaku konsumen dalam berbelanja online dapat dilihat pada kasus ibu rumah tangga yang menggunakan metode pembayaran COD (*Cash On Delivery*). Sebagai pelanggan, ibu rumah tangga tidak mau membayar paket yang telah dibuka setelah dikirim oleh kurir. Ibu rumah tangga memilih meninggalkan kurir pengantar paket belanja online tanpa membayar paket pesanan yang telah dibuka dengan alasan barang yang dipesan kurang memenuhi keinginan. Ibu rumah tangga tersebut masih belum memahami bagaimana sistem belanja *online shop* serta teknologi yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan, seperti risiko yang akan terjadi.

Dengan adanya perubahan perilaku konsumen serta adanya kasus tersebut, hal ini mempengaruhi tingkat pemahaman ibu rumah tangga dalam menggunakan teknologi dalam berbelanja online. Banyaknya kasus kesalahpahaman dalam memanfaatkan teknologi dalam berbelanja secara online menyebabkan perlunya dilakukan penelitian mengenai perilaku konsumen, khususnya ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga harus lebih kritis dan harus memahami perkembangan yang ada di sekitarnya, terutama mengenai sistem *online shop.*

Ibu rumah tangga yang mampu mengubah perilaku ini disebabkan oleh pengaruh budaya yang dimiliki. Misalnya, ibu rumah tangga yang berasal dari suku Minangkabau dengan konsep alam takambang jadi guru mampu mempelajari sistem belanja berubah dari konvensional menjadi sistem online. Untuk melihat perilaku konsumen ibu rumah tangga yang mampu menjalankan perubahan tersebut, perlu dilakukan kajian mengenai perilaku ibu rumah tangga dalam belanja online, khususnya di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi.

Ibu rumah tangga menjadi alasan pemilihan kriteria sebagai informan kunci karena ibu rumah tangga selalu berbelanja untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Biasanya ibu rumah tangga melakukan pembelian secara langsung ke pusat perbelanjaan, tetapi dengan adanya teknologi dan semakin bertambahnya kebutuhan rumah tangga, ibu rumah tangga dapat memanfaatkan internet dalam memenuhi kebutuhan. Dengan begitu, ibu rumah tangga juga dapat memahami online shop dengan teknologi yang dimiliki.

Dalam penelitian ini, dikaji perilaku ibu rumah tangga yang ada di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi merupakan kota wisata yang menghadirkan banyak pilihan produk dan juga banyak pilihan harga. Para pedagang menawarkan harga yang bervariasi kepada para pembeli. Penjual di beberapa toko bahkan menawarkan harga produk cenderung lebih mahal dibandingkan dengan harga di tempat lain, seperti di toko online. Hal ini disebabkan oleh kriteria pembeli yang datang ke Bukittinggi. Para pembeli tidak hanya berasal dari Kota Bukittinggi, tetapi juga berasal dari luar kota dan memiliki pendapatan lebih untuk berbelanja.

Kondisi tersebut menyebabkan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang yang pada awalnya merupakan salah satu konsumen kini beralih menjadi konsumen online dengan berbelanja melalui toko *online*. Zunelawaty misalnya, Ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang menilai bahwa harga produk di toko online jauh lebih murah jika dibandingkan dengan harga di pasar tradisional Bukittinggi, seperti Pasar Aur atau Pasar Bawah. Ibu rumah tangga ini belanja kebutuhan pokok bulanan dan juga kebutuhan lain yang mampu menunjang gaya hidup, seperti fashion, produk kecantikan, dan juga aneka tas yang menjadi way of life. Dengan demikian, telah terjadi perubahan perilaku ibu rumah tangga sebagai konsumen dalam memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian mengenai “Perilaku Konsumen dalam Memenuhi Kebutuhan melalui Belanja *Online:* Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi” perlu dilakukan. Penelitian ini akan dikhususkan pada kasus belanja *online* ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang. Ibu rumah tangga tersebut dipilih karena merupakan salah satu konsumen yang terdampak kenaikan harga di pasar tradisional Bukittinggi. Kota Bukittinggi yang menjadi kota wisata menyebabkan ibu rumah tangga berhadapan dengan pengunjung yang berdarmawisata ke daerah tersebut. Mereka sering mendapatkan harga produk yang lebih mahal jika dibandingkan dengan harga produk di toko *online*. Setelah berbelanja *online,* ibu rumah tangga bisa mendapatkan produk yang lebih bervariasi daripada di pasar tradisional Kota Bukittinggi*.* Akibatnya, pilihan belanja di toko *online* semakin banyak dan kepuasan belanja juga semakin tinggi. Dengan demikian, ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi banyak yang kemudian memilih belanja *online* dalam memenuhi kebutuhan.

1. **Rumusan Masalah**

Kemajuan teknologi tidak hanya dirasakan oleh kalangan muda. Ibu rumah tangga juga merasakan dampak teknologi dalam menggunakan media sosial. Hal ini disebabkan oleh dorongan untuk memenuhi kebutuhan atau adanya alasan di luar dari kebutuhan yang pada akhirnya mengakibatkan ibu rumah tangga menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan. Ibu rumah tangga tidak hanya memenuhi kebutuhan dengan secara langsung datang ke pasar atau ke toko, tetapi juga memenuhi kebutuhan dengan menggunakan *online shop*.

Perilaku konsumen ibu rumah tangga pada zaman sekarang yang sudah didukung oleh teknologi menyebabkan ibu rumah tangga mempunyai karakteristik sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan adanya cara belanja lebih mudah, yaitu *online shop,* ibu rumah tangga menggunakan internet untuk bermedia sosial mencari informasi yang dibutuhkan. Dalam melakukan hal tersebut, ibu rumah tangga juga pasti memiliki kendala serta adanya masalah ketika menggunakan aplikasi *online shop*. Hal ini dapat mengakibatkan terjadinya kesalahpahaman dalam menggunakan dan memahami teknologi. Akibatnya, banyaknya kasus yang terjadi mengenai belanja secara *online* pada ibu rumah tangga.

Melihat adanya perubahan perilaku ibu rumah tangga dalam memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam belanja *online,* penelitian ini difokuskan untuk melihat fenomena *online shop* yang dialami ibu rumah tangga untuk berbelanja memenuhi kebutuhan, serta melihat pengaruh kualitas informasi yang diperoleh ibu rumah tangga dalam *online shop.* Dengan demikian, dalam penelitian ini akan dijawab beberapa pertanyaan-pertanyaan berikut.

1. Bagaimana perilaku konsumen ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi terhadap keputusan pembelian di *online shop*?
2. Bagaimana tingkat pemahaman terhadap informasi dan proses pengambilan keputusan yang dilakukan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi dalam memanfaatkan teknologi terhadap pembelian kebutuhan melalui *online shop*?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi dalam belanja *online*?
4. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan perilaku konsumen ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi terhadap keputusan pembelian di *online shop*.
2. Menjelaskan pemahaman tingkat terhadap informasi dan proses pengambilan keputusan yang dilakukan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi dalam memanfaatkan teknologi terhadap pembelian kebutuhan melalui *online shop*
3. Menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi dalam belanja *online*.
4. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki manfaat di bidang akademis dan bidang praktis. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. **Bidang Akademis**

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi pada pengayaan wacana pengetahuan, khususnya penelitian antropologi tentang perilaku konsumen di masyarakat dan khususnya pilihan belanja *online* yang dilakukan ibu rumah tangga. Hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan bahan acuan untuk penelitian sejenis. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang substansial terhadap teori-teori yang berkaitan dengan masalah tersebut, seperti teori antropologi budaya sehingga analisis perilaku konsumen menjadi dasar untuk menentukan segmen pasar dan tujuan pasar konsumen.

1. **Bidang Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi para ibu rumah tangga mengenai perilaku konsumen *online*. Ibu rumah tangga sebagai agen perubahan tidak akan puas dengan perkembangan teknologi yang konstan dengan cara menghilangkan kemungkinan membeli seperti biasa. Perkembangan teknologi menyebabkan perkembangan perilaku belanja. Oleh karena itu, ibu rumah tangga dapat memanfaatkan penelitian ini menjadi pengetahuan mereka.

1. **Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka menjelaskan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan erat dengan penelitian selanjutnya. Berdasarkan analisis literatur, sejumlah hasil penelitian telah ditulis pada sejumlah aplikasi teknis dan perilaku konsumen dalam belanja *online* pada masyarakat. Berikut studi kepustakaan yang berkaitan.

1. Ngafifi (2014: 40) dalam jurnal “Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya” dalam *Jurnal Pembangunan Pendidikan : Fondasi dan Aplikasi*” menyatakan bahwa teknologi dapat mengubah hubungan dan interaksi manusia. Interaksi antar-individu tidak harus dilakukan secara tatap muka. Di era sekarang, interaksi dapat dilakukan kapan saja melalui telepon, *handphone, email, chatting, facebook, Yahoo!Messenger, Twitter, Internet Relay Chatting,* dan berbagai teknologi canggih lainnya. Kemajuan teknologi memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang membawa manfaat teknologi pada tataran sosial budaya pola kehidupan manusia. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa teknologi memudahkan antar-individu untuk berinteraksi. Namun, dalam penelitian ini, interaksi yang dijelaskan dikhususkan kepada ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi. Dengan demikian, penelitian ini sangat relevan mencerminkan perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan melalui belanja *online* sebagai manfaat dari perkembangan teknologi.
2. Avisha (2018: 38-61) dalam skripsi yang berjudul .”Perbedaan Minat Belanja *Online*  Generasi X, Y dan Z”. menyatakan bahwa dengan melakukan survei belanja *online* terhadap 90 responden Gen X, Y, dan Z yang lahir di Yogyakarta, dapat diambil kesimpulan bahwa di antara tiga generasi yang disurvei oleh narasumber, mayoritas adalah perempuan (80%). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa Generasi Y lebih tertarik berbelanja *online* dibandingkan Generasi X dan Z. Generasi Y adalah generasi yang lahir dari tahun 1980—1995 yang dikenal dengan generasi millenial atau milenium. Generasi ini banyak menggunakan teknologi instant, seperti email, SMS, instant messaging dan lain sebagainya. Penelitian ini sangat relevan dengan penelitian mengenai perilaku ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi yang melakukan belanja *online*. Ibu rumah tangga di daerah ini merupakan kelompok umur yang termasuk ke dalam generasi Y yang dikemukakan oleh Avisha (2018).
3. Hanifah dan Rahadi (2020: 114-116) dalam jurnal yang berjudul “*Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19*.” menyatakan bahwa masyarakat saat ini, terutama kondisi dan situasi yang dihadapi mahasiswa, mendorong mereka untuk berbelanja *online*, yang dulunya hanya menjadi pilihan dan kini menjadi kebutuhan. Digitalisasi telah menjadi teknologi yang dapat mendorong masyarakat untuk aktif dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk berbelanja. Ini adalah faktor perubahan konsumen dan itu terjadi selama pandemi ini. Sementara itu, ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi juga melakukan belanja *online*. Tidak hanya karena pandemi, tetapi juga karena faktor harga dan variasi produk yang ditawarkan melalui platform belanja online
4. Rohmah (2020: 1375-1377) dalam jurnal yang berjudl “Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Di Indonesia” menjelaskan bahwa terjadinya pandemi covid-19 mempengaruhi segala aspek, termasuk aspek ekonomi yang berdampak salah satunya pada perubahan perilaku konsumen. Ada perubahan cara belanja yang dilakukan oleh konsumen, yakni berbelanja melalui *e-commerce.*  Hal ini menjadi pemicu peningkatan penggunaan dari *e-wallet*. Selain itu, banyak pihak pengelola yang menggandeng gojek membuka layanan *online* melalui jasa *go shop*. Hal ini juga dirasakan oleh ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi. Pandemi Covid-19 juga menyebabkan ibu rumah meningkatkan pemenuhan kebutuhan melalui belanja *online.*
5. Yusup, dkk. (2020: 4-8) dalam jurnal yang berjudul Pengaruh Bencana Covid-19, Pembatasan Sosial, dan Sistem Pemasaran Online terhadap Perubahan Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Retail” menjelaskan bahwa bencana pandemi Covid-19 serta kebijakan pembatasan sosial memaksa sebagian besar pedagang mengalihkan model bisnisnya dari sistem penjualan langsung ke sistem pemasaran *online*. Kendala sosial dan sistem internet marketing memberikan dampak positif serta signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen saat membeli produk retail, yakni sebesar 89,5% dan sisanya 10,5% adalah faktor lain yang belum dijelajahi. Dengan demikian, para pelaku usaha mengubah pola penjualan produk-produk lainnya dari sistem pemasaran langsung beralih ke sistem pemasaran secara *online.* Oleh karena itu, pembeli juga semakin meningkat melakukan pembelian melalui *online* sebagaimana yang dilakukan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi dalam penelitian ini.

Berdasarkan tinjauan pustaka tersebut, perbedaan antara penelitian yang akan dijadikan subjek penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian yang akan dibahas. Penelitian ini melihat perilaku konsumsi ibu rumah tangga di Bukittinggi dalam memenuhi kebutuhan melalui belanja *online*. Pada awalnya, ibu rumah tangga jarang menggunakan teknologi dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga, kini lebih memanfaatkan teknologi yang dimiliki. Ibu rumah tangga memerlukan pemahaman dalam informasi yang diperoleh mengenai belanja *online.* Dalam pemahaman tersebut, ibu rumah tangga memiliki kendala yang diperoleh dalam memanfaatkan teknologi yang ada, terutama dalam memenuhi kebutuhan melalui *online shop.* Oleh karena itu, penelitian ini penting dalam melihat perilaku konsumen ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan melalui belanja *online.*

1. **Kerangka Pemikiran**

Antropologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *anthropos* berarti “manusia” dan *logos* berarti “studi”. Antropologi merupakan suatu disiplin yang berdasarkan rasa ingin tahu yang tiada henti-hentinya tentang manusia (Ihromi, 1996: 1). Dengan demikian, antropologi merupakan ilmu pengetahuan tentang manusia, unsur-unsur kebudayaan yang dihasilkan manusia, serta dapat menelaah sifat-sifat manusia secara umum dan menempatkan manusia yang unik dalam sebuah lingkungan yang lebih bermartabat (Nurmansyah, Rodliyah, dan Hapsari, 2019: 1).

Manusia sebagai makhluk masyarakat dapat dikaji melalui sifat-sifat khusus, kebiasaan, dan nilai yang membuat pergaulan hidup menjadi berbeda dari yang satu dengan lainnya (Bauto, 2014). Salah satunya mengkaji perubahan perilaku manusia akibat perkembangan teknologi. Dalam hal ini, perilaku yang perlu dikaji ialah perilaku ibu rumah tangga sebagai konsumen belanja *online*.

Menurut Engel et al (2006), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsian, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Sementara itu, Mowen dan Minor (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian, dan penentuan barang, jasa, dan ide. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan seseorang dalam membuat sebuah keputusan terkait pemerolehan, pengonsumsian, dan penghabisan produk/jasa. Dalam hal ini, perilaku konsumen dimaksudkan pada tindakan yang dilakukan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang dalam membuat sebuah keputusan terkait pemerolehan, pengonsumsian, dan penghabisan produk rumah tangga.

Di tengah-tengah gencarnya pasar online saat ini, ibu rumah tangga merupakan kelompok yang merasakan dampak perubahan teknologi dalam belanja. Oleh karena itu, ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi menjadi informan yang dikaji perilakunya sebagai konsumen dalam penelitian ini. Perkembangan teknologi menyebabkan terjadinya perubahan budaya. Masyarakat yang menganut prinsip bertatap muka dalam berkomunikasi berubah menjadi komunikasi tanpa tatap muka.

Sementara itu, kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Dengan kata lain, kebudayaan merupakan faktor paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Lahirnya masyarakat konsumsi karena semakin banyaknya kebutuhan. Perkembangan teknologi dapat menyebabkan perubahan budaya dalam memenuhi kebutuhan. Dengan semakin banyak penawaran produk secara online dan semakin mudah proses untuk belanja secara online, pemenuhan kebutuhan masyarakat juga berubah dari konvensional ke online. Konsumsi masyarakat pun meningkat menjadi pemenuhan kebutuhan secara online.

Perubahan ini dalam budaya Minangkabau berkaitan dengan pepatah *sakali aia gadang, sakali tapian barubah.* Kata sakali adalah kata penunjuk bilangan yang bermakna ‘satu kali’ dalam bahasa Indonesia. Kata sekali bisa juga bermakna ‘suatu waktu/masa’. Selanjutnya, kata “*aia*” dalam bahasa Indonesia sama dengan air. Kata air ditambahkan kata gadang sesudahnya. *Gadang* sama dengan ‘besar, banyak’. *Aia gadang* maknanya adoaah air yang banyak dan dapat disamakan dengan ‘banjir’ dalam bahasa Indonesia.

Setelah “*aia gadang*”, dinyatakan bahwa tapian barubah. Tapian maksudnya adalah tempat yang dangkal di tepi batang air atau sungai. Biasanya dipakai untuk tempat mandi atau mencuci. Barubah artinya menjadi berbeda dengan sebelumnyo. Jadi, tepian yang menjadi tempat mandi atau mencuci berbeda dengan sebelumnya. Berkaitan dengan aia gadang, ada hal yang menyebabkan tepian berubah, yakni aia gadang yang tiba. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa apa pun yang terjadi di batang air ketika aia gadang tiba, tepian yang semula dangkal berubah menjadi tidak dangkal. Bahkan, tempat yang dangkal tadi bisa hilang atau tempat yang semula tidak dangkal, sesudah aia gadang tiba berubah menjadi dangkal. Hal tersebut disebabkan oleh aia gadang yang sekali datang yang menyebabkan tepian berubah.

Bagi orang Minang, pepatah tersebut menjelaskan bahwa hidup akan terus berubah. Tidak ada yang tetap dalam hidup karena hidup terus barubah. Setiap individu dituntun agar dapat menyesuaikan diri dalam parubahan tersebut. Orang Minang harus menyesuaikan diri dengan kabiasaan-kabiasaan baru, termasuk salah satunya akibat perkembangan teknologi. Cara hidup, berbaur, menjalani perkembangan teknologi harus disesuaikan. Tujuannya agar hidup tetap bisa dilanjutkan meskipun ada yang barubah. Hal ini juga terjadi dalam kehidupan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang. Meskipun teknologi sudah berkembang, kehidupan harus dilanjutkan. Ibu rumah tangga harus memaknai perubahan dengan ikut memanfaatkan teknologi dalam memenuhi kebutuhan hidup. Ibu rumah tangga harus menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi dengan menggunakan smartphone dan melakukan belanja online untuk memenuhi kebutuhan.

Saat ini perkembangan peradaban manusia bersamaan dengan perkembangan metode penyampaian informasi yang disebut teknologi. Ada beberapa perkembangan teknologi yang muncul dari waktu ke waktu. Banyak orang menggunakan teknologi guna mencari informasi serta melakukan aktivitas sehari-hari dengan lebih mudah. Dengan pesatnya perkembangan teknologi ini, banyak orang yang memanfaatkannya sebagai media untuk menghasilkan keuntungan. Salah satunya melakukan kegiatan yang pada awalnya secara *offline* menjadi *online*. Oleh karena itu, kegiatan jual beli juga dapat mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya melalui media *online*, atau dapat juga berupa belanja secara *online* yang menghimpun pedagang dan pembeli dari seluruh dunia dalam satu *website*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Motivasi oleh Abraham H. Maslow. Maslow menjelaskan bahwa perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh motivasi. Motivasi menyebabkan perilaku diarahkan pada tujuan. Melalui motivasi, manusia bisa diarahkan untuk kebutuhan tertentu. Hal ini menyebabkan Maslow menganjurkan sebuah teori motivasi dengan tujuan untuk mengarahkan perilaku manusia agar bisa diarahkan untuk mencapai tujuan. Melalui motivasi, manusia bisa diarahkan untuk kebutuhan tertentu. Keseluruhan motivasi yang dikembangkan oleh Maslow berintikan pendapat yang mengatakan bahwa kebutuhan manusia itu dapat klasifikasikan pada lima hierarki kebutuhan, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan atau esteem, dan kebutuhan untuk aktualisasi diri (Maslow dalam Siagian, 2004 : 146).

Untuk dapat memahami teori hierarki kebutuhan oleh Maslow dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :

**Gambar 1.**

**Model Hierarki Kebutuhan Maslow**



Menurut Maslow, kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hierarki. Disebut hierarki karena memang manusia memenuhi kebutuhannya secara berjenjang. Manusia akan berusaha memenuhi satu jenjang kebutuhan terlebih dahulu. Setelah jenjang pertama terpenuhi, manusia akan mencoba memenuhi kebutuhan yang ada di jenjang berikutnya. Berikut penjelasan mengenai teori hierarki kebutuhan oleh Maslow (Maslow dalam buku Siagian, 2004 : 146-160).

* + - 1. **Kebutuhan Fisiologis**

Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan paling mendasar dari hierarki Maslow. Kebutuhan ini disebut juga sebagai kebutuhan primer, seperti makan, minum, pakaian, dan tempat tinggal. Manusia akan memenuhi kebutuhan fisiologis terlebih dahulu sebelum ia beranjak ke kebutuhan berikutnya. Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan yang paling kuat dan mendesak pemenuhannya.

* + - 1. **Kebutuhan Rasa Aman**

Kebutuhan akan rasa aman merupakan kebutuhan yang menempati posisi kedua dari hierarki Maslow. Kebutuhan rasa aman ini meliputi kebutuhan keamanan dan perlindungan dari bahaya fisik dan emosi. Kebutuhan ini didapatkan setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi. Kebutuhan rasa aman dipenuhi untuk mendukung pemenuhan kebutuhan lain agar bisa terus berjalan dengan baik.

* + - 1. **Kebutuhan Sosial**

Kebutuhan sosial merupakan kebutuhan yang menempati posisi ketiga dari hierarki Maslow. Kebutuhan sosial ini meliputi kebutuhan kasih sayang, rasa memiliki, bersosialisasi, penerimaan, dan persahabatan. Manusia sejatinya adalah makhluk sosial, tidak mengherankan jika manusia membutuhkan sosialisasi dalam menjalani hidupnya. Sebab dalam menjalani hidupnya, manusia senantiasa membutuhkan bantuan dari orang lain.

* + - 1. **Kebutuhan Penghargaan**

Kebutuhan penghargaan merupakan kebutuhan yang menempati posisi keempat dari hierarki Maslow. Kebutuhan penghargaan meliputi faktor-faktor internal, seperti harga diri, otonomi, dan prestasi serta faktor-faktor eksternal, seperti status, pengakuan, dan perhatian. Kebutuhan penghargaan atau disebut juga kebutuhan harga diri merupakan hak untuk memperoleh dan kewajiban untuk meraih atau mempertahankan pengakuan dari orang lain. Pengakuan akan diperoleh seseorang apabila telah sukses dalam memenuhi kebutuhan sosialnya. Kebutuhan ini bisa menjadi sangat ambisius apabila yang memenuhi kebutuhan ini adalah seseorang yang sering mencari status.

* + - 1. **Kebutuhan Aktualisasi Diri**

Kebutuhan aktualisasi diri merupakan kebutuhan yang menempati posisi tertinggi dari hierarki Maslow. Kebutuhan ini mencakup kebutuhan untuk mengembangkan potensi yang ada pada diri sendiri, kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan diri, serta kebutuhan untuk menjadi orang yang lebih baik. Kebutuhan ini umumnya jarang dipenuhi oleh seseorang. Sebagian besar orang-orang hanya fokus pada kebutuhan fisik, rasa aman, sosial, dan harga diri. Kebutuhan ini biasanya hanya dipenuhi oleh orang-orang yang ingin menaklukkan kemampuan dirinya dan yang berani menerima tantangan dari luar. Tujuan utama pemenuhannya adalah untuk memperoleh kepuasan batin dan meningkatkan kepercayaan diri.

Teori motivasi dari Maslow digunakan dalam penelitian ini karena teori ini merupakan teori dasar yang mewakili kebutuhan-kebutuhan manusia. Dalam hierarki kebutuhan Maslow, kita dapat melihat bagaimana posisi seorang ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan keluarga dengan adanya pendapatan yang ada dalam keluarga tersebut. Ibu rumah tangga mendapatkan sejumlah penerimaan dari suami untuk digunakan dalam rangka memenuhi kebutuhan keluarga. Dalam hal ini, ibu rumah tangga berusaha memenuhi kebutuhan yang pertama, yakni kebutuhan fisiologis. Ibu rumah tangga memenuhi kebutuhan primer anggota keluarga, seperti makan, minum, pakaian, dan segala perlengkapan di rumah. Ibu rumah tangga memenuhi kebutuhan fisiologis terlebih dahulu sebelum anggota keluarga memenuhi kebutuhan berikutnya. Oleh karena kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan yang paling kuat dan mendesak pemenuhannya, perilaku ibu rumah tangga perlu dikaji dengan menggunakan teori Maslow ini agar nantinya dapat diberikan bentuk motivasi yang tepat untuk setiap ibu rumah tangga.

Dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga, salah satu faktor penting yang secara fundamental mempengaruhi keputusan pembelian adalah motivasi. Motivasi adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Seseorang atau dalam rumah tangga memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Abraham Maslow berusaha menjelaskan mengapa orang didorong oleh kebutuhan tertentu pada waktu tertentu. Kebutuhan manusia tersusun dalam hierarki, dari yang paling mendesak sampai yang paling kurang mendesak. Berdasarkan urutan tingkat kepentingannya, kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisik, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri.

Konsumen bisa memilih sendiri kebutuhan atau keinginan hidup. Kebutuhan atau keinginan konsumen banyak berubah seiring dengan berjalannya waktu dan dipengaruhi oleh banyak aspek yang mempengaruhi pengeluaran konsumen. Oleh karena itu, petugas pemasaran perlu memahami perilaku konsumen agar kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan segera dan efektif untuk mencapai tujuan perusahaan (Sugiyanto dan Haryoko, 2020: 171).

Minat atau motivasi konsumen dalam berbelanja pada dasarnya merupakan faktor pendorong yang menentukan pembelian suatu produk. Keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai proses yang dilakukan konsumen untuk memperoleh barang yang tepat yang dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan, dan pilihan tersebut akan mendorong konsumen untuk mengambil keputusan berdasarkan selera konsumen, seperti pemilihan produk, merek, distributor, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran, dan determinan lainnya (Firmansyah, 2018: 37-40).

Akibat hal tersebut, ada perubahan perilaku dari kondisi yang harus berhadapan secara langsung dalam melaksanakan berbagai aktivitas, yang sekarang dilaksanakan secara *online*. Kondisi ini menyebabkan terjadinya integrasi kebudayaan dengan teknologi. Nilai budaya yang terintegrasi merupakan sebuah langkah adaptasi terkait beragam kebudayan, seperti kebiasaan masyarakat yang berbeda dari sebelumnya. Hal ini menyebabkan terjadinya keharmonisan dan kesesuaian yang berguna secara optimal dalam berkehidupan.

Nilai integrasi budaya juga merupakan bentuk pertukaran budaya. Kelompok yang berbeda mulai beradaptasi dengan lingkungan dan budaya, kepercayaan, perilaku, dan kebiasaan yang berbeda tanpa membahayakan identitas budaya mereka sendiri (Widyosiswoyo, 2009: 54). Salah satu kelompok yang beradaptasi dengan lingkungan dan budaya ialah ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Ibu rumah tangga tersebut pada awalnya berbelanja secara konvensional ke pasar tradisional. Namun, agar dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang ada, ibu rumah tangga berbelanja secara *online* untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Adaptasi perilaku ini yang kemudian menjadi nilai yang terintegrasi budaya. Berkat digitalisasi, ibu rumah tangga lebih mudah menciptakan bentuk baru komunikasi budaya dan beradaptasi dengan budaya yang dimiliki sebelumnya.

Perkembangan teknologi dan internet mempengaruhi kehadiran *online shop* sehingga lebih mudah mendapatkan barang yang diinginkan atau jasa yang dicari. Perkembangan bisnis internet, khususnya di Indonesia dipengaruhi oleh salah satu faktor, yaitu pertumbuhan jumlah koneksi internet di Indonesia yang berkembang pesat dibandingkan dengan fasilitas secara *offline.* Hal ini menguntungkan untuk kemajuan bisnis *online* dibandingkan secara *offline* (Utami, 2010 : 62).

Toko *online* adalah fasilitas atau toko yang menyediakan barang atau jasa melalui internet sehingga pembeli toko *online* dapat mencari barang yang ada di toko *online* (Loekamto, 2012 : 3). Konsumen dapat melihat produk dalam bentuk foto dan video. Toko *online* atau *online shop* bisa dikatakan *outlet*, dan kegiatannya paling banyak berlangsung di internet. *Online shop* memberikan banyak kemudahan kepada konsumen, seperti penghematan tenaga dan waktu, barang bisa dikirim ke alamat tujuan, pembayaran dapat dilakukan melalui transfer bank, serta harga lebih kompetitif.

Perubahan kebiasaan masyarakat dari waktu ke waktu sangat dipengaruhi oleh waktu dan teknologi. Dengan semakin canggihnya teknologi yang ada, gaya hidup masyarakat juga berkembang. Untuk memahami hal tersebut, faktor budaya memiliki pengaruh terbesar. Pada dasarnya, pemahaman budaya tentang perilaku konsumen lebih menekankan pada kumpulan ide dan gagasan yang dimiliki orang dalam suatu komunitas tertentu setelah memahami wilayah pasar di mana komunitas itu berada (Firmansyah, 2018).

Beranjak dari konsep tersebut, dalam penelitian ini, akan dijelaskan perilaku konsumen ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan melalui belanja *online*. Dengan melihat fenomena yang tampak, akan dideskripsikan dan ditafsirkan perilaku ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi yang mengubah kebiasaan mereka dalam memenuhi kebutuhan melalui berbelanja *offline* ke belanja *online*.

**Gambar 2.**

**Kerangka Pemikiran**

|  |
| --- |
| BudayaMotivasiPerilaku Belanja *Online*Kebutuhan/Keinginan |

Gambar 2 tersebut menunjukkan kerangka pemikiran yang menghubungkan antara budaya, motivasi, perilaku belanja *online,* dankebutuhan/keinginan. Kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan bahwa ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi memiliki budaya yang dapat memotivasi mereka untuk memenuhi kebutuhan yang banyak dengan sumber penerimaan yang sedikit.

Budaya yang dimaksud ialah budaya yang berkenaan dengan konsep *sakali aia gadang, sakali tapian barub*ah yang menyebabkan ibu rumah tangga mengikuti perkembangan teknologi dalam memenuhi kebutuhan hidup. Ibu rumah tangga memilih belanja online karena memiliki sistem belanja sudah berubah dari konvensional ke modern. Masyarakat sudah tidak belanja lagi ke pasar tradisional, tetapi sudah memilih belanja online. Kehadiran belanja online menyebabkan ibu rumah tangga dapat membandingkan kelebihan dan kekurangan dalam melakukan proses tersebut. Belanja online justru memberikan banyak keuntungan yang kemudian menjadi sebuah perilaku bagi ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang Kota Bukittinggi.

Belanja ke pasar tradisional membutuhkan waktu, tenaga, dan biaya transportasi, sedangkan belanja *online* hanya membutuhkan waktu karena tidak diperlukan tenaga dan transportasi untuk mencari dan menemukan barang yang dicari. Lalu, dalam belanja secara *online,* ibu rumah tangga bisa mendapatkan diskon untuk produk-produk yang diinginkan. Hal ini kemudian menjadikan ibu rumah tangga meningkatkan motivasi dari belanja kebutuhan menjadi belanja barang-barang yang menjadi keinginan.

1. **Metode Penelitian**

**1). Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Penelitian ini dilakukan di tingkat kecamatan karena peneliti berasal dari wilayah tersebut dan mengetahui kondisi ibu rumah tangga di wilayah yang menjadi tujuan penelitian. Di samping itu, kecamatan dipilih untuk mendapatkan keberagaman ibu rumah tangga yang melakukan pembelanjaan secara online. Semakin luas wilayah yang dikaji diharapkan dapat mencerminkan bahwa perilaku ibu rumah tangga dalam belanja online menunjukkan perkembangan yang sama. Jika penelitian dilakukan di tingkat kelurahan, dikhawatirkan data semakin sedikit dan terbatas, serta perilaku ibu rumah tangga dalam melakukan belanja online tidak terdeskripsikan sesuai dengan tujuan penelitian.

Pertimbangan dalam memilih daerah ini juga dikarenakan lokasi antara Kecamatan Guguk Panjang dan Pasar Tradisional Kota Bukittinggi berjarak 3,2 km. Meskipun berjarak dekat, fasilitas transportasi yang dapat digunakan untuk mencapai lokasi tersebut sangat terbatas. Kendaraan umum yang ada terbatas sejak kehadiran ojek online. Keterbatasan itu membuat ibu rumah tidak leluasa menuju pasar tradisional. Ibu rumah tangga harus menggunakan ojek online dengan harga yang tinggi. Hal ini kemudian menjadi pertimbangan bagi ibu rumah tangga untuk mengurangi aktivitas belanja ke pasar tradisional dan menggantinya dengan belanja online.

Bukittinggi sebagai kota wisata juga menjadi pertimbangan bagi ibu rumah tangga untuk tidak melaksanakan belanja ke pasar tradisional. Kota Bukittinggi merupakan kota wisata yang menghadirkan banyak pilihan produk dan juga banyak pilihan harga. Para pedagang menawarkan harga yang cukup tinggi kepada para pembeli. Penjual di beberapa toko menawarkan harga produk cenderung lebih mahal dibandingkan dengan harga di tempat lain, seperti di toko online. Hal ini disebabkan oleh kriteria pembeli yang cenderung berasal dari luar kota.

Kondisi tersebut menyebabkan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang yang pada awalnya merupakan salah satu konsumen kini beralih dengan berbelanja melalui toko online. Ibu rumah tersebut tidak puas dengan harga yang ditawarkan sehingga menilai bahwa harga produk di toko online jauh lebih murah jika dibandingkan dengan harga di pasar tradisional Bukittinggi, seperti Pasar Aur atau Pasar Bawah.

Ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang bisa memenuhi kebutuhan pokok bulanan dan juga kebutuhan lain yang mampu menunjang gaya hidup, seperti fashion, produk kecantikan, dan juga aneka tas yang menjadi way of life melalui belanja online. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan kepada ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi karena banyak faktor yang menyebabkan ibu rumah tangga memilih belanja online dibandingkan belanja ke pasar tradisional.

1. **Pendekatan Penelitian**

 Untuk memecahkan atau menjawab pertanyaan penelitian, dapat dipilih dua metode penelitian, yaitu metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif. Menurut Afrizal (2014:14), alasan dipilihnya masing-masing metode tersebut, atau bahkan kombinasinya, bukan karena kesulitan dan kemudahan pertimbangannya, tetapi karena tinjauan masalah atau masalah penelitian. Rumusan penelitian dan pertanyaan penelitian merupakan faktor penting dalam menentukan metode penelitian yang akan digunakan karena metode penelitian merupakan alat yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan harus konsisten dengan data yang terkumpul.

 Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif untuk mengetahui perilaku ibu rumah tangga yang melakukan belanja *online* dalam memenuhi kebutuhan. Analisis data akan dilakukan secara deskriptif untuk menjelaskan perilaku konsumen ibu rumah tangga dalam melakukan belanja *online* berdasarkan pemahaman terhadap informasi, proses pengambilan keputusan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan belanja *online.*

**3). Informan Penelitian**

Informan adalah orang-orang yang memberikan informasi, baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian. Dalam penelitian ini, informan dipilih berdasarkan kriteria yang dikemukakan informan kunci. Informan kunci diperoleh dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menyesuaikan pertimbangan dan kriteria tertentu. Pertimbangan dalam penelitian adalah orang yang ahli dalam bidang tertentu. Dalam penelitian ini, informan kunci adalah ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi.

Alasan pemilihan kriteria tersebut sebagai informan kunci karena ibu rumah tangga yang mengetahui kebutuhan rumah tangga dan ibu rumah tangga yang melakukan pemilihan barang ke pusat perbelanjaan. Namun, kini ibu rumah tangga memanfaatkan internet dan teknologi dalam pemenuhan kebutuhan. Dalam penelitian ini, kriteria informan yang ditetapkan adalah ibu rumah tangga yang berdomisili dalam daerah Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, yang berusia 30 tahun hingga 50 tahun. Ibu rumah tangga ini sudah menggunakan smartphone yang canggih seperti handphone, tablet, laptop untuk belanja online.

Dalam penelitian ini, ada 15 (lima belas) orang informan yang dipilih (lihat tabel 1). Kelima belas informan tersebut melakukan transaksi belanja di beberapa toko online, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Tiktok Shop. Penggunaan uang untuk belanja di toko online melebihi 50% pendapatan bulanan. Dengan kriteria ini, dapat dinyatakan bahwa ibu rumah tangga ini menjadikan belanja online sebagai sebuah perilaku.

Data kelima belas informan tersebut diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap ibu rumah tangga yang ada di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukitinggi. Berikut daftar nama dan usia kelima belas ibu rumah tangga yang menjadi informan dalam penelitian ini

**Tabel 1 :**

**Daftar Informan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Nama | Umur | Pekerjaan |
| 1 | Leni | 32 Tahun | IRT/Jualan Ikan |
| 2 | Isfa Diarti | 47 Tahun | IRT/Jualan Bubur |
| 3 | Neneng Fauziah | 30 Tahun | Ibu Rumah Tangga |
| 4 | Nofia Erinofita | 40 Tahun | Pedagang/IRT |
| 5 | Yusnia | 31 Tahun | Pedagang/IRT |
| 6 | Lora Saferti | 40 Tahun | IRT/PNS |
| 7 | Yunefit Ulfa | 36 Tahun | IRT/PNS |
| 8 | Fiddia Fatia | 38 Tahun | Ibu Rumah Tangga |
| 9 | Wira Wati | 40 Tahun | IRT/Guru |
| 10 | Nirwana | 50 Tahun | IRT/Jualan Bahan Pokok |
| 11 | Santi Marlina | 44 Tahun | IRT/Pedagang Mainan |
| 12 | Elfi Firza | 50 Tahun | IRT/Penjahit |
| 13 | Betty Aldonty | 42 Tahun | Ibu Rumah Tangga |
| 14 | Zunelawaty | 50 Tahun | Ibu Rumah Tangga |
| 15 | Suriana | 47 Tahun | Ibu Rumah Tangga |

Sumber : Data Primer

Kelima belas informan tersebut merupakan ibu rumah tangga yang mengatur penyelenggaraan berbagai macam pekerjaan rumah tangga. Sebagai ibu rumah tangga, para informan hanya mengurusi berbagai pekerjaan dalam rumah tangga (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Republik Indonesia, 2022). Karena memiliki banyak waktu di rumah, ibu rumah tangga yang juga memiliki keahlian tertentu, seperti memasak, menjahit, dan berkebun mengisi waktu luang di rumah dengan memanfaatkan keahlian tersebut.

Ada ibu rumah tangga yang memanfaatkan kemampuan dengan memasak. Olahan masakan ini kemudian dijual dalam bentuk makanan siap saji di warung-warung terdekat rumah. Ibu rumah tangga meletakkan makanan tersebut pada pagi hari, lalu nanti mengambil uangnya ketika sore hari. Selain itu, ada juga ibu rumah tangga yang memanfaatkan kemampuan menjahit dengan membantu orang-orang sekitar memperbaiki atau menjahit baju pesanan. Ibu rumah tangga menjahit baju pesanan tersebut ketika pekerjaan rumah tangga sudah selesai, serta ketika anak-anak sudah ke sekolah dan suami sudah pergi bekerja. Di samping itu, juga ada ibu rumah tangga yang memiliki kebun memanfaatkan waktu luang dengan bertanam sayur-sayuran. Pada masa panen, ibu rumah tangga menjual sayur-sayuran tersebut kepada penampung langganan yang ada di dekat rumah, seperti warung dan pasar tradisional.

Aktivitas tambahan yang dilakukan ibu rumah tangga ini merupakan cara yang dipilih ibu rumah tangga untuk memanfaatkan waktu di rumah, serta menjaga dengan baik keahlian yang dimiliki. Dari wawancara yang dilakukan, ibu rumah tangga mendapat manfaat dengan melakukan aktivitas tersebut. Ibu rumah tangga memiliki penerimaan rumah tangga tambahan yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Peneriman tersebut kemudian digunakan ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga dengan melakukan belanja online.

**4). Teknik Pengumpulan Data**

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas data penelitian, yaitu kualitas alat penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas tersebut berkaitan dengan validitas dan reliabilitas serta kualitas pengumpulan data yang berkaitan, serta ketepatan cara yang digunakan dalam mengumpulkan data (Sugiyono, 2016: 137).

Teknik pengumpulan data merupakan tahap penelitian karena tujuan utama penelitian ialah untuk memperoleh data. Data dikumpulkan dari sumber yang berbeda dengan cara yang berbeda dan dalam kondisi yang berbeda. Jika dilihat dari sudut pandang lingkungan, berbagai sumber dapat digunakan untuk mengumpulkan data di lapangan. Dari sudut pandang sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer mengacu pada sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul berupa wawancara, survei individu atau kelompok (orang), pengamatan terhadap objek tertentu, peristiwa atau hasil penelitian (data), sedangkan sumber sekunder adalah sumber tidak langsung yang memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui *file* (Sugiyono, 2016: 137).

Untuk menjalankan penelitian ini, peneliti memanfaatkan beberapa teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. **Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengamati kejadian saat peristiwa berlangsung. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung atau pengamatan secara langsung terhadap masalah yang diteliti. Peneliti mengamati aktivitas ibu rumah tangga ketika melakukan transaksi secara *online*. Peneliti mengamati ibu rumah tangga yang menerima kiriman produk. Pengiriman barang oleh kurir ini menunjukkan bahwa ibu rumah tangga tersebut menjadikan belanja *online* sebagai sebuah kebutuhan.

Setelah melakukan pengamatan tersebut, peneliti mendatangi ibu rumah tangga tersebut dan mengungkapkan bahwa peneliti akan melakukan penelitian terkait aktivitas belanja *online* yang dilakukan. Oleh karena itu, peneliti menanyakan aktivitas ibu rumah tangga dalam menerima kiriman produk tersebut. Dari observasi yang dilakukan, terungkap bahwa ibu rumah tangga melakukan belanja *online* dengan membeli kebutuhan rumah tangga, seperti produk kebersihan, produk kecantikan, dan makanan. Ibu rumah tangga membeli produk tersebut secara *online* karena beberapa hal, seperti harga lebih murah dan aktivitas belanja juga menjadi sangat mudah. Hal ini diperoleh setelah melakukan wawancara singkat kepada ibu rumah tangga tersebut.

Observasi ini menjadi dasar bagi peneliti untuk menjadikan ibu rumah tangga tersebut sebagai informan dalam penelitian. Observasi ini disebut dengan observasi partisipatif. Peneliti berperan sebagai pengamat dalam aktivitas yang dilakukan oleh ibu rumah tangga.

1. **Wawancara**

Teknik wawancara dalam penelitian ini berfungsi untuk mencari data dan informasi, menjelaskan, dan meneliti informasi yang diperoleh dari informan. Peneliti melakukan wawancara kepada ibu rumah yang dipilih sebagai informan kunci. Wawancara yang dilakukan berkaitan dengan aktivitas belanja *online* yang dilakukan ibu rumah tangga tersebut. Teknik wawancara yang digunakan adalah bentuk bebas, yaitu pertanyaan bentuk bebas, yaitu kalimat-kalimat yang digunakan menjadi pedoman keadaan yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini, pedoman wawancara berfungsi sebagai pengontrol agar tidak menyimpang dari permasalahan yang diteliti. Wawancara ini dilakukan dengan informan untuk mendapatkan data setelah peneliti melakukan observasi untuk memperoleh data tambahan. Peneliti menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data dari informan. Instrumen penelitian adalah alat yang dibutuhkan atau dimanfaatkan dalam memperoleh data. Peneliti memiliki beberapa pertanyaan untuk menjadi instrumen penelitian. Instrumen penelitian ini menjadi panduan bagi peneliti untuk mendapatkan jawaban dari informan.

Dalam proses wawancara yang dilakukan, pertanyaan berkembang sesuai dengan kondisi dan topik pembicaraan dalam pengumpulan data. Dengan demikian, teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara bentuk bebas. Peneliti tidak menggunakan wawancara yang tersusun secara sistematis dan melengkapi data. Panduan wawancara yang digunakan hanyalah garis besar pertanyaan yang akan diajukan agar informan penelitian dapat menjawab pertanyaan lebih leluasa dan tidak terpaku dengan adanya pilihan jawaban yang disediakan sehingga peneliti dapat memperoleh data dan informasi dengan jelas dan lebih luas.

1. **Dokumentasi**

Dalam penelitian ini, diperlukan metode dokumentasi sebagai salah satu metode dalam pengumpulan data. Dokumentasi diperlukan untuk menelusuri data historis mengenai transaksi belanja *online* yang dilakukan ibu rumah tangga di Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi. Dokumentasi yang digunakan ialah *screenshot* transaksi pembelian kebutuhan rumah tangga melalui aplikasi belanja *online*. Dokumentasi tersebut mendukung informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

1. **Analisis Data**

Analisis data merupakan proses pencarian dan pengumpulan data secara terstruktur dari wawancara, observasi, serta dokumen dengan menyusun data dan memilih apa yang penting dan dibutuhkan studi; dan menarik kesimpulan agar mudah dipahami (Sugiyono, 2016: 147). Analisis data dilakukan untuk menemukan arti dan tujuan hasil penelitian dengan membuat data lebih mudah dibaca dan diperluas. Kemudian, secara sistematis dikumpulkan dan dipilah semua data yang diperoleh dari observasi dan wawancara, dan diklasifikasikan atau dipecah berdasarkan unit dasar model, kategori, dan deskripsi sehingga muncul data yang terkait dengan pertanyaan penelitian, penyajian deskriptif, dan analisis kualitatif.

Sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Hubberman (dalam Sugiyono, 2016: 246-253), analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Kegiatan analisis data kualitatif dilakukan sampai akhir hingga menjenuhkan data. Langkah-langkah tersebut dijelaskan di bawah ini.

1. **Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Data yang didapatkan dari tempat lokasi peneliti dengan jumlah cukup besar sehingga perlu pastikan untuk dicatat ataupun direkam dengan cermat. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, semakin lama peneliti menghabiskan waktu di bidang ini, semakin banyak dan semakin kompleks data yang dapat diperoleh, serta semakin rumit data tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk segera menganalisis dan mereduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambar yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2016: 247)

Dalam penelitian ini, data direduksi berdasarkan klasifikasi tertentu yang menunjukkan perilaku ibu rumah tangga dalam melakukan belanja *online.* Klasifikasi yang dimaksud berkenaan dengan pendapatan informan, alokasi dana untuk belanja *online*, toko *online* yang dipilih, harga produk, serta produk yang dibeli.

1. **Penyajian Data (*Data Display)***

Setelah data direduksi, maka selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart,* dan sejenisnya. Menurut pendapat Miles dan Huberman, teks naratif paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif. Berdasarkan penyajian data, akan mudah untuk menafsirkan apa yang terjadi dan berlandaskan pengetahuan yang diperoleh, untuk merencanakan pekerjaan lebih lanjut. Selain itu, Miles dan Huberman menemukan bahwa selain teks naratif, tampilan data dapat berupa grafik, matriks, jaringan, serta grafik (dalam Sugiyono, 2016:249). Dalam penelitian ini, data akan disajikan dalam bentuk teks naratif yang juga didukung dengan uraian dalam bentuk tabel.

1. **Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification)***

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa langkah ketiga dalam analisis data dalam penelitian kualitatif adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang disajikan bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti kuat yang mendukung pengumpulan data lebih lanjut. Namun, jika peneliti kembali ke lokasi untuk mengumpulkan data dan kesimpulan awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten, kesimpulan yang ditarik adalah kesimpulan yang masuk akal.

Masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan terus berkembang seiring para peneliti lain memasuki bidang ini. Hasil penelitian dapat berupa foto atau deskripsi objek yang sebelumnya redup atau bahkan gelap menjadi terang setelah dilakukan penelitian. Kesimpulan ini mungkin tentang sebab-akibat atau interaksi, hipotesis atau teori. (Sugiyono, 201 : 252-253). Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan bukti-bukti yang ditemukan di lapangan, khususnya berdasarkan bukti belanja informan, serta hasil wawancara yang dilakukan terhadap informan.

1. **Jalan Penelitian**

Peneliti melakukan beberapa tahap yang harus dilalui. Pada tahap awal peneliti, dilakukan penyusunan rancangan penelitian berupa proposal penelitian dengan tujuan agar penelitian terlaksana secara optimal. Peneliti melakukan penyusunan proposal penelitian dimulai September 2020. Hal tersebut berdampingan dengan adanya tahap bimbingan bersama pembimbing I dan pembimbing II.

Setelah melaksanakan bimbingan dalam kurun waktu sekitar enam bulan, pada pertengahan Maret 2021, proposal yang telah dirancang disetujui oleh pembimbing I dan II, kemudian dilanjutkan dengan *seminar proposal* yang telah dijadwalkan pada 15 April 2021. Setelah peneliti dinyatakan lulus dalam ujian proposal oleh dosen penguji, peneliti melakukan perbaikan Bab I dikarenakan adanya revisi yang diberikan penguji dalam *ujian proposal* dengan waktu perbaikan yang diberikan selama satu bulan, yaitu sampai akhir Mei 2021.

Setelah melaksanakan revisi Bab I, peneliti terlebih dahulu menghimpunkan data sekunder sementara tentang letak geografi dan gambaran umum lokasi penelitian yang akan diteliti. Pada tanggal 15 Juni 2021, peneliti melakukan pengurusan surat izin penelitian dari Jurusan Antropologi yang surat tersebut melalui Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Andalas, dengan jadwal yang diberikan Juni 2021 hingga Agustus 2021.

Setelah surat tersebut selesai, pada tanggal 17 Juni 2021, peneliti mengantarkan surat izin penelitian tersebut serta melapor bahwa akan melakukan penelitian di wilayah Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, ke Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Bukittinggi. Tanggal 19 Juni 2021, peneliti mempersiapkan data yang dibutuhkan ketika berkunjung ke Kantor Camat Guguk Panjang sekaligus memberikan surat izin penelitian pada hari Senin tanggal 21 Juni 2021. Selama pengurusan surat izin di Kantor Kesbangpol, terdapat kendala waktu penerbitan surat izin dikarenakan pada saat pengurusan surat izin penelitian di Kesbangpol banyak mahasiswa melakukan pengurusan surat penelitian di Kota Bukittinggi. Oleh karena itu, surat izin yang diterbitkan dari Kesbangpol Kota Bukittinggi diperoleh pada 21 Juni 2021.

 Setelah memberikan surat izin dari kampus ke Kantor Kesbangpol, pada tanggal 21 Juni 2021, penelitian mengambil surat izin atau pengantar dari kantor Kesbangpol yang akan diberikan ke Kantor Camat Guguk Panjang Kota Bukittinggi dan sekaligus memberikan tujuan untuk meneliti di wilayah Kecamatan Guguk Panjang. Pada waktu yang bersamaan, peneliti melakukan wawancara beberapa pertanyaan mengenai lokasi penelitian, yaitu Kecamatan Guguk Panjang kepada bapak camat. Setelah mendapatkan informasi mengenai lokasi penelitian oleh Camat Kecamatan Guguk Panjang, beliau juga memberikan data melalui data Kecamatan Guguk Panjang dalam angka 2020, dan menjelaskan mengenai Kecamatan Guguk Panjang. Kemudian, peneliti melanjutkan pencarian data tambahan mengenai gambaran umum mengenai lokasi penelitian, serta data yang diperlukan untuk Bab II. Setelah data dikumpulkan, peneliti mengolah data yang diperoleh untuk Bab II. Pengolah data tersebut berlangsung sampai pertengahan bulan Juli 2021.

Setelah menyelesaikan Bab II, tahap selanjutnya peneliti mempersiapkan pertanyaan untuk wawancara. Penelitian melakukan wawancara kepada informan. Dalam melakukan wawancara, peneliti tidak selalu mendapatkan kemudahan untuk mencari informan yang akan diwawancara, peneliti juga mendapatkan kesulitan. Peneliti tidak bisa dengan cepat bertemu dengan informan yang akan diwawancarai. Hal tersebut dikarenakan dalam kondisi pandemi. Ketika pelaksanaan wawancara, masih ada ditemukan ibu rumah tangga yang ingin mengisi kuisioner saja. Akan tetapi, ada juga yang berkeinginan untuk bertemu secara langsung untuk diwawancarai. Dengan hal tersebut, peneliti harus mencari informasi atau kenalan ibu rumah tangga yang bersedia untuk diwawancarai dan menghubungi informan peneliti agar dapat menyesuaikan dengan waktu senggang yang dimiliki oleh informan. Setelah menentukan informan, peneliti merancang hal-hal mengenai wawancara, seperti daftar pertanyaan yang akan digunakan dalam wawancara kepada informan nanti. Pada awal Agustus 2021, peneliti melakukan wawancara kepada informan, yaitu ibu rumah tangga sampai akhir bulan Agustus.

Setelah peneliti melakukan wawancara dan mendapatkan semua data yang diperoleh, peneliti melakukan pengolahan data ke dalam bentuk tulisan, sekaligus mencari data yang belum tercukupi agar hasil penelitian lebih maksimal. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi bagi pembaca skripsi sehingga dapat diujikan yang pada akhirnya berguna bagi peneliti dalam meraih gelar Sarjana Sosial dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas.