

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Globalisasi diartikan sebagai proses yang menghasilkan dunia tunggal, masyarakat di seluruh dunia menjadi saling tergantung di semua aspek kehidupan, politik, ekonomi, dan budaya (Robertson dalam Sztompka, 1994). Globalisasi dapat didefinisikan sebagai penyebaran kebiasaan-kebiasaan yang mendunia, ekspansi hubungan yang melintasi benua, organisasi kehidupan sosial pada skala global, dan pertumbuhan sebuah kesadaran global bersama. Gagasan mengenai globalisasi mencakup sejumlah proses *transnasional*<sup>1</sup> yang dipisahkan satu sama lain walaupun mereka dapat dilihat sebagai sebuah hal yang mengglobal dalam capaian mereka. Globalisasi telah menjadi perhatian besar bagi kalangan pebisnis, khususnya dengan kemunculan pasar-pasar global dan berbagai teknologi yang menyertainya (Ritzer, 2008).

Globalisasi dapat dianalisis secara budaya, ekonomi, politik atau institusional<sup>2</sup>. Dalam aspek budaya, globalisasi dapat dilihat sebagai sebuah ekspansi transnasional dari kode-kode dan kebiasaan-kebiasaan umum (homogenitas), sedangkan glokalisasi<sup>3</sup> meliputi interaksi dari banyak input budaya lokal dan global untuk menciptakan sejenis karya tiruan atau sebuah campuran yang menimbulkan sebuah homogenitas yang sering dihubungkan dengan

---

1. Kejahatan terorganisasi yang terjadi lintas perbatasan negara dan melibatkan kelompok atau jaringan yang bekerja di lebih dari satu negara untuk merencanakan dan melaksanakan bisnis ilegal.

<https://id.m.wikipedia.org>

2. institusional disebutkan sebagai lembaga atau kelembagaan.

<https://edifinisi.com>

3. jaringan organisasi bisnis untuk menyebut adaptasi produk atau jasa terhadap wilayah atau kebudayaan tempat mereka dijual.

<https://id.m.wikipedia.org>

imperialisme budaya, untuk menempatkannya dalam cara lain, pengaruh internasional yang semakin meningkat dari sebuah budaya khusus (Martono, 2012:100). Globalisasi telah menjadi perhatian besar bagi kalangan pebisnis, khususnya dengan kemunculan pasar-pasar global dan berbagai teknologi yang menyertainya (Ritzer, 2008 dalam Martono, 2012 : 97).

Dengan terjadinya globalisasi pada saat sekarang timbullah pasar global. Pasar global adalah pasar berskala dunia yang terbuka bagi seluruh pelaku usaha. Pasar global merupakan peluang bisnis yang sangat besar dan menantang. Konsep pasar sendiri adalah salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Pasar merupakan salah satu yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang menggerakkan kehidupan ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang (Damsar, 1997 : 101).

Menurut karakteristiknya, pasar terbagi dua yaitu, pasar modern dan pasar tradisional. Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta atau koperasi yang berbentuk *Mall, Hypermarket, Supermarket, Department Store, Shopping Centre, dan Mini Market*, yang pengelolaannya secara modern, mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada pada satu tangan, bermodal kuat dan dilengkapi dengan harga pasti. Sedangkan pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dan disertai dengan proses tawar menawar (Oktayanti, 2011).

Dengan terjadinya globalisasi, teknologi informasi pun ikut berkembang pada saat ini. Salah satu perangkat dari perkembangan teknologi informasi itu ialah internet. Internet merupakan yang sangat berpengaruh di dunia. Internet yakni seluruh jaringan yang saling terhubung satu sama lain. Beberapa komputer

dalam jaringan ini menyimpan *file*, seperti halaman web, yang dapat diakses oleh seluruh jaringan komputer (strauss, El-Ansary, Frost, 2003).<sup>4</sup> Banyaknya fasilitas yang disediakan oleh internet memberikan cara baru dalam gaya hidup, antara lain cara berbelanja.

*Online shop* merupakan suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet. Internet adalah jaringan komputer yang pertama kali di bentuk tahun 1969 di Amerika Serikat oleh Departemen Pertahanan. Sejarah internet di mulai dengan adanya proyek ARPA yang terus mengembangkan jaringan dengan nama ARPANET, mereka melakukan pengujian pada hardware beserta software berbasis UNIX pada sebuah komputer. Tujuan proyek tersebut di bangun pada awalnya hanya untuk keperluan militer saja. Saat itu, US Department of Defense yang telah membuat jaringan yang kemudian disebar dan menghubungkan rangkaian computer di beberapa daerah guna menanggulangi adanya serangan nuklir serta menghindari terjadinya informasi terpusat yang bisa membuat perang dihentikan.

ARPANET hanya bisa menyambungkan 4 situs saja pada awalnya, yaitu University of Utah, Stanford Research Institute, University of California, dan Santa Barbara. Mereka membentuk sebuah jaringan pada tahun 1969 kemudian secara umum, ARPANET diperkenalkan pada tahun 1972 kemudian menyebar luas. Karena proyek ini sangatlah luar biasa, banyak unversitas di berbagai Negara ingin ikut serta, karena itu lah ARPANET menjadi kewalahan. Untuk mengatasinya, ARPANET kemudia di belah menjadi dua yaitu MILNET dan ARPANET. MILNET untuk keperluan militer sedangkan ARPANET untuk

---

4. perpustakaandigitalallaylan.weebly.com

kebutuhan kecil (Non-militer) seperti yang di pergunakan universitas. Setelah itu, kedua jaringan tersebut digabung kemudian di perkenalkan dengan nama DARPA Internet atau sekarang kita menyebutnya internet.<sup>5</sup>

Sejak kehadiran internet para pedagang telah berusaha membuat toko *online* dan menjual produk kepada mereka yang sering menjelajahi dunia maya (*internet*) melalui berbagai macam media sosial, blog, bahkan web (Hardiawan, 2013 dalam Anisa, 2015 : 10). *Online shop* adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah web *browser* (Hardiawan, 2013 dalam Thohiroh, 2015 : 10).

Faktor yang mempengaruhi perilaku membeli menurut (Kotler 2003:183-206 dalam Thohiroh, 2015 : 10) terdiri dari :

1. Kebudayaan yang terdiri dari : budaya, sub budaya, dan kelas sosial.
2. Sosial yang terdiri dari : kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
3. Personal yang terdiri dari : usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.
4. Psikologi yang terdiri dari : motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Dengan adanya *Online shop* banyak pada saat ini yang menggunakannya untuk inovasi berbelanja yang mudah. Hasil survei serupa juga dilakukan oleh Litbang Kompas tahun 2012, bahwa sebanyak 33,5% responden pernah melakukan *online Shop*. Barang yang mereka beli adalah produk fashion atau

---

5. <https://belapendidikan.com/sejarah-internet/>

pakaian, termasuk aksesoris dan sepatu (60,8%). Berdasarkan pada pekerjaan konsumen ternyata sebesar 33,9% adalah karyawan swasta, sebesar 19,4% adalah wiraswasta, dan konsumen dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa adalah sebesar 19,9% (Setyawati, 2012).<sup>6</sup>

Dengan data diatas sudah banyak masyarakat yang menjadikan *online shop* sebagai cara berbelanja atau kebiasaan berbelanja yang dilakukan untuk membeli suatu barang, makanan, buku dan lainnya. *online shop* menjadi sesuatu yang selalu dilakukan untuk berbelanja dan menjadikan sebagian gaya hidup untuk memenuhi kebutuhan. Perkembangan kebutuhan hidup manusia dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami peningkatan dari zaman ke zaman. Semakin banyak kebutuhan hidup manusia, semakin banyak pula peningkatan gaya hidup.

Gaya hidup merupakan cara-cara terpola dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial atau simbolik, tapi ini juga berarti bahwa gaya hidup adalah cara bermain dengan identitas. Atau dengan kata lain, gaya hidup adalah suatu cara terpola dalam pergaulan, pemahaman, atau penghargaan artefak-artefak budaya material untuk mengasosiasikan permainan kriteria status dalam konteks yang tidak diketahui namanya (Chaney, 2003 : 92). Chaney juga berasumsi bahwa gaya hidup merupakan ciri dari sebuah masyarakat modern, atau biasa disebut modernitas. Berarti siapapun yang hidup di era modern yang akan menggunakan gagasan gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain.

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat

---

6. [kompas.muda.com.category.kompas](http://kompas.muda.com.category.kompas)

tertentu akan bergerak dinamis. Namun demikian, gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen (Setiadi, 2003 : 80).

Data telah disebutkan bahwa mahasiswa salah satu pengguna *online shop* yaitu sebesar 19,9%. Dimana semestinya mahasiswa menyelesaikan kuliah dengan baik, akan tetapi karena perkembangan zaman yang sudah maju, mahasiswa memiliki gaya hidup (*Life Style*) mereka diantara teman-teman mereka yang berada dikampus, dengan cara menggunakan *online shop* untuk memenuhi kebutuhan seperti, pakaian, sepatu, tas, buku bahkan makanan dan minuman. Terlepas dari kebutuhan akan suatu barang, tidak jarang keinginan untuk memiliki barang tersebut hanya sebatas dipengaruhi faktor gaya hidup (*Life Style*). Ketertarikan individu terhadap barang merupakan penyebab adanya perilaku konsumsi terhadap suatu barang yang berlebihan dan juga untuk membeli barang tersebut, sehingga menjadikan individu yang konsumtif.

Gaya hidup mahasiswa zaman sekarang beranekaragam, dimulai dengan gaya berpakaian, dan berpenampilan. Dalam hal memakai barang *branded* ataupun sekedar mengikuti apa *trend* terbaru yang telah hadir, seperti model sepatu, pakaian dan tas terbaru. Oleh karena itu mahasiswa terkadang menjadikan *online shop* sebagai tempat melihat barang-barang yang menarik yang mendukung untuk penampilannya. Semakin *fashionable* penampilan semakin menunjukkan status sosial yang dimiliki. Ada yang memang menggunakan *online shop* untuk

pemenuhan kebutuhan hidupnya atau hanya sekedar ikut-ikutan ataupun hanya coba-coba membeli barang di *online shop*

Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti mahasiswa yang menggunakan *online shop* dan bagaimana pola konsumsi mahasiswa yang menggunakan *online shop* sebagai cara baru dalam berbelanja. Penulis melakukan penelitian di Universitas Andalas, dikarenakan penulis berada dilingkungan kampus tersebut, selain itu peneliti dapat lebih mudah menemukan informan berdasarkan informasi dari teman keteman dan tidak lebih canggung melakukan wawancara karena berada dalam satu lingkungan kampus, dan intensitas bertemu dengan informan lebih banyak.

Peneliti memutuskan untuk meneliti di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dilakukan dengan sengaja pemilihan lokasinya dan berdasarkan survey awal peneliti dengan data primer mengambil sampel 5 orang.

**Tabel 1.1**  
**Intensitas Mahasiswa Berbelanja *Online***

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jurusan/Angkatan	Intensitas belanja
1.	Cici	Perempuan	Antropologi/2013	6-8 x sebulan
2.	Rima	Perempuan	Ilkom/2014	4 x sebulan
3.	Yoga	Laki-laki	Ilmu Politik/2013	2-3 x sebulan
4.	Efa	Perempuan	H.I/2014	3x seminggu
5.	Rita	Perempuan	Adm.Negara/2011	Tak menentu

**Sumber : Data Primer**

FISIP menjadi pilihan lokasi penelitian karena ada juga penelitian terdahulu menyebutkan mengapa melakukan penelitian di lokasi FISIP karena dilakukan secara sengaja dengan alasan penampilan mahasiswa yang modis dan

*fashionable* dengan mengikuti *trend*<sup>7</sup>. Melihat dulunya *online shop* belum terlalu marak di kalangan mahasiswa, dan sekarang telah banyak mahasiswa yang menggunakan *online shop*.

## **B. Perumusan Masalah**

Melihat gaya hidup mahasiswa pada zaman sekarang yang selalu *up to date*, mengenai barang-barang terbaru, menarik dan terjangkau membuat mahasiswa ingin memenuhi dan memilikinya dengan cara berbelanja. Dengan zaman yang sekarang serba canggih seperti adanya internet, dan muncul cara berbelanja lebih mudah yaitu *online shop*. Mahasiswa yang sebagian menggunakan internet untuk kebutuhan kuliahnya, sekarang malah memanfaatkan untuk berbelanja dengan cara *online*. Mereka ingin selalu kelihatan beda dengan teman-teman lainnya dari cara mereka berpakaian, berdandan, dan lain-lainnya. Mereka tidak lagi memperdulikan berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk berbelanja.

Gaya hidup mahasiswa adalah gaya hidup kelas menengah, bahkan bisa disebut gaya hidup kelas atas, yang dicirikan dengan kemampuan mengonsumsi produk yang mahal dan gaya hidup modern. Terkadang mahasiswa hanya ingin membeli tanpa memikirkan kegunaannya, hanya ingin membeli dan memiliki. Ketertarikan individu terhadap barang merupakan penyebab adanya perilaku konsumsi terhadap suatu barang yang berlebihan dan juga untuk membeli barang tersebut, sehingga menjadikan individu yang konsumtif. (Soedjatmiko, 2008: 28) berpendapat bahwa konsumsi adalah sekumpulan tindakan sosial, budaya, dan ekonomi yang bersamaan dengan *ideology* konsumerisme yang digunakan untuk *melegitimasik* kapitalisme dimata orang banyak.

---

7. Astriana. 2015. *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji*. TanjungPinang



Konsumsi dimaknai sebagai sesuatu yang dapat berubah, difokuskan pada kualitas simbolik dari barang, dan tergantung pada persepsi tentang selera oranglain (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. Terkadang yang mengkonsumsi barang hanya sebatas keinginan memiliki ataupun memang kebutuhan yang ia inginkan. Maka membuat individu ingin berbelanja terus menerus untuk pemuasaan diri saja sehingga menjadi konsumtif.

Pola konsumtif suatu sifat yang sangat mendasar pada kehidupan setiap orang. Konsumtif dapat dikatakan sebagai perbuatan yang ingin menggunakan setiap barang-barang yang ada, terutama barang-barang yang berhubungan dengan teknologi.<sup>8</sup> Terbukti sekarang mahasiswa memiliki salah satu gaya hidup modern yaitu konsumerisme. Herry Priyono mendefinisikan konsumerisme secara sangat ringkas dan jelas, “konsumerisme adalah konsumsi yang mengada-ada.” Lebih lanjut dikemukakannya, “Konsumerisme tak hanya menyangkut proses sosiopsikologis, tetapi juga berupa gejala ekonomi-politik. Dalam banyak hal bisa dikatakan bahwa konsumerisme menjadi syarat mutlak bagi kelangsungan bisnis status dan gaya hidup.” ( Sutrisno dan Putranto 2005 : 268). Konsumerisme menunjukkan identitas diri yang dicirikan oleh atribut-atribut tertentu. Berbelanja secara tidak sadar membentuk impian dan kesadaran semu konsumen dan pada akhirnya melahirkan pola-pola konsumerisme yang tidak ada habisnya.

---

<sup>8</sup><https://arianus.wordpress.com>

Akhirnya berbelanja juga dianggap sebagai suatu pekerjaan, sebuah aktivitas sosial, menjadi kompetisi untuk diri dan menjadi kebiasaan sendiri agar tidak ketinggalan zaman.

Menurut latar belakang masalah dalam penelitian ini lebih difokuskan pada gaya hidup *Online shop* mahasiswa dan pola konsumsinya. Perumusan masalah dalam penelitian ini dijadikan dalam pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana fenomena *online shop* menurut mahasiswa?
- b. Bagaimana gaya hidup *online shop* pada mahasiswa?

### **C. Tujuan Penelitian**

- a. Mengetahui fenomena *online shop* menurut mahasiswa.
- b. Mengetahui seperti apa gaya hidup *online shop* pada mahasiswa.

### **D. Manfaat Penelitian**

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi penelitian lainnya dalam membahas masalah yang berhubungan dengan *online shop*.
- b. Sebagai bahan informasi bagi mahasiswa dalam penggunaan *online shop* sebagai pemenuhan gaya hidup.
- c. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

### **E. Tinjauan Pustaka**

Penelitian yang mendekati seperti penelitian yang dibahas yaitu yang pertama, penelitian Putri Eka Sari (2015) yang berjudul “*Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Pada Pembelian Produk-Produk Online Shop*”, penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembangnya teknologi dan media pemasaran yaitu bisnis *online*. Perkembangan tersebut mengubah perilaku

masyarakat yang awalnya berbelanja ke pasar tradisional menjadi berbelanja secara *online* sehingga perlu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli produk secara *online*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, kepercayaan, advertising, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk-produk yang dijual pada toko *online*, sehingga memberikan manfaat bagi pihak pemilik *online shop* untuk mengembangkan inovasi serta keunggulan kompetitif dalam bersaing dan dapat meningkatkan penjualan. Bagi pengguna penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam sebelum membeli produk-produk secara *online*.

Penelitian berikutnya yang mendekati penelitian yang dilakukan yaitu, penelitian Permata (2016) yang berjudul “*Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram*”, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial (instagram) untuk sarana berbelanja online di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya.

Penelitian selanjutnya, Nuraliah (2011) “*Budaya Shopping Online (Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Hassanudin Makassar)*”, Penelitian ini dilakukan di Universitas Hasanuddin Makassar, dengan memilih 4 (empat) lokasi penelitian, yaitu, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Fakultas Kedokteran. Tujuan Penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui interpretasi makna *Budaya Shopping Online* Mahasiswa Unhas, melalui kajian Analisis Gaya Hidup. (2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi Mahasiswa Unhas dalam memilih berbelanja dengan sistem *online*. Penentuan informan dilakukan dengan cara mengamati bahwa responden

adalah mahasiswa yang frekuensi memesan barang atau berbelanja berkisar 1 sampai 3 kali dalam sebulan, serta penulis menggunakan metode *snowball sampling* dalam menemukan informan. Tipe penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Data ini dikumpulkan melalui wawancara langsung kepada sembilan informan, observasi langsung di lokasi penelitian serta malakukan studi pustaka.

Penelitian selanjutnya, Nawir Nur (2014) "*Tinjauan Viktimologis Tindak Pidana Penipuan Online Shop melalui Situs Jejaring Sosial*", Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan korban dalam terjadinya penipuan melalui media *online shop* situs jejaring sosial dan untuk mengetahui upaya penanggulangan terjadinya korban penipuan melalui media *online shop* situs jejaring sosial. Penelitian dilaksanakan di Makassar, yaitu di Polsek Panakukang, dengan metode penelitian melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang berkompeten dengan objek penelitian, serta meminta data-data kepada pihak yang terkait dengan penelitian ini, kepolisian dan korban tindak pidana penipuan.

Penelitian berikutnya Kusuma (2014) "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motif Belanja Online pada Lejel Home Shopping di Makassar*", Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi motif belanja secara online pada Lejel Home Shopping di Makassar. Variabel independen yang diteliti yaitu; kepercayaan konsumen (X1), kualitas produk (X2), kualitas website (X3) dan kualitas pelayanan (X4) dengan variabel dependen yaitu motif belanja online (Y).

## **F. Kerangka Pemikiran**

### **1. Perubahan Sosial**

Menurut H.M. Bangun Bungin dalam bukunya *"Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat"* (2007:91-93) mengatakan bahwa Perubahan sosial terjadi ketika ada kesediaan anggota masyarakat untuk meninggalkan unsur-unsur budaya dan sistem sosial lama dan mulai beralih menggunakan unsur-unsur budaya dan sistem sosial yang baru. Perubahan sosial dipandang sebagai konsep yang serba mencakup seluruh kehidupan masyarakat baik pada tingkat individual, kelompok, masyarakat, negara, dan dunia yang mengalami perubahan.

Perkembangan sosial yang melukiskan proses perkembangan potensi yang terkandung didalam sistem sosial. Konsep mengenai perkembangan sosial juga di tandai dengan adanya kemajuan sosial (sosial progres). Pemikiran ini menambahkan dimensi penilaian kategori yang objektif dan lebih netral terhadap aspek kehidupan normatif (Piotr Szompka, 1994:08). Perubahan pada dasarnya yang dimaksudkan dengan kemajuan adalah : (1) proses menjurus; (2) terus menerus membawa sistem sosial semakin 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.

Konsep perubahan sosial erat kaitannya dengan pemikiran mengenai proses sosial. Proses sosial melukiskan rentetan perubahan yang saling berkaitan. (Piotr Szompka, 1994 : 07) konsep proses sosial menunjukkan (1) berbagai perubahan; (2) mengacu pada sistem sosial yang sama; (3) saling berhubungan sebab akibat dan tak hanya merupakan faktor yang mengiringi atau mendahului faktor yang lain; (4) perubahan itu saling mengikuti satu sama lain dalam rentetan waktu (berurutan dalam rentan waktu).

Perubahan cara belanja dengan menggunakan internet adalah bentuk dari satu perubahan dibidang teknologi. (Piotr Sztompka, 1994: 7-8) Perkembangan sosial yang melukiskan perkembangan potensi yang terkandung dalam sistem sosial. Konsep perkembangan sosial ini memuat tiga ciri yaitu: (1) menuju kearah tertentu dalam arti keadaan sistem tak terulang sendiri disetiap tingkatan; (2) keadaan sistem pada 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 ke arah inovasi yang berarti).

Penulis membatasi pada perubahan sosial yang menjadi fokus kajian pada masalah ini adalah perubahan cara belanja mahasiswa terhadap pemanfaatan teknologi yang berkembang. Perubahan yang dimaksud bukanlah perubahan yang bersifat paten atau besar. Perubahan yang bersifat sementara yang hanya dilakukan oleh sebagian kalangan masyarakat yang ingin memberikan warna bagi dirinya. Perubahan terjadi karena adanya modifikasi terhadap suatu sistem yang diinginkan oleh sebagian masyarakat dan memiliki tujuan tertentu untuk memberikan keuntungan secara subjektif atau relatif.

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 atau pemenuhan konsumsi. Teknologi pada zaman sekarang merupakan bentuk dari suatu perubahan berkonsumsi yang tidak lepas dari sebagian kebutuhan masyarakat.

Perubahan cara manusia berkonsumsi adalah salah satu bentuk perubahan perilaku sosial yang membuktikan bahwa manusia adalah makhluk yang dinamis.

## 2. Modernisasi

Pada dasarnya semua bangsa dan masyarakat di dunia ini senantiasa terlibat dalam proses modernisasi, meskipun kecepatan dan arah perubahannya berbeda-beda antara masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain. Proses modernisasi itu sangat luas, hampir-hampir tidak bisa dibatasi ruang lingkup dan masalahnya, mulai dari aspek sosial, ekonomi, budaya, politik, dan seterusnya (dalam Jurnal TAPIS Vol.7 No.12 Januari-Juni 2011).

Modernisasi adalah suatu proses transformasi dari suatu arah perubahan ke arah yang lebih maju atau meningkat dalam berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa modernisasi adalah proses perubahan dari cara-cara tradisional ke cara-cara baru yang lebih maju, dimana dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Abdulsyani, 1994 : 176-177).

Pada dasarnya, modernisasi mencakup suatu transformasi total kehidupan bersama yang tradisional atau pra modern dalam arti teknologi serta organisasi sosial ke arah pola-pola ekonomis dan politis yang menjadi ciri negara-negara Barat yang stabil (Wilbert, E., Moore dalam Soekanto, 2012 : 304). Perwujudan aspek modernisasi adalah perkembangan aspek-aspek kehidupan modern, seperti mekanisasi, media massa yang teratur, urbanisasi, peningkatan pendapatan per kapita dan sebagainya. Selain itu, juga mencakup perubahan struktural yang menyangkut lembaga-lembaga sosial, norma-norma stratifikasi sosial, hubungan sosial, dan sebagainya (S.N. Eisenstadt dalam Soekanto, 2012 : 304).

Dalam penelitian ini, transformasi perubahan cara belanja yang hanya bertatap muka dengan si penjual dan harus berbelanja langsung dimana pasar itu

berada dan sekarang cara belanja sangat mudah dan gampang hanya dengan cara online kita sudah bisa mendapatkan barang yang kita inginkan. Inilah yang dimaksud dengan perubahan cara-cara tradisional ke cara-cara baru yang lebih maju.

### 3. Gaya Hidup (*Life Style*)

Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa juga disebut modernitas. Maksudnya adalah siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Dalam interaksi sehari-hari kita dapat menerapkan suatu gagasan mengenai gaya hidup tanpa perlu menjelaskan apa yang kita maksud, dan kita benar-benar tertantang serta mungkin sulit menemukan deskripsi umum mengenai hal-hal yang merujuk pada gaya hidup. Oleh karena itu, gaya hidup membantu memahami (yakni menjelaskan tapi bukan berarti membenarkan) apa yang orang lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain (Chaney, 2003 : 40).

Gaya hidup menurut (Kotler, 2002 : 192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya, apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Sedangkan menurut (Minor dan Mowen, 2002 : 282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.



Selain itu, gaya hidup menurut (Suratno dan Rismiati, 2001 : 174) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Penelitian ini gaya hidup yang ditunjukkan adalah kegiatan para mahasiswa yang melakukan aktivitas mereka untuk memenuhi kebutuhan dengan cara berbelanja di *online shop*. Dengan sudah dan seringnya berbelanja dengan cara *online shop* maka kegiatan ini menjadi yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan).

#### 4. Globalisasi

Konsep akan globalisasi menurut (Robertson, 1992), mengacu pada penyempitan dunia secara insentif dan peningkatan kesadaran kita akan dunia, yaitu semakin meningkatnya koneksi global dan pemahaman kita akan koneksi tersebut, disini penyempitan dunia dapat dipahami dalam konteks institusi modernitas dan intensifikasi kesadaran dunia dapat dipersepsikan refleksif dengan lebih baik secara budaya. Globalisasi memiliki banyak penafsiran dari berbagai sudut pandang.

Sebagian orang menafsirkan globalisasi sebagai proses pengecilan dunia atau menjadikan dunia sebagaimana layaknya sebuah perkampungan kecil. Sebagian lainnya menyebutkan bahwa globalisasi adalah upaya penyatuan masyarakat dunia dari sisi gaya hidup, orientasi, dan budaya. Pengertian lain dari globalisasi seperti yang dikatakan oleh (Barker, 2004) adalah bahwa globalisasi merupakan koneksi global ekonomi, sosial, budaya dan politik yang semakin mengarah ke berbagai arah di seluruh penjuru dunia dan merasuk ke dalam kesadaran kita. Produksi global atas produk lokal dan lokalisasi produk global.

Globalisasi adalah proses dimana berbagai peristiwa, keputusan dan kegiatan di belahan dunia yang satu dapat membawa konsekuensi penting bagi berbagai individu dan masyarakat di belahan dunia yang lain.(A.G. Mc.Grew, 1992). Proses perkembangan globalisasi pada awalnya ditandai kemajuan bidang teknologi informasi dan komunikasi. Bidang tersebut merupakan penggerak globalisasi. Dari kemajuan bidang ini kemudian mempengaruhi sektor-sektor lain dalam kehidupan, seperti bidang politik, ekonomi, sosial, budaya dan lain-lain.

## 5. Kebudayaan

Menurut Ilmu Antropologi konsep kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Hal tersebut berarti bahwa hampir seluruh tindakan manusia adalah kebudayaan karena hanya sedikit tindakan manusia dalam kehidupan masyarakat yang tidak perlu dibiasakan dengan belajar yaitu hanya beberapa tindakan naluri, beberapa refleks, beberapa tindakan akibat proses fisiologi, atau kelakuan membabi buta (Koentjaraningrat, 2009 : 144-145).

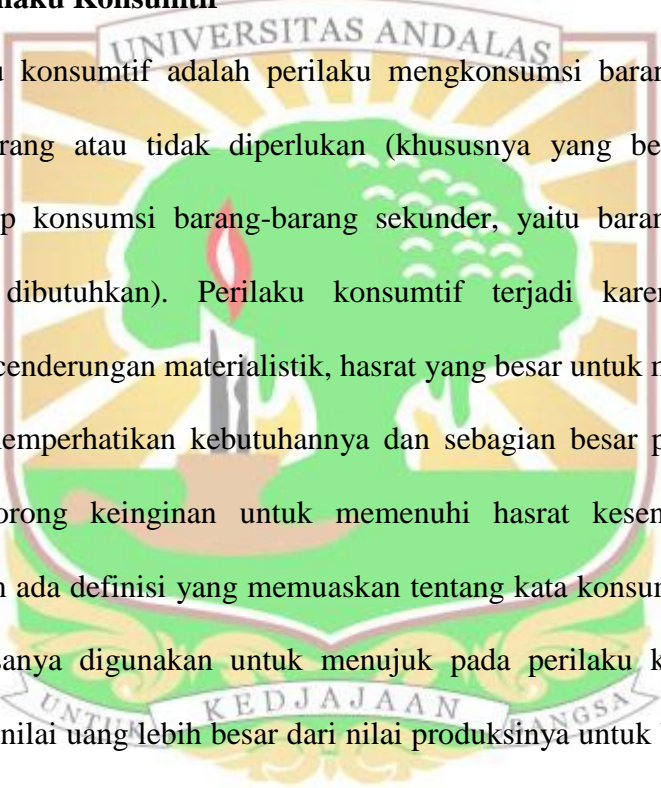
Menurut J.J. Honigmann yang dalam buku pelajaran antropologinya, berjudul *The World of Man* (1959 : 11-12) membedakan adanya tiga wujud kebudayaan, yaitu (1) *ideas*, (2) *activities*, dan (3) *artifacts*, pengarang berpendirian bahwa kebudayaan itu ada tiga wujudnya, yaitu :

1. Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks dari ide, gagasan, nilai, norma, peraturan dan sebagainya.
2. Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks aktivitas serta tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat.
3. Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia.

Tujuh unsur kebudayaan di dunia adalah :

1. Bahasa,
2. Sistem Pengetahuan,
3. Organisasi Sosial,
4. Sistem peralatan hidup dan teknologi,
5. Sistem mata pencaharian hidup,
6. Sistem religi,
7. Kesenian.

#### **6. Perilaku Konsumtif**



Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan). Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Memang belum ada definisi yang memuaskan tentang kata konsumtif ini. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok (Tambunan, 2007 dalam Rifa : 2009).

Perilaku konsumtif terkadang membuat yang melakukannya lupa diri akan kesadaran dari manfaat barang yang dibeli tersebut. Pelaku hanya mengikuti keinginan sesaat untuk membeli ataupun memiliki barang yang dilihat sesaat. Tanpa memikirkan apakah barang tersebut berguna atau hanya membuat ketertarikan pada saat melihat barang yang diinginkan. Dengan begitu terkadang setelah membeli barang tersebut, hanya digunakan beberapa kali dan bisa jadi

tidak akan digunakan taupun dikenakan kembali. Saat melihat barang yang baru akan kembali seperti itu, ingin memiliki tanpa memikirkan butuh atau hanya ingin sesaat.

## 7. Pasar Global

Pasar global merupakan pasar berskala dunia yang terbuka bagi seluruh pelaku usaha. Pasar global mengalami perkembangan yang pesat belakangan ini karena beberapa faktor antara lain : adanya beberapa negara industri yang mampu menghasilkan produk berkualitas dengan harga murah, misalnya China dan Taiwan.<sup>9</sup>Pasar global merupakan peluang besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Karena berskala dunia, pastinya jangkauannya sangat luas untuk menjalankan usaha dan menghasilkan keuntungan yang besar.

Pelaku usaha yang tangguh pastinya tidak mudah dipatahkan oleh setiap perubahan tantangan usaha meski tantangannya semakin berat. Pasar global mengalami perkembangan yang pesat karena beberapa faktor :

- Adanya beberapa negara industri yang mampu menghasilkan dengan harga murah.
- Semakin banyak orang yang melakukan perjalanan antar negara yang secara langsung menjadi konsumen global.
- Semakin banyaknya transportasi antar negara yang mempermudah distribusi produk.
- Perdagangan dunia semakin meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan pasar dunia.<sup>10</sup>

Konsep – konsep pasar global :

1. Permintaan, Kebutuhan dan keinginan

---

9. [Infogreget.blogspot.co.id](http://Infogreget.blogspot.co.id)

10. [Mail-chaozhakycostikcommunity.blogspot.co.id](http://Mail-chaozhakycostikcommunity.blogspot.co.id)

Kebutuhan ialah suatu keadaan yang harus dipenuhi dengan apapun keadaannya, karena hal itu sudah ada dalam diri manusia, bukan sesuatu yang dibentuk oleh masyarakat. Keinginan merupakan suatu keadaan yang dibentuk oleh lingkungan. Permintaan suatu keinginan yang didukung oleh daya beli. Keinginan menjadi permintaan jika didukung dengan daya beli.

## 2. Produk

Produk ialah sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan serta permintaan pelanggan, bentuknya bisa seperti produk fisik maupun jasa.

## 3. Biaya, kepuasan dan nilai

Biaya, kepuasan dan nilai ialah yang menjadi pertimbangan pelanggan ketika membeli suatu produk sesuai yang ia butuhkan.

## 4. Pertukaran, transaksi dan hubungan

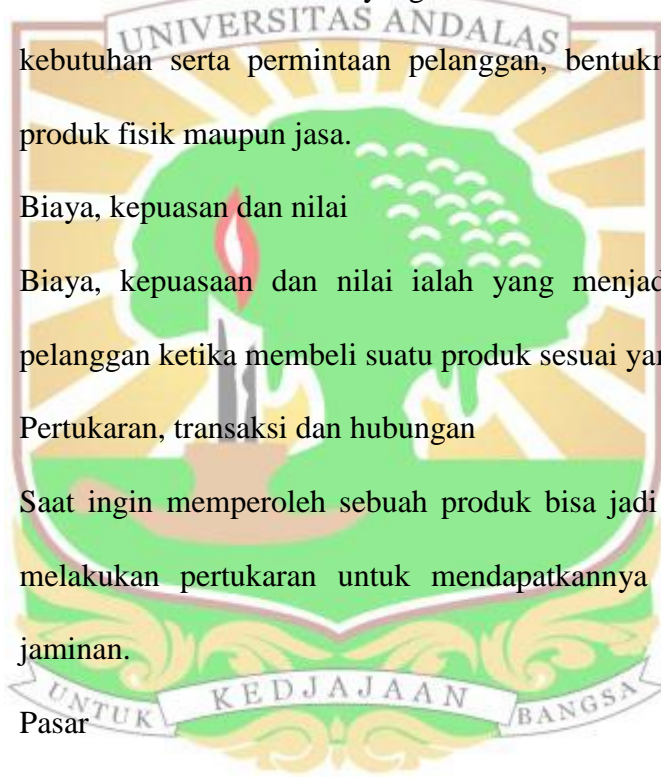
Saat ingin memperoleh sebuah produk bisa jadi seseorang akan melakukan pertukaran untuk mendapatkannya dengan sebyah jaminan.

## 5. Pasar

Pasar ialah tempat terjadinya transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pembeli dan penjual.

## 6. Pemasaran dan pemasar

7. Pemasaran merupakan cara yang dilakukan oleh pemasar untuk menawarkan produknya kepada calon pembeli. Pemasar adalah pihak yang melakukan pemasaran tersebut.<sup>11</sup>



Dengan sudah memahami pasar global tentunya bisa disimpulkan bahwa pasar global peluang bisnis yang sangat besar. Saat seseorang atau perusahaan memutuskan untuk ikut serta dalam pasar global, akan terbukalah kesempatan besar untuk mengembangkan bisnisnya dan akan meraih keuntungan yang lebih besar dan banyak.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di kampus Universitas Andalas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Mengapa penulis mengambil lokasi di FISIP Unand tersebut alasannya karena melihat penampilan mahasiswa FISIP yang memakai barang-barang *online* seperti pakaian, sepatu, tas dan sebagainya. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Lokasi dalam penelitian ini adalah lingkungan Unand dan kawasan kos di sekitar kampus Unand yang terletak di Limau Manis Kecamatan Pauh Kota Padang. Jumlah mahasiswa Unand pun 28.044 dan lebih difokuskan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang jumlah mahasiswanya yaitu 1813<sup>12</sup> orang, yang banyak dan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informan yang bergaya *trendy* dan selalu berganti gaya setiap ke kampus. Alasan dipilihnya tempat kawasan sekitaran kampus Unand karena terletak jauh dari kotadanan kos merupakan tempat kegiatan sosial mahasiswa sehingga memungkinkan penggunaan *online shop* dan berbelanja setelah melihat barang-barang yang tersedia di dalamnya. Prilaku yang suka membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal

---

12. Data LPTIK Universitas Andalas

dengan istilah perilaku konsumtif. Konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang akan tetapi menimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut. Terkadang sudah membeli tetapi hanya sekedar untuk pemuasan sementara

## 2. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif dilakukan karena ada suatu permasalahan atau isu yang perlu dieksplorasi. Pada gilirannya, eksplorasi ini diperlukan karena adanya kebutuhan untuk mempelajari suatu kelompok atau populasi tertentu, mengidentifikasi variabel-variabel yang tidak mudah untuk diukur. Selain itu, penggunaan metode penelitian kualitatif dikarenakan perlunya membutuhkan suatu pemahaman yang detail dan lengkap tentang permasalahan tersebut (Creswell, 2015 : 63-64).

Harapannya penulis dapat menemukan jawaban-jawaban permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penulis berinteraksi secara langsung dengan mahasiswa yang terlibat *online shop*, dengan cara melihat barang-barang yang mahasiswa tersebut gunakan *branded* ataupun trendy atau mahasiswa yang hanya sekedar tahu mengenai *online shop* dan mengetahui kondisi yang sebenarnya terjadi. Penulis menggunakan metode kualitatif, yang berusaha melihat gambaran menyeluruh atau holistik dari objek penelitian. Objek penelitian tersebut adalah *online shop* yang digunakan oleh mahasiswa tersebut sebagai gaya hidup dalam berbelanja, serta menginterpretasikan data. Penulis turun ke lapangan dan berada di lokasi penelitian untuk memperoleh data. Penulis bahkan melakukan pengamatan dengan cara tinggal ditempat kos atau kontrakan dan kampus dari mahasiswa.

## 3. Informan Penelitian

Penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive*. *Purposive* dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki (Mantra, 2004:121). Untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak terkait dengan topik penelitian ini, maka informan penelitian dibagi dalam dua kelompok, yaitu terdiri dari informan kunci dan informan biasa. Namun, untuk memilih siapa yang tepat menjadi informan dalam penelitian ini, peneliti memilih informan berdasarkan kriteria.

Kriteria informan yang dipilih sebagai informan kunci dan informan biasa dalam melakukan penelitian ini adalah :

Informan kunci adalah orang-orang yang memiliki hubungan langsung dengan topik penelitian. Dengan kriteria sebagai berikut :

- Menggunakan *Online shop*, dilihat dari aktifnya menggunakan *gadget* dan media sosial dalam kesehariannya dan yang sering kumpul-kumpul dengan teman-temannya di kampus.
- Berstatus mahasiswa Universitas Andalas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Bergaya *trendy* ke kampus, seperti berpakaian yang pas tidak norak atau tidak keren, sepatu dan tas yang cocok dengan pakaiannya dan barang-barang yang di pakai yang lagi *trend* di dunia maya dan pandai memadu padankan penampilannya ke kampus.
- Mahasiswa angkatan 2012-2015.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Teknik Observasi

Observasi digunakan sebagai metode utama selain wawancara mendalam, untuk mengumpulkan data. Pertimbangan digunakannya teknik ini adalah bahwa



apa yang orang katakan, sering kali berbeda dengan apa yang orang itu lakukan. Teknik observasi adalah pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti dengan menggunakan panca indra. Objek dalam penelitian ini ialah *Online shop*. Dengan observasi kita dapat melihat, mendengar dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi. Teknik observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang dapat menjelaskan atau menjawab permasalahan penelitian. Data observasi berupa data faktual, cermat dan terperinci tentang keadaan lapangan, observasi yang digunakan adalah observasi tidak terlibat yaitu penelitian memberitahu maksud dan tujuan pada kelompok yang diteliti (Ritzer, 1992:74).

Menurut (Sugiyono, 2010: 145-146) observasi dapat dibedakan menjadi dua macam :

1. Observasi berperan serta (*Participant observation*), dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya.
2. Observasi nonpartisipan, peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Pengumpulan data dengan observasi nonpartisipan ini tidak akan mendapatkan data yang mendalam, dan tidak sampai pada tingkat makna. Makna ialah nilai-nilai di balik perilaku yang tampak, yang terucapkan dan yang tertulis.

Penulis melakukan pengamatan langsung mengenai fenomena *online shop*. Kehidupan sosial pada tempat tinggal dan tempat sosial lainnya seperti kampus. Proses observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara : (a) melihat dan mengamati sendiri kemudian mencatat perilaku dan kejadian mahasiswa yang

menggunakan *online shop* untuk berbelanja rutin ataupun hanya tergantung barang yang dilihat ataupun dibutuhkan, dan (b) mencatat peristiwa dari gaya hidup mahasiswa pada saat berbelanja *online shop*. Observasi yang dilakukan meliputi berbagai kegiatan yang dilakukan subjek penelitian misalnya kegiatan apa saja yang dilakukan mahasiswa di dalam kampus dan di luar kampus serta mengamati berbagai aktivitas didalam kos sebagai tempat sosial yang paling lama.

Observasi nonpartisipan adalah observasi yang menjadikan peneliti sebagai penonton atau penyaksi terhadap gejala atau kejadian yang menjadi topik penelitian. Dalam observasi ini peneliti melihat atau mendengarkan pada situasi sosial tertentu tanpa partisipasi aktif didalamnya. Observasi nonpartisipan memiliki kelebihan dari sudut objektivitas, karena jauhnya peneliti dari fenomena topik yang diteliti mengurangi bias pengaruh peneliti pada fenomena tersebut (Emzir, 2010:40).

#### **b. Wawancara**

Data yang di peroleh agar sesuai dengan pokok permasalahan yang diajukan, maka dalam wawancara digunakan pedoman wawancara, yaitu berupa pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar menghindari jawaban yang meluas. Pertanyaan dibuat berdasarkan poin-poin permasalahan dalam penelitian sehingga wawancara dapat terlaksana dengan sistematis. Dilakukan juga wawancara mendalam yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai. Wawancara dapat dilakukan, baik dengan maupun tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Kemudian ditambahkan bahwa pewawancara adalah orang yang menggunakan metode wawancara sekaligus

bertindak sebagai pemimpin dalam proses wawancara tersebut (Bungin, 2007 : 108). Orang yang diwawancarai di penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *online shop* maupun mahasiswa yang hanya sekedar mengetahui tentang *online shop*.

### c. Analisis Data

Analisis data dilakukan sejak penulis berada di lapangan. Data yang diperoleh di lapangan baik itu hasil dari wawancara, observasi atau pengamatan, dikumpulkan dan diklasifikasikan berdasarkan temanya, kemudian data tersebut diinterpretasikan ke dalam bentuk tulisan guna memperoleh gambaran sesungguhnya tentang masalah yang diteliti. Data analisis secara interpretatif dan dilihat secara keseluruhan (holistik) untuk menghasilkan suatu laporan penelitian yang deskriptif tentang masalah yang diteliti. Pekerjaan menganalisis data ini memerlukan ketekunan, ketelitian, dan perhatian khusus. Pekerjaan mencari dan menemukan data yang menunjang atau tidak menunjang hipotesis pada dasarnya memerlukan seperangkat kriteria tertentu, kriteria ini perlu didasarkan atas pengalaman, pengetahuan, atau teori sehingga membantu pekerjaan ini.

Data hasil penelitian yang telah dikumpulkan sepenuhnya dianalisis secara kualitatif. Analisis data dilakukan setiap saat pengumpulan data di lapangan secara berkesinambungan, sehingga kualitas penelitian diharapkan dapat mendekati realitas (Bungin, 2007 : 106).

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan ke dalam hipotesis kerja (Moleong, 1990:103). Analisis data dilakukan sebelum, selama, dan sesudah penelitian dengan cara menggabungkan data-data yang diperoleh dari penelitian satu sama lainnya.

Analisis data dapat bersifat *interpretative* dan disajikan dalam bentuk deskriptif yang dipercayai sebagai kekuatan untuk penulisan dalam pendekatan kualitatif. Untuk menjaga kesahihan data, selama dan sesudah penelitian dilakukan pengecekan, seperti teknik, *reinterview* pada setiap jawaban yang diberikan oleh informan pada saat wawancara.

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan perekaman dalam bentuk foto. Peneliti menggunakan kamera untuk mengambil gambar yang diperoleh dapat membantu penulis mengingat kembali, dengan adanya foto akan memudahkan peneliti dalam mengingat kejadian atau realita yang terjadi dilapangan.

